

M-4483

LA INSERCIÓN DE PRODUCTOS MANUFACTURADOS BOLIVIANOS EN EL MERCADO MUNDIAL

FACTORES DE ESTABILIDAD E INESTABILIDAD,
1990-1998



Patricia Vaca Calderón
Saúl Antonio Soliz Salinas

centro de estudios para el desarrollo laboral y agrario

La inserción de productos
manufacturados bolivianos
en el mercado mundial

*Factores de estabilidad e inestabilidad,
1990-1998*

La inserción de productos manufacturados bolivianos en el mercado mundial

*Factores de estabilidad e inestabilidad,
1990-1998*

Saúl Antonio Soliz Salinas
Patricia Vaca Calderón

cedla

centro de estudios para el desarrollo laboral y agrario

La Paz, noviembre de 2001

Soliz Salinas, Saúl Antonio; Vaca Calderón, Patricia.

CEDLA. Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario.

La inserción de productos manufacturados bolivianos en el mercado mundial. Factores de estabilidad e inestabilidad, 1990-1998 / Por Saúl Antonio Soliz Salinas y Patricia Vaca Calderón.

La Paz: CEDLA, noviembre de 2001. 184 p.-

I. t

DESCRIPTORES:

<AJUSTE ESTRUCTURAL> <COMERCIO EXTERIOR> <EMPRESAS INDUSTRIALES> <EXPORTACION> <INDUSTRIA MANUFACTURERA> <INTEGRACION ECONOMICA> <LIBERACION COMERCIAL> <MERCADOS>

DESCRIPTOR GEOGRAFICO:

<BOLIVIA:LPZ:SCZ:CBA>

Copyright © 2001 by CEDLA

La inserción de productos manufacturados bolivianos en el mercado mundial

Factores de estabilidad e inestabilidad, 1990-1998

Primera edición, octubre de 2001

Editor: Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA)
Av. Jaimes Freyre N° 2940 (Sopocachi)
Teléfonos: 591 2 2412429 - 2413175 - 2413223
Fax: 591 2 2414625 - Casilla de Correo 8630
E-mail: cedla@caoba.entelnet.bo • URL: <http://www.cedla.org>
La Paz - Bolivia

Cuidado de edición: Hans Huber Abendroth

Diagramación: Alfredo Revollo Jaén

Diseño de tapa: Jesús Paz

Depósito legal: 4-1-1229-01

I.S.B.N.: 99905-0-160-2

Impresores: Editorial Offset Boliviana Ltda. "EDOBOL"
Telfs. 241-0448 • 241-2282 • 241-5437
La Paz - Bolivia

Impreso en Bolivia
Printed in Bolivia

Esta publicación fue posible gracias al apoyo de la Embajada Real de los Países Bajos a través del Fondo de Apoyo para el Desarrollo Urbano y la Pequeña Empresa.

INDICE

Presentación	7
Introducción	9
CAPITULO UNO	
El 'ajuste' y la apuesta por las exportaciones	13
CAPITULO DOS	
La inserción y exportación de manufacturas	23
2.1 Inserción de la economía en el mercado internacional y sus rasgos predominantes	23
2.2 Evolución y características de las exportaciones manufactureras	30
CAPITULO TRES	
La estabilidad de las exportaciones de productos manufacturados	37
3.1 Inserción internacional y estabilidad de las exportaciones	37
3.2 Resultados del trabajo de campo	40
3.2.1 Los productos y las empresas de la muestra	40
3.2.2 Características de la inserción de las empresas en el mercado internacional	47
3.2.3 Los factores de estabilidad e inestabilidad	55
3.2.4 La importación de materias primas	61
3.2.5 Empleo y capacitación	63
3.2.6 La inversión en capacitación	70
3.2.7 La tecnología	72
3.2.8 Procesos de organización del trabajo	80
3.2.9 Inversión en investigación y desarrollo	83
3.2.10 Alianzas estratégicas y subcontratación	88

3.2.11 Las estrategias de exportación	95
3.2.11.1 Los canales de distribución	98
3.2.11.2 Evaluación de la competencia y los clientes	102
3.2.12 Elementos indispensables para una inserción estable de las empresas y sus productos en el mercado internacional	111
3.2.13 Políticas de promoción de exportaciones	118

CAPITULO CUATRO

Conclusiones	131
 Bibliografía	 141
 Anexo metodológico	 145
Metodología de la encuesta	147
Alternativa 1	147
Alternativa 2	148
Alternativa 3	148
A. Condiciones de éxito	149
I Primer criterio de éxito	149
II Segundo criterio de éxito	150
B. Condiciones de estabilidad	150
I Primer y único criterio de estabilidad	150
Selección de la muestra	151
 Anexo estadístico	 155

Presentación

A partir de la aplicación del Programa de Ajuste Estructural las exportaciones adquieren una inusitada predominancia dentro de la nueva estrategia de desarrollo latinoamericana. En el caso boliviano, esta –controversial– apuesta por las exportaciones como motor del crecimiento, se traduce en la consigna “exportar o morir”.

La exportación de parte de la producción interna a los mercados internacionales precisa no sólo de condiciones externas favorables como precios más altos y una demanda tangible, sino también de una política comercial flexible que permita un mejor desempeño de las exportaciones nacionales, así como de una predisposición a la innovación dentro del propio sector empresarial exportador.

La promoción de las exportaciones busca hacer de Bolivia un país más competitivo, lo cual dependerá del impulso que se pueda imprimir al sector manufacturero. No obstante, se ha constatado la existencia de un preocupante alto grado de inestabilidad en la incorporación de nuevos productos manufacturados exportables a la oferta nacional de exportación, hecho que motiva la presente investigación del CEDLA.

En muy pocas ocasiones se han discutido los factores que determinan la inserción –estable o inestable– de los productos nacionales en el mercado internacional, por lo que su estudio parte del planteamiento de una metodología alternativa de análisis que pretende no solamente constituirse en un aporte a la investigación, sino también en un motivo de reflexión y debate para futuros trabajos sobre el tema.

Las exportaciones manufactureras nacionales se componen de madera y productos de madera, cuero y productos de cuero, y textiles y prendas de vestir desde mucho antes de la implantación de la Nueva Política Económica en 1985. La incorporación de nuevas manufacturas de exportación

a la oferta de la producción nacional representa un verdadero desafío de las posibilidades reales de un país sumergido entre el discurso que favorece la promoción de las exportaciones y la praxis cotidiana por la que ésta transita.

Finalmente, la publicación pretende iniciar una discusión sobre los elementos que definen la estabilidad o inestabilidad de la inserción externa del sector manufacturero a partir de un análisis global que comprende no únicamente la investigación de la política comercial, sino también del desempeño y la orientación de las empresas exportadoras, así como de los propios productos manufacturados de exportación y de las condiciones que les impone el mercado externo.

Este estudio fue realizado por investigadores del CEDLA en el marco de un convenio suscrito con la Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia (CANEB) y se llevó a cabo gracias al apoyo de la Embajada Real de los Países Bajos a través del Fondo de Apoyo para el Desarrollo Urbano y la Pequeña Empresa; a ellas les expresamos nuestro reconocimiento.

Javier Gómez Aguilar
Director Ejecutivo
CEDLA

La Paz, agosto de 2001

Introducción

El presente trabajo se inscribe en el marco del convenio suscrito entre el Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA) y la Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia (CANEB). Se trata de un segundo estudio que da continuidad al efectuado por Carolina Pinto y Rodolfo Mayer¹, y que abrió cauce para profundizar en el análisis de las causas de la inestabilidad en la inserción de productos manufacturados no tradicionales en el mercado mundial, objeto de esta investigación.

Frente a la globalización que patentiza hoy más que antes las agudas diferencias existentes entre el mundo desarrollado y aquél en vías de desarrollo, así como a las oportunidades y desventajas que confronta cada país en el mundo actual, se hace necesaria una revisión del tipo de inserción de Bolivia en la economía internacional y, por consiguiente, el tipo de inserción que requiere.

En ese marco, y en el supuesto de que una inserción externa exitosa implica la exportación de manufacturas, que a su vez presupone la generación de mayor valor agregado, incorporación de innovación tecnológica y generación de empleo productivo, resulta de vital importancia analizar la estabilidad y/o inestabilidad de los productos manufacturados de exportación. En este sentido, el presente trabajo pretende aportar con elementos que permitan tener conocimiento de los factores que determinan la estabilidad o inestabilidad de la producción manufacturera en su inserción en el mercado internacional.

En el caso nacional se ha podido establecer una significativa incursión de nuevos productos en el universo de las exportaciones no tradicionales que, sin embargo, no logran consolidarse ni incrementarse de manera

¹ Véase la bibliografía.

sostenida en los respectivos mercados. Anualmente, una cantidad relevante de nuevos productos desaparecen del conjunto de las exportaciones, hecho que plantea la necesidad de contar con un perfil de la sostenibilidad de la inserción internacional de este tipo de productos.

Una evidencia de lo señalado es que de entre un total de 1.634 productos manufacturados y agrícolas identificados para el período 1990-1998, se ha logrado verificar la existencia de un 15% de productos manufacturados nuevos (254 productos) y un 9% de productos agrícolas, también nuevos (147 productos); ambos porcentajes son ilustrativos respecto del grado de incursión de productos nuevos dentro de la oferta nacional de productos de exportación no tradicionales.

Si se considera que se ha determinado un total de 1.132 productos manufacturados para el período indicado, la cantidad de productos manufacturados nuevos asciende al 22%. Además, la participación de los productos manufacturados nuevos en el total –401 productos agrícolas y manufacturados nuevos– es reveladora (cerca del 60%), hecho que demuestra la existencia de un alto dinamismo dentro del sector manufacturero.

Los valores y volúmenes de exportación de los productos manufacturados presentan un alto grado de inestabilidad tanto en términos de continuidad en el tiempo, como en cuanto a su aporte al sector exportador, lo que significa que pocos productos pueden considerarse como estables.

La inestabilidad en el comportamiento de las manufacturas de exportación es tan extrema que existen algunos productos que luego de una continua presencia de hasta cuatro años en el mercado, desaparecen súbitamente del panorama. Ello denota una alta vulnerabilidad de las condiciones de competitividad del producto y/o del sector del que provienen; ejemplo de ello son: sales e hidróxidos de amonio, perfumes, pólvoras, placas laminadas, neumáticos, etc.

Existen otros productos que a partir de una participación exigua en el universo de las exportaciones pasan repentinamente a registrar importantes valores de exportación para luego desaparecer sorpresivamente del mapa o retornar a su nivel inicial (éste es el caso de algunos artículos de cuero y algunas confecciones de textiles).

De una observación en detalle de los productos de exportación se puede advertir claramente que la mayoría de aquéllos que podrían recibir el calificativo de “estables” provienen del sector maderero (madera y productos de madera). Entre otros productos estables se cuentan: el cuero y los productos de cuero, los textiles y la confección de éstos, en particular las

prendas de vestir. Por tanto, a quince años del arranque de las políticas de ajuste estructural y pese a que ellas apostaron por las exportaciones como parte vital del modelo de desarrollo, la meta de una oferta exportable sólida², diversificada y estable de manufacturas dista mucho de ser alcanzada.

El presente documento ha sido dividido en cuatro partes:

El **primer capítulo** gira en torno al 'ajuste estructural' y su impacto en el sector exportador. En él se analiza la apuesta del país por las exportaciones como vía propulsora del progreso económico, fórmula que responde al modelo de desarrollo por el que optó el país y que se conoce como "orientado hacia afuera". Se pretende evaluar si se han producido cambios significativos en el sector como resultado de la aplicación de las políticas de ajuste, esto es, como producto de la liberalización del comercio exterior.

El **segundo capítulo** tiene por objeto una apreciación de la inserción del sector manufacturero en el mercado internacional y, en particular, analizar el comportamiento de la exportación de manufacturas nacionales. Con la finalidad de obtener un cuadro preciso del desempeño de la industria manufacturera se considera el aporte del sector al Producto Interno Bruto (PIB). Se observa su evolución a partir de la matriz insumo-producto por el lado de las cuentas nacionales, que incluyen una útil desagregación de la producción del sector. Finalmente se utiliza información referida exclusivamente al sector exportador de acuerdo a la Clasificación Uniforme del Comercio Internacional (CUCI), elaborada por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas (CEPAL). Al considerar incluso aspectos como la intensidad en recursos naturales y de uso de mano de obra y de capital, la CUCI permite observar de manera exacta el tipo de productos de exportación por los que está apostando el país en cuanto a su inserción en el mercado mundial.

En el **tercer capítulo** se parte de consideraciones generales sobre el tema de la inserción de los productos manufacturados de exportación en el mercado internacional. Este capítulo se basa en el análisis de los resultados arrojados por la "Encuesta sobre factores de estabilidad e inestabilidad en la inserción externa del sector empresarial exportador", que sustenta la presente investigación y cuya metodología se trata de forma preliminar en este capítulo y de manera extensa en el anexo metodológico de este estudio.

² Aquí cabe observar que existen algunos casos dignos de mención como las joyas de oro, los envases y botellas de vidrio, algunos productos de papel y algunas sustancias químicas (boratos, ácido bórico), así como ciertos productos para la construcción y artefactos eléctricos (por ejemplo acumuladores).

La exposición discrimina entre productos manufacturados de exportación estables e inestables y analiza su interrelación con algunos de los factores vitales que explican su forma de inserción en el mercado internacional.

El **capítulo cuarto** resume las principales causas y efectos de la estabilidad e inestabilidad en la inserción manufacturera y propone temas para futuras investigaciones en torno a este problema, todo ello con la intención de contribuir a una comprensión de las posibilidades reales de la inserción de manufacturas nacionales en el mercado externo y de pergeñar un posible patrón de estabilidad de los productos manufacturados de exportación.

Es importante destacar que se incluye un **anexo metodológico** para facilitar la comprensión de la selección de la muestra de productos y empresas realizada a partir del trabajo de campo efectuado (encuesta y entrevistas), cuyo propósito es el de constituirse en un aporte a la investigación del tema; este aporte no se entiende, desde luego, como una propuesta definitiva sino, más bien, como una sugerencia susceptible de discusión y cualificación.

Por último se acompaña un **anexo estadístico** que sustenta el análisis efectuado en los dos capítulos iniciales. En él se proporciona una gama de cifras sobre el desempeño del sector manufacturero en el período 1985-1998 y, con relación a algunos datos, incluso para 1999.

CAPITULO UNO

El 'ajuste' y la apuesta por las exportaciones

El Programa de Ajuste Estructural implantado en América Latina durante la década de los años ochenta determinó el fin del modelo de desarrollo basado en la sustitución de importaciones con su orientación hacia el mercado interno y el inicio de un modelo de desarrollo orientado hacia afuera caracterizado por la aplicación de políticas de corte neoliberal. Las principales políticas puestas en práctica fueron a), políticas estabilizadoras, b), de apertura externa y c), de desregulación y de liberalización del mercado.

Las políticas de estabilización permitieron reducir las altas tasas de inflación registradas; las políticas de apertura pretendían fortalecer la capacidad de exportación y conseguir la apertura de nuevos mercados, y las políticas de desregulación y liberalización apuntaron al protagonismo de las fuerzas del mercado confiando en la "mano invisible" de la economía.

Las políticas de liberalización y apertura han implicado desafíos muy importantes para los países de la región dado que liberalizaron su comercio exterior sin elaborar una respectiva estrategia, lo cual adquiere una connotación más grave si se considera que la economía mundial es dinámica y competitiva mientras que los países latinoamericanos basan su comercio exterior en ventajas comparativas estáticas y ganancias de corto plazo. Por otro lado, sus mercados de destino se caracterizan por cierta vulnerabilidad y su producción por un reducido grado de innovación tecnológica.

Las exportaciones en general reaccionaron favorablemente frente al nuevo entorno liberalizado, al menos en cuanto a la generación de ganancias de competitividad en un número importante de empresas y en lo que se refiere a la capacidad empresarial para explorar y conquistar mercados externos. Sin embargo, el esfuerzo exportador se vio neutralizado por el deterioro de los términos de intercambio y, además, no logró arrastrar al resto de la economía (no fue capaz de crear eslabonamientos hacia adentro).

Es evidente que las políticas actuales buscan la apertura y el crecimiento de las exportaciones y que la apuesta sobre la mesa es una: el desarrollo liderado por ellas o, si se quiere, el libre mercado¹. En el caso específico de Bolivia la apuesta apunta a la generación de un círculo virtuoso: exportación - acumulación - producción; a partir de este esquema se ha acuñado el eslogan "exportar o morir" como alternativa de desarrollo que le queda al país.

Bolivia aplicó un programa de liberalización comercial que reemplazó a un complejo sistema de aranceles, cuotas, licencias previas de importación, etc. por un sistema arancelario reducido². Además, se liberalizó casi totalmente la cuenta de capital. Se puso énfasis en las políticas arancelarias y en los incentivos a las exportaciones, medidas entre las que resaltan los mecanismos de reintegro de los impuestos pagados por los exportadores, la liberalización del pago de impuestos por las importaciones de insumos y maquinaria, y la reducción del Gravamen Aduanero Consolidado (GAC).

Se evidencia de manera general una marcada tendencia hacia la promoción de la capacidad de exportación del sector industrial manufacturero, lo cual supone la asignación de un importante papel a dicho sector en términos de una inserción competitiva de la economía en el mercado internacional, basada en la promoción de exportaciones no tradicionales.

Sin embargo, la apertura del mercado nacional, en particular la liberalización de las importaciones, alteró la situación productiva y financiera de las empresas manufactureras porque se vieron obligadas a competir con los productos provenientes del extranjero³, lo que determinó la quiebra y el cierre de algunas unidades productivas dados sus bajos niveles de competitividad (altos costos y obsolescencia tecnológica).

Como se puede apreciar, el argumento central de la Nueva Política Económica implantada en 1985 consiste en revertir la orientación histórica de la industria nacional (con una producción destinada preponderantemente al mercado interno), para reencauzar la producción manufacturera hacia la exportación, determinación que implica un gran

¹ Cf. Ugarteche (1994), 165s.

² Antes el arancel boliviano tenía una gran dispersión, con una tarifa máxima de 150%. Cf. Agosin y French-Davis (1994), 62.

³ Cf. Montaña y Villegas (1992), 30.

reto para los productores nacionales en cuanto a la generación de óptimos grados de competitividad y eficiencia en su proceso inserción al mercado internacional.

La política de comercio exterior consta de tres áreas específicas que buscan facilitar el camino e imprimir dinamismo al sector exportador: la política arancelaria, la política de integración económica y la política de promoción de exportaciones. Esta última comprende también la política cambiaria, crediticia, y los aspectos fiscales e institucionales referidos al sector.

En materia arancelaria, pueden advertirse los siguientes elementos:

1. El nivel de protección de Bolivia es el más bajo de América Latina.
2. Se redujo considerablemente la dispersión arancelaria (de un máximo de 150% antes del comienzo del programa de apertura) a un arancel de 10% para los bienes de consumo e insumos, y de 5% para bienes de capital.
3. Esta escala arancelaria es mantenida por Bolivia dentro del Arancel Externo Común Andino (20%) en virtud de la condición de país de menor desarrollo relativo que tiene el país y por aplicar éste una política nacional mucho más abierta con relación al resto de los países que conforman la Comunidad Andina de Naciones (CAN).
4. En el caso del Mercado Común del Sur (Mercosur), la desgravación arancelaria es compleja y está en función de una lista de productos sensibles y no sensibles negociados en el marco de este acuerdo. Según análisis efectuados previos al inicio del funcionamiento del Mercosur, solamente 585 ítems bolivianos (el 8,4% del universo arancelario) gozaban de "arancel cero" en este mercado, los demás ítems gozaban de preferencias iniciales que variaban entre el 80 y el 10%, quedando excluidos de esas preferencias 148 ítems que representan el 2,1% del universo arancelario⁴.

En cuanto a la política de integración económica se puede decir que Bolivia inició una política muy activa de integración regional frente al Pacto Andino (hoy Comunidad Andina de Naciones), México, Chile y el Mercosur, además con los Estados Unidos y la Unión Europea, donde cuenta con preferencias arancelarias adicionales a las del Sistema Generalizado de Preferencias para todos los países en vías de desarrollo⁵.

Si se evalúa el grado de aprovechamiento de los acuerdos que sostiene Bolivia con la CAN y el Mercosur, el que se puede comprobar observando "la relación entre el número de ítems negociados con comercio sobre el

⁴ Cf. Pinto y Mayer (1999), 36.

⁵ Cf. Carreón y Pinto (1997a), 6.

número de ítems con preferencias⁶ en ambos bloques, se tiene que en el caso del primero el grado de aprovechamiento alcanza tan sólo el 6,2% del universo arancelario, mientras que en el segundo llega escasamente al 4%. Este aspecto da cuenta de las insuficiencias que caracterizan la base productiva nacional, concentrada en pocas actividades y demasiado ligada a la minería, los hidrocarburos y los productos agrícolas⁷.

Con respecto al resto de los países con los que Bolivia mantiene relaciones comerciales puede afirmarse que los guarismos de ese intercambio han permanecido dentro de ciertos niveles, lo que significa que el país tampoco está obteniendo mayores ganancias de su comercio con otras regiones.

La actual política de promoción de exportaciones se basa esencialmente en a), un principio de neutralidad basado en la idea de eliminar el tradicional sesgo en contra de las exportaciones⁸ y b), la creación de un grupo de instituciones de apoyo al sector exportador.

La política cambiaría constituye un importante instrumento para la promoción de las exportaciones. De un lado, el tipo de cambio nominal influye en las exportaciones mediante su incidencia en el costo de la importación de insumos intermedios y de bienes de capital. De otro lado es evidente que el nivel y la variabilidad del tipo de cambio real repercuten definitivamente en la competitividad del producto exportado.

Desde el arranque del Programa de Ajuste Estructural (PAE), y bajo la premisa fundamental de no poner en riesgo la estabilidad interna de precios, la política cambiaría tiene como principales objetivos mantener un tipo de cambio real competitivo y apoyar el normal funcionamiento de los pagos internacionales⁹. Por tanto, la política cambiaría, al tener como prioridad el mantenimiento de la estabilidad interna de los precios, no puede tornarse más activa y beneficiar de esta manera a los sectores exportadores o a un proceso de sustitución de importaciones, afectando así de forma negativa a la potencial competitividad de los productos bolivianos. La política cambiaría debería romper paulatinamente la relación directa que existe entre el tipo de cambio y los precios con el objeto de lograr que aquél incida favorablemente en la competitividad de las empresas nacionales.

⁶ Se considera sólo a la CAN y al Mercosur debido a que la CAN representa un espacio comercial histórico y el Mercosur constituye un nuevo desafío de intercambio comercial para el país.

⁷ Pinto y Mayer (1999), 40s.

⁸ El principio de neutralidad pretende generar condiciones de igualdad entre los competidores. (En este tema están incluidos aspectos referentes a la devolución de impuestos).

⁹ Cf. Larrazábal et al. (2000), 64.

Resulta de vital importancia evaluar el impacto que tiene el comportamiento del tipo de cambio en el sector exportador, particularmente si se considera la substancial participación de la importación de materias primas e insumos en los productos manufacturados de exportación.

Desde 1985 la política crediticia ha flexibilizado el manejo de las tasas de interés regulándolas indirectamente mediante variaciones de la liquidez. En ese marco las tasas de interés internas deberían tender a acercarse a la tasa de interés internacional. La premisa de que se parte consiste en que el costo del crédito comercial al que se enfrenta el exportador nacional es, en términos generales, superior al que pagan sus competidores internacionales¹⁰ y que, por tanto, debería procurarse una reducción paulatina del costo del crédito. Sin embargo, esto no ocurre porque las tasas internas superan a la tasa internacional y los márgenes de intermediación se aprecian de manera considerable, creándose de este modo un sesgo en contra de las actividades productivas a favor de las actividades especulativas.

La política crediticia ha sido incapaz de financiar inversiones productivas porque la banca, en general, no maneja líneas de créditos sustentadas en fondos propios que sean atractivas para los productores en cuanto a plazos y tasas de interés¹¹. De hecho, si se analiza el financiamiento otorgado a la industria, se observa que éste, del total de los préstamos concedidos por la banca, descendió del 35% en 1985 al 18% en 1998, señal que para el sector exportador manufacturero es por demás desalentadora.

Las tasas de interés constituyen un factor de alto impacto en la estructura de costos de las actividades de exportación, convirtiéndose además –por su elevado nivel– en una traba para las exportaciones. Persisten claras diferencias internacionales en cuanto al costo de acceso al crédito: “la competencia extranjera (...) accede al financiamiento a costo internacional” (de 7 a 8% anual), mientras que los exportadores nacionales “enfrentan en el mercado interno un costo financiero del orden del 16 al 17% anual”¹².

La persistencia de altas tasas locales de interés muestra la ineficiencia con la que se desempeña la banca nacional. Esta se debe a elevados costos administrativos, procedimientos inadecuados de calificación de operaciones,

¹⁰ Cf. Requena et al. (1993), 41.

¹¹ Cf. Larrazábal et al. (2000), 69.

¹² Candia et al. (1993), 173. Esta afirmación es válida aún en la actualidad. Aquí se toma esta referencia porque resulta ilustrativa del continuo alto costo financiero que representan las tasas de interés nacionales.

debilidad patrimonial, aspectos que repercuten negativamente en el sector productivo.

Con respecto al tema fiscal y tomando como referencia un documento de la Secretaría General de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), se puede decir que en Bolivia se establecieron incentivos para la exportación en tres áreas:

1. Incentivos fiscales, exenciones y devoluciones de impuestos internos: a), devolución del Impuesto al Valor Agregado (IVA) mediante Certificados de Devolución Impositiva (CEDEIM)¹³ y b), el establecimiento del Impuesto al Consumo Específico (ICE), de aplicación diferenciada.
2. Incentivos aduaneros: a), Régimen de Internación Temporal para las Exportaciones (RITEX)¹⁴, b), Draw Back y c), Ley 1489 de 1993¹⁵, etc.
3. Mecanismos financieros: a), Gerencia de Desarrollo del Banco Central, y b), banca comercial¹⁶.

Si se evalúan estos incentivos fiscales a la luz de su aplicación e impacto en los últimos quince años, es evidente que éstos se han caracterizado por la inestabilidad e ineficiencia en su administración. Además, si bien a juicio de los círculos oficiales, han contribuido a incrementar las exportaciones no tradicionales, no aportaron a la estabilización de este crecimiento¹⁷.

Desde el gobierno, los avances registrados fueron apoyados con la creación de instituciones de promoción de las exportaciones no tradicionales, como el Instituto Nacional de Promoción de Exportaciones (INPEX)¹⁸,

¹³ Estos son títulos valores transferibles con vigencia indefinida y negociables en la bolsa de valores. Dada la irregularidad con la que se registraba la devolución del CEDEIM a los exportadores, el 2 de octubre de 1998 se promulga el D.S. 25190, a través del cual el gobierno se compromete a regularizar —en el plazo de un año— la devolución de los impuestos adeudados. Cf. Ministerio de Comercio Exterior e Inversión. Viceministerio de Exportaciones (1998).

¹⁴ En el RITEX no están comprendidos bienes de capital, combustibles y lubricantes.

¹⁵ Con ambos procedimientos se busca, a través de criterios determinados, evaluar en qué casos corresponde una devolución de impuestos para los casos del IVA, el Impuesto a las Transacciones (IT), el ICE, y el Gravamen Aduanero Consolidado (GAC).

¹⁶ Ambas instituciones otorgan créditos directos en moneda nacional con mantenimiento de valor a los exportadores de productos no tradicionales para que éstos financien a sus importadores bajo la modalidad de postembarque (también otorgan líneas de crédito para capital de trabajo para el financiamiento durante el período de preembarque).

¹⁷ Resulta interesante al respecto considerar las opiniones y constantes reclamos de los directamente involucrados: los empresarios exportadores.

¹⁸ El INPEX fue creado con el D.S. 21660 en julio de 1987. Sus objetivos responden a la obtención de información comercial, la provisión de asesoramiento técnico, y la organización de ferias y otras acciones de apoyo a los productos de exportación nacionales.

que en la actual gestión de gobierno recibió el nombre de Centro de Promoción Bolivia (C-PROBOL). También fue creado el Programa Carana y se impulsaron otras iniciativas como las de la Fundación Bolivia Exporta¹⁹ y el Bolivia Investment Program (BOLINVEST)²⁰ con el apoyo de organismos multilaterales (en especial del Banco Mundial), y de los gobiernos de Holanda y Suiza, las que están orientadas a incentivar la producción de exportación de ciertos sectores “estrella” identificados, sobre todo dos: el agropecuario y el agroindustrial.

Asimismo se decidió el establecimiento de instituciones ministeriales para respaldar al sector exportador, lo que de acuerdo al enfoque administrativo de cada gobierno se tradujo en la conformación de ministerios, viceministerios o secretarías de exportaciones; durante la actual gestión gubernamental se creó el Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, cuya función es la de contribuir al crecimiento económico –bajo el signo de la competitividad– a través del incremento y la diversificación de las exportaciones, unificando y ampliando el mercado interno e incentivando la inversión privada nacional y extranjera; para el caso específico de las exportaciones se ha creado el Viceministerio de Exportaciones cuya misión es la de constituirse en el organismo técnico gubernamental que logre insertar al país y a sus empresas en el nuevo marco económico que rige el comercio mundial con proyección al siglo XXI – la internacionalización de la economía²¹.

Otro cambio institucional importante consistió en la reestructuración de la Dirección General de Aduanas a objeto de garantizar el control de las importaciones ilegales, las que representan un serio perjuicio para las exportaciones.

Pese a estos “esfuerzos” puede afirmarse que las instituciones públicas que cooperan al sector tampoco han contribuido a facilitar e imprimir dinamismo a la inserción de las exportaciones nacionales en el mercado. Esto porque su manejo ha estado sujeto a los vaivenes políticos de las distintas gestiones de gobierno, todos carentes de una visión clara del papel que deberían cumplir dichas instituciones en la promoción de exportaciones, lo que ha significado una administración inconstante y poco eficiente en desmedro del sector.

¹⁹ La Fundación Bolivia Exporta fue creada el 20 de septiembre de 1991.

²⁰ BOLINVEST fue creada a fines de 1989 y sus objetivos consisten en la promoción de exportaciones y la provisión de asistencia técnica especializada en los campos de la producción y el mercadeo.

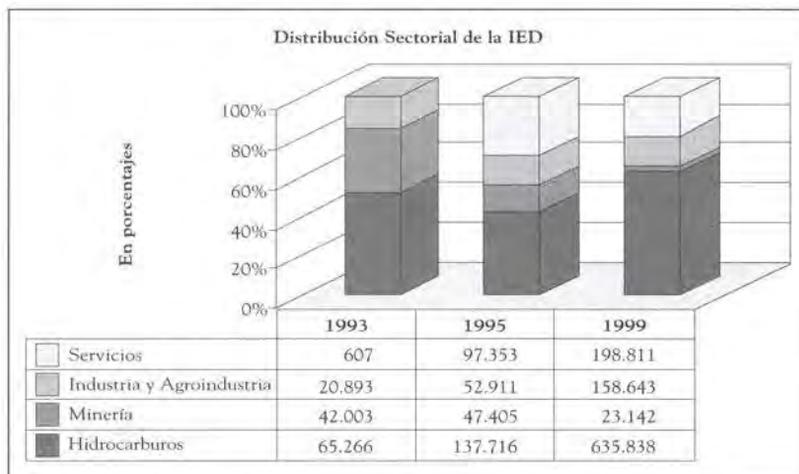
²¹ Extractado del sitio en Internet del Ministerio de Comercio Exterior e Inversión (www.mcei.gov.bo).

La respuesta institucional del sector privado estribó en la creación e instauración de las respectivas cámaras gremiales, tanto a nivel nacional como departamental. En este caso puede decirse que si bien los organismos gremiales han intentado contribuir con la generación de condiciones de apoyo para su sector, pecan de falta de coordinación y cooperación con el sector público, lo que lleva en ambos lados a bajos niveles de competencia y a una innecesaria duplicidad de funciones en muchos casos.

Finalmente, cabe considerar el otro pilar de la liberalización del sector externo de la economía: la apertura de la cuenta capital. Al respecto la estrategia se cifró en atraer inversión extranjera directa (IED), para lo cual se formularon una serie de leyes básicas que garantizarían la libre operación de capitales extranjeros en la economía nacional, concretamente en sectores estratégicos. Ejemplo de ello fueron la reformulación del Código de Minería, la nueva Ley de Hidrocarburos, la Ley de Privatización y la puesta en marcha del proceso de capitalización y privatización de las empresas públicas que se inició ya durante la gestión de Paz Zamora (1992), y que alcanzó su punto culminante en el gobierno de Sánchez de Lozada (1995) con la capitalización de las empresas estratégicas del país. Hasta la fecha, el proceso de privatización continúa.

En lo que a él se refiere, la idea consiste en hacer del inversor extranjero el actor central en torno al cual se desarrolle, crezca y proyecte la economía nacional, puesto que el inversionista privado nacional no logró desempeñar este papel de liderazgo dentro del nuevo modelo. Y, en efecto, luego de la capitalización de las empresas estatales se registró una respetable afluencia de inversión extranjera directa a la economía nacional. Por sectores, las inversiones se distribuyeron de la siguiente manera: en hidrocarburos (63% en 1999) y en servicios de manera creciente (20%), mientras que en el sector minero han tendido más bien a la baja (cerca del 3%). La industria y agroindustria mantienen una participación promedio de alrededor del 16% durante en período 1993-1999 (Gráfico 1).

Gráfico 1. Distribución sectorial de la inversión extranjera directa, 1993, 1995 y 1999 (en miles de dólares)



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior e Inversión. Viceministerio de Inversión y Privatización (2000), 11

En suma, si bien el Programa de Ajuste Estructural descansa en el supuesto de que la apertura externa genera crecimiento o, más específicamente, apuesta por un incremento de las exportaciones, en especial de bienes con mayor valor agregado, hasta la fecha la política comercial externa poco ha contribuido a sustentar el crecimiento del producto con base en este tipo de exportaciones.

La política comercial externa boliviana carece de una estrategia integral basada en la estructura productiva nacional y su capacidad real para incrementar la oferta exportable y también de una idea precisa de cómo facilitar la inserción de los productos nacionales en los mercados internacionales. Por tanto, y de manera general, podría decirse que el principio rector de la política nacional es la mantención de la estabilidad, lo que si bien genera un entorno favorable para las exportaciones, disminuye las posibilidades de incentivar al sector en cuestión. El carácter neutral de esta política limita sus posibilidades de estimular al sector exportador, más aún si se considera que no parte de un enfoque horizontal y/o sectorial.

Si bien desde 1985 los voceros oficiales de los distintos gobiernos proclaman de forma explícita la promoción de las exportaciones, la política comercial se ha reducido prácticamente a la liberalización de las importaciones; las políticas de apoyo a las exportaciones han tenido un

desempeño deficiente tanto en materia cambiaria, arancelaria, fiscal, como institucional.

Luego de quince años de aplicación del Programa de Ajuste Estructural en Bolivia, se puede decir que se ha perseguido, por un lado, la apertura unilateral e ilimitada de la economía a las importaciones. Por otro lado, este programa no ha logrado generar un dinamismo ni una diversificación en la oferta exportable nacional, frustrándose la apuesta por las exportaciones en su esperado tránsito hacia el éxito.

En cuanto a la inversión extranjera directa que ha arribado últimamente al país, ésta se ha interesado básicamente por sólo dos sectores: el de hidrocarburos y el de servicios. De ello se deduce que a ocho años del ingreso masivo de capital extranjero en Bolivia son pocas las perspectivas de que éste tipo de inversiones articule y ayude a desarrollar otros sectores como el manufacturero, como tampoco puede esperarse que genere empleo masivo y, mucho menos, que se traduzca en innovaciones tecnológicas y que, finalmente, logre impulsar el crecimiento económico nacional.

En el siguiente capítulo se hará una breve evaluación del desempeño de las exportaciones de manufacturas nacionales; ello permitirá, además, sustentar de manera más precisa el impacto del 'ajuste' en el sector.

CAPITULO DOS

La inserción y exportación de manufacturas

2.1 Inserción de la economía en el mercado internacional y sus rasgos predominantes

Desde la aplicación de la Nueva Política Económica, las exportaciones tienen como objetivo fundamental propulsar el crecimiento económico y, como segundo, transformar la estructura productiva nacional sustentada en la explotación de recursos naturales en otra basada en la producción de bienes manufacturados de mayor valor agregado.

En este sentido es importante conocer cuáles han sido los cambios que se han producido en el tipo de inserción de la economía boliviana en el mercado internacional a partir de la aplicación del modelo neoliberal.

La inserción internacional de una economía se evalúa a partir de tres elementos centrales: su grado de apertura, las características del intercambio comercial, y las políticas comerciales aplicadas (elemento que ya fue tratado en el capítulo precedente).

Acercas del grado de apertura se puede decir que la economía boliviana presenta uno moderado si se comparan los indicadores clásicos¹ de apertura para el país con el resto de los países de la región e inclusive con Norteamérica².

En 1997, Bolivia exhibe un grado de apertura moderado del 13,6% con relación a sus exportaciones y del 37,4% para exportaciones e importaciones. Ese año, los mismos indicadores para los países de América Latina y el Caribe y Norteamérica alcanzan el 16,1 y 35,6%, y el 10,6 y 24%,

¹ Los indicadores clásicos son: exportaciones/PIB; exportaciones + importaciones/PIB; exportaciones/población; deuda externa/población; deuda externa/PIB; deuda externa/exportaciones; posición comercial.

² Incluidos los Estados Unidos, Canadá y México.

respectivamente³. En consecuencia, y durante la vigencia del PAE, la economía boliviana puede calificarse de medianamente abierta (Anexo estadístico, Cuadro 1).

Cabe observar que el grado de apertura del país previo a la aplicación del PAE registra índices con un promedio que oscila alrededor del 40% respecto de las exportaciones como del comercio total, lo cual respondía básicamente a la preponderancia de la industria extractiva de exportación.

Si se examina la relación entre exportaciones y población, se observa un claro deterioro de este indicador, pues de 188 dólares para 1980 pasa a 138 dólares en 1997, lo que denota que las exportaciones no han aumentado de manera significativa con relación al crecimiento de la población. Con respecto a este período, lo óptimo está representado por un mayor crecimiento de las exportaciones que de la población, como en el caso de Norteamérica (de 967 a 2.237 dólares).

Mientras más alta sea la cifra que arroja este indicador per cápita, más alta es la capacidad de endeudamiento de la economía, lo que, a su vez, equivale a una mayor capacidad de pago de la deuda externa y reduce, por ende, la vulnerabilidad del país frente a este problema. Precisamente con referencia a algunos indicadores que expresan la fragilidad externa de una economía, como los de deuda externa (deuda externa/población; deuda externa/PIB, y deuda externa/exportaciones), se colige que Bolivia tiene una menor capacidad de pago que el resto de los países de la región y que la carga de la deuda continúa siendo relativamente más onerosa para el país.

La observación de estos indicadores revela que Bolivia se ubica en el grupo de los países "altamente endeudados" (criterio del Banco Mundial). Además, el país sigue destinando parte importante de las divisas generadas por sus exportaciones al pago de la deuda. De otro lado, el pesado servicio de ésta no ha permitido destinar los recursos necesarios para una reestructuración productiva de la economía nacional, lo que, en su momento, hubiera incidido de forma positiva en la generación de empleo y en la reducción de la pobreza.

En lo que concierne a la posición comercial de Bolivia (participación de sus exportaciones dentro del conjunto de las exportaciones de los

³ No se pudieron referir datos más recientes debido a que en el último número del *Informe sobre Desarrollo Mundial* del Banco Mundial, las series estadísticas para los países de la región tan sólo se brindan hasta el año de 1997.

países de todo el continente americano), el país ha ido perdiendo en importancia. La participación del comercio boliviano dentro del total del comercio de América Latina y el Caribe pasa del 1,02% en 1980 a sólo 0,42% en 1997. Ello refleja un lento crecimiento de la producción y de las exportaciones nacionales –basadas principalmente en la explotación de recursos naturales– frente a un comercio mundial dinámico caracterizado por un importante intercambio de productos manufacturados (Anexo estadístico, Cuadro 1).

Con respecto a la estructura de las exportaciones del país, se puede constatar que si bien aquéllas tipificadas como no tradicionales han registrado un incremento gradual y continuo a lo largo de los últimos quince años, las tradicionales continúan siendo preponderantes dentro del total de las exportaciones, acaparando el 51% todavía en 1998 (Anexo estadístico, Cuadro 2).

Las exportaciones bolivianas se componen principalmente de productos primarios (más del 50% en 1998), teniendo muy poca incidencia en ellas la producción de manufacturas, lo que implica un serio problema para nuestro tipo de inserción en la economía internacional, mas aún si se considera que el crecimiento de las exportaciones mundiales es liderado por el sector manufacturero (11,5% en 1997), es decir, por el más dinámico de los sectores (Tabla 1). La comparación refleja el carácter asimétrico de la inserción de la economía nacional en el mercado externo (Anexo estadístico, Cuadro 3).

Tabla 1. Crecimiento del volumen de las exportaciones mundiales de mercancías por principales grupos de productos 1995, 1996 y 1997 (en porcentajes)

Grupos de productos	1995	1996	1997
Productos agrícolas	4,0	3,0	6,5
Productos de las industrias extractivas	9,0	2,5	5,0
Manufacturas	9,0	6,0	11,5

Fuente: OMC (1998), 8

La extracción de minerales e hidrocarburos, si bien ha constituido la actividad productiva de exportación predominante a lo largo de la historia nacional, ha ido abandonando su protagonismo en los últimos años. Este es el caso sobre todo con referencia a los hidrocarburos, los que han cedido lugar a las exportaciones agroindustriales y agropecuarias, dejando en último lugar a las del sector manufacturero, cuyos productos de exportación más representativos son las prendas de vestir y los muebles de madera.

Si se observa únicamente el crecimiento acumulativo de las exportaciones durante el período 1995-1998, se advierte que aquéllas de azúcar, castaña y soya crecen, mientras que la exportación de la mayoría de los productos tanto tradicionales como no tradicionales disminuye; dentro de las exportaciones manufactureras sólo se destacan las prendas de vestir con un crecimiento del 8% (Anexo estadístico, Cuadro 2).

Para el caso de la minería se puede hablar de una transición de la explotación de estaño a otra de oro y zinc, la que va aparejada de un cambio importante en cuanto a los responsables de la extracción: ahora el papel estelar le corresponde al capital privado nacional y al extranjero y ya no así al Estado. Con respecto al sector de hidrocarburos se observa que éste ha registrado un comportamiento cíclico tendiente a la baja. Las expectativas en torno a un mejor desempeño de este sector se basan en el efecto multiplicador que pueda tener la venta de gas natural al Brasil. Se trata nuevamente de una apuesta en torno al papel que puede desempeñar la capitalización, en este caso de Yacimientos Petrolíferos Fiscales Bolivianos (YPFB), ahora en manos de socios capitalistas extranjeros.

El tipo de sectores y productos centrales de exportación cuestionan seriamente la sostenibilidad de la economía y la apuesta de inserción del país, dado que los precios de los productos provenientes de la minería, de los hidrocarburos, la agricultura e inclusive del sector forestal, históricamente no han tenido ni tienen un comportamiento predecible sino más bien oscilatorio e inestable, hecho que se agrava aún más por desconocerse el perfil de la demanda de estos productos en el largo plazo. Además, las fluctuaciones que experimentan los precios de ellos ponen en riesgo los ingresos por concepto de exportación del país, constituyéndose en un factor más de vulnerabilidad externa.

Las exportaciones bolivianas se componen fundamentalmente de productos primarios, en segundo lugar de semimanufacturas basadas en recursos naturales, (*commodities*) y, en tercer y último lugar, de productos manufacturados preeminentemente basados también en recursos naturales. Entre las importaciones predominan las manufacturas intensivas en capital y fabricadas a partir de un mayor grado de utilización de tecnología: productos de la industria automotriz y de transporte, productos químicos y maquinaria no eléctrica (Anexo estadístico, Cuadro 3). En consecuencia, el patrón de especialización de la producción de exportación nacional reside en dos elementos centrales: a), una mayor diversificación de las

exportaciones de productos primarios y b), una mayor participación de productos manufactureros basados en recursos naturales.

Entre 1985 y 1998, las exportaciones crecieron a una tasa acumulativa de 4,4%, menor a la registrada en el período 1985-1995 (5,1%). Si se compara el desempeño interanual para 1997 y 1998, se advierte que las exportaciones cayeron en un 5,4%, disminución en la que se manifiestan los primeros impactos de la crisis internacional. Empero, en 1985-1998 las importaciones crecieron a una tasa acumulativa de 8,4%, prácticamente el doble de las exportaciones, evolución que refleja la política de apertura total con respecto a las internaciones. Por consiguiente, se puede afirmar que la expansión del comercio exterior boliviano se fundamenta en el crecimiento de estas últimas (Anexo estadístico, Cuadro 4).

Son predominantes dentro de las importaciones las de productos industrializados (más del 90%), destacándose entre ellos los bienes manufacturados (alrededor del 75%). Dentro de éstos son centrales los provenientes de las industrias nuevas intensivas en trabajo y en capital. Dentro de las primeras destacan equipos para telecomunicaciones y de transmisión eléctrica, maquinaria agrícola, tractores, bombas de agua y grifos y, finalmente, muebles y partes de muebles. El segundo grupo comprende vehículos, automotores, motocicletas, aeronaves, recipientes de metal, sustancias químicas y medicamentos, y pegamentos y colas (Anexo estadístico, Cuadro 5).

Entre 1985 y 1998, el saldo comercial fue favorable a Bolivia en un sólo año (1990), hecho que muestra el carácter predominantemente deficitario del comercio externo. Este déficit se ha registrado tanto en el comercio exterior del sector público como del privado. Como producto de las reformas estructurales se ha registrado un cambio importante en su composición: en 1981, el 83% de lo exportado correspondía al sector público, situación que se ha revertido drásticamente, puesto que en 1998 es el sector privado el que acapara un 90% de las exportaciones. Como se insinúa, estos cambios son el resultado de los procesos de privatización y capitalización, y reflejan plenamente la política de achicamiento del Estado, en especial de su papel productivo (Anexo estadístico, Cuadro 6).

Con referencia a las importaciones cabe constatar que éstas han correspondido mayormente al sector privado (93% de ellas 1981 y 89% en 1998), hecho éste que ha llevado a este sector a presentar constantes déficit a lo largo de los últimos quince años (apenas en 1996 registra un saldo positivo). Esto refleja el bajo perfil de desempeño del sector en cuanto a su

pretendido protagonismo en el ámbito productivo y lo coloca, además, en la posición de demandante neto de divisas (Anexo estadístico, Cuadro 6).

Inicialmente, el sector público registró un superávit en su comercio exterior. No obstante, con una tendencia decreciente en los años siguientes, ellos se tornan en saldos negativos en 1997 y 1998, circunstancia que pone en evidencia nuevamente el impacto del proceso de capitalización y que nos lleva a concluir que, pese al papel central que se le asignó al sector privado, éste poco o nada ha podido hacer para revertir la condición deficitaria de la balanza comercial (a diferencia de éste, el sector público sí exhibió superávit comerciales en la mayoría de los últimos quince años).

Los factores que explican el creciente déficit comercial boliviano son la importante participación de productos primarios en las exportaciones y el deterioro de los términos de intercambio. Precizando, entre 1985 y 1998 se puede observar que si bien se produjo un incremento gradual en el volumen de las exportaciones (54% para 1998), el aumento del volumen de las importaciones prácticamente se triplicó (180% en 1998). Al respecto de los precios de exportación, éstos cayeron en el 25% mientras que los de las importaciones aumentaron en el 18% (Anexo estadístico, Cuadro 7).

Si se observa la evolución del índice de los precios de intercambio en las dos últimas décadas (1990=100), se advierte un considerable deterioro: de un índice de 250 en 1980 se pasa a uno de 64 en 1998, lo que una vez más demuestra que el esfuerzo por incrementar las exportaciones es insuficiente frente a los precios externos altamente inestables que rigen para la mayor parte de los productos que componen la oferta nacional de productos de exportación (Anexo estadístico, Cuadro 7).

Para completar el panorama del comercio exterior cabe hacer un somero análisis de los principales mercados de las exportaciones bolivianas. Se observa que muy poco han variado los destinos de la oferta exportable nacional. Desde antes de la aplicación del PAE, las exportaciones tuvieron como destino principal a los países de la Comunidad Andina de Naciones⁴, y luego a los países que integran actualmente la Unión Europea. Sin embargo, es también evidente que la mayor parte del comercio exterior se realiza con los países de la región, concretamente con aquéllos que componen la ALADI y los que han suscrito el Tratado de Libre Comercio (TLC). En cambio, se han registrado modificaciones con respecto a las importaciones:

⁴ Se ha podido constatar que las exportaciones bolivianas destinadas a los países que conforman la CAN han crecido de manera substancial, pasando del 7% en 1990 al 22% en 1998 (Anexo estadístico, Cuadro 8).

aquellas provenientes de la ALADI han ido decreciendo, dando lugar a la emergencia del Asia como principal proveedor de importaciones para el país; hecho similar ocurrió con los países signatarios del TLC y, en particular, con los Estados Unidos (Anexo estadístico, Cuadro 8).

Un aspecto importante de este tema radica en el hecho que el comercio exterior boliviano se desarrolla más a nivel bilateral que a través de los acuerdos comerciales que tiene el país: es considerable el intercambio con países como el Reino Unido, el Perú, Colombia y el Uruguay (por el lado de las exportaciones), mientras que por el lado de las importaciones son el Japón, los Estados Unidos, el Brasil y la Argentina los países que concentran cerca del 50% de las compras externas que realiza Bolivia⁵.

Las buenas relaciones comerciales de Bolivia con determinados países se deben a razones concretas. En el caso del Perú ellas aprovechan un tradicional mercado físicamente próximo y descansan en fuertes lazos histórico-culturales. Por su lado, las relaciones con Colombia y el Uruguay se basan en un importante intercambio de productos oleaginosos. En cuanto a las importaciones, el Japón y los Estados Unidos adquieren preponderancia por las crecientes compras de vehículos y equipos de oficina.

A manera de conclusión cabe hacer las siguientes observaciones. Durante los quince años que rige el Programa de Ajuste Estructural poco o nada se ha modificado la estructura del comercio exterior boliviano, al menos en cuanto a su inserción asimétrica: se exportan principalmente productos primarios basados en recursos naturales y se importan bienes manufacturados de consumo como bienes de capital. Los principales mercados destino de las exportaciones son las economías de la región.

Como resultado de la política de apertura frente a las importaciones, la expansión y dinamismo del comercio exterior boliviano se basan en el crecimiento de las importaciones y no así en el de las exportaciones. Esta apertura ha generado déficits comerciales crecientes.

El patrón de especialización de la producción nacional descansa en productos primarios provenientes de la agricultura, la minería, y en otros del subsuelo (hidrocarburos), así como, en escasa medida, en productos manufacturados basados también en recursos naturales. En consecuencia, la competitividad de la economía nacional descansa en ventajas espúreas que no garantizan una inserción estable y menos aún sostenible de los productos nacionales en el mercado externo.

⁵ Cf. Pinto y Mayer (1999), 13.

El patrón de inserción de la economía boliviana en el mercado internacional se apoya precariamente en productos primarios, mientras que el comercio mundial se mueve principalmente en torno a productos manufacturados, hecho que se constituye en un factor que determina la vulnerabilidad externa nacional y que con quince años de 'ajuste' no ha sido superada.

El grado de apertura de la economía boliviana y la vulnerabilidad externa que la caracteriza, reflejan la ausencia de una política comercial activa y, asimismo, evidencian la carencia de una política de apertura selectiva y de una estrategia que responda a las necesidades reales del sector exportador.

La apertura y creciente participación del país en distintos acuerdos regionales de integración comercial no han logrado imprimir dinamismo a las exportaciones nacionales ni a la base productiva del país.

2.2 Evolución y características de las exportaciones manufactureras

Una de las razones que condujeron al abandono del modelo económico vigente hasta antes de 1985, fue el escaso desarrollo de la industria manufacturera, provocado, entre otras, por la política de sustitución de importaciones, ya sea a través de un sistema de aranceles diferenciados, subvenciones desmedidas y costosas, un tipo de cambio fijo y, además, por empresas productivas estatales deficitarias y la preeminencia de un sector industrial altamente vinculado al mercado interno. Todos estos factores habrían conducido a la conformación de una industria nacional débil, ineficiente y desarticulada.

Es precisamente a partir de ese diagnóstico, que el PAE pretende generar un nuevo entorno económico en el cual la política económica y el propio desempeño del sector empresarial apunten al logro de una 'eficiencia productiva' en un marco de apertura externa y liberalización de las importaciones.

Dicha eficiencia pretende obtenerse mediante la reducción de los costos de producción (en particular de los costos laborales), el mejoramiento de la calidad de los productos, la introducción y asimilación de tecnología, etc. Asimismo, el PAE plantea que la producción nacional se vincule de forma decisiva al mercado externo y se desarrolle en torno a él.

El reto lanzado por el PAE consistió en un reajuste del aparato productivo nacional y en la generación de ventajas comparativas dinámicas

para sectores como el manufacturero; en suma, se pretendía iniciar un proceso de reestructuración del aparato productivo. No obstante, las políticas diseñadas para este sector plantearon el manejo de instrumentos globales y neutrales para apoyar una industria heterogénea, aspecto éste que no responde de manera adecuada a la reestructuración propuesta.

Para una clara demostración de la diversidad que caracteriza a la estructura del sector manufacturero basta con observar el número de establecimientos y el personal ocupado que lo componen, lo que se ilustra en la Tabla 2.

Tabla 2. Bolivia: Industria manufacturera, número de establecimientos y personal ocupado según clase y tramo de empleo 1995, 1996, 1997

Clase y tramo de empleo	1995		1996		1997	
	Establecimientos	Personal ocupado	Establecimientos	Personal ocupado	Establecimientos	Personal ocupado
5-14	1.261	8.516	1.278	8.878	1.289	8.290
15-49	359	8.466	347	8.066	351	8.464
50 y más	212	31.430	229	34.244	237	35.559
Total industria	1.832	48.412	1.854	51.188	1.877	52.313

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia

Desde la perspectiva del PAE, el libre funcionamiento de los mercados emite las señales correspondientes para que se produzca una asignación eficiente de recursos hacia aquellas ramas y productos de importante demanda nacional y externa, hecho que permitiría una mayor productividad y competitividad de las unidades empresariales productivas. En ese sentido, la apuesta radica en la ampliación y diversificación de las exportaciones manufactureras como pivote de enlace con el mercado externo.

Si la apuesta por las exportaciones se centra en el sector manufacturero, es importante observar cuál ha sido el desempeño de este sector durante la vigencia del 'ajuste'. Si se considera el aporte del sector al Producto Interno Bruto (a precios de 1990), éste oscila alrededor del 17% en el período 1985-1999, dos puntos porcentuales por debajo al registrado para 1980. En otras palabras, en dos décadas el aporte del sector se mantiene casi inalterado y es insuficiente como para generar una reestructuración del aparato industrial nacional, como ilustra la Tabla 3.

Tabla 3. Bolivia: Producto Interno Bruto por actividad económica 1980, 1985, 1990, 1995 y 1999 (estructura porcentual)

	1980	1985	1990	1995	1999 (p)
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	13,8	16,2	15,4	14,9	14,1
Extracción de minas y canteras	13,0	10,7	10,2	10,2	9,1
Industrias manufactureras	19,4	16,2	17,0	17,1	16,6
Electricidad, gas y agua	1,1	1,4	1,6	2,1	2,1
Construcción y obras públicas	3,7	3,2	3,1	3,4	3,8
Comercio y servicios	44,9	46,6	44,5	43,8	46,0
Total a valores básicos	95,9	94,3	91,8	91,5	91,7
Der. s/M., IVA n.d., IT (*) y otros impuestos indirectos	4,1	5,7	8,3	8,6	8,3
Total a precios de mercado	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia

Notas: (p): cifras preliminares; (*): derechos sobre importación, Impuesto al Valor Agregado no deducible, Impuesto a las Transacciones

Ahora bien, una primera observación de los datos que arroja la matriz de insumo-producto (MIP) para los años 1988, 1990, 1995 y 1997⁶, permite señalar que en poco o nada ha cambiado el aporte de (todos) los sectores a la oferta total del país. En el caso específico de la industria manufacturera, ésta representa, en todos los años citados y con respecto a la oferta total, el 70% de la producción a precios de mercado. Tal porcentaje responde básicamente al desempeño del subsector 'industrias alimenticias, bebidas y tabaco', que corre con el 90% de la producción del sector (Anexo estadístico, Cuadros 9 al 12).

El sector manufacturero genera el 35% de la producción total nacional a precios de mercado, y es responsable de un 85% de la importación total. Por tanto, el sector es más dinámico como importador que como productor. Resulta particularmente interesante analizar la estructura de la industria manufacturera, es decir, las ramas que la componen, por ejemplo las denominadas 'otras industrias'⁷, que fabrican los productos con mayor valor agregado, cuya participación en la producción total es escasa: ella oscila alrededor del 18% (en promedio en los años considerados),

⁶ La última matriz de insumo-producto elaborada por el INE corresponde a este año.

⁷ La rama 'otras industrias' comprende los siguientes grupos de productos: 'textiles, prendas de vestir y productos de cuero'; 'madera y productos de madera'; 'papel y productos de papel'; 'substancias y productos químicos'; 'productos de refinación del petróleo'; 'productos de minerales no metálicos'; 'productos básicos de metales'; 'productos metálicos, maquinaria y equipos', y 'productos manufacturados diversos'.

mientras que con respecto a las importaciones representa el 90% (en 1997). La rama 'industrias alimenticias, bebidas y tabaco' representa alrededor del 17% en términos de producción, mientras que como importación se ubica alrededor del 6%. Luego, puede afirmarse que el patrón de especialización manufacturero descansa en productos basados principalmente en recursos naturales o en un alto componente de dichos recursos, y apenas en productos con un mayor grado de elaboración (Anexo estadístico, Cuadros 9 al 12).

El grupo de productos manufacturados más importados es el de 'productos metálicos, maquinaria y equipos' (alrededor del 40%), seguido de las 'sustancias y productos químicos' (alrededor del 15%) y, finalmente, del grupo denominado 'textiles, prendas de vestir y productos de cuero' (alrededor del 10%). En Bolivia, la carencia que existe con respecto al primer grupo de productos es evidente: el país no posee una industria metalmeccánica desarrollada y mucho menos de punta; lo mismo ocurre con los productos químicos. Sin embargo, resulta preocupante el caso de los textiles (producción y confección), puesto que con relación a estos productos Bolivia cuenta con ventajas comparativas interesantes⁸. Además, ellos constituyen un elemento central de la oferta nacional de productos manufacturados de exportación (Anexo estadístico, Cuadros 9 al 12).

Con respecto a las exportaciones se puede constatar que las manufactureras registraron una evolución favorable, puesto que de un 24% de las exportaciones totales en 1988 han llegado a representar el 43% en 1997. La rama más dinámica es la de 'industrias alimenticias, bebidas y tabaco', puesto que su participación ha ido creciendo gradualmente desde el 5% (1988) hasta el 20% (1997), mientras que las 'otras industrias' han crecido en diez puntos porcentuales hasta 1995, para luego decrecer levemente en 1997 (23%).

Al interior de la rama 'industrias alimenticias, bebidas y tabaco' los grupos de productos más dinámicos son: 'carnes frescas y elaboradas' (5%), 'molinería y panadería' (4%), 'productos alimenticios diversos' (3%). Otros grupos de productos que adquieren cierta relevancia, aunque de carácter fluctuante, son el de 'azúcar y confitería' y 'bebidas', que oscilan entre el 1 y 4% durante los años de referencia. En la rama 'otras industrias' destacan los 'productos básicos de metales', 'madera y productos de madera', 'textiles, prendas de vestir y productos de cuero' y, finalmente, los 'productos

⁸ No debe olvidarse que, para el caso del grupo 'textiles, prendas de vestir y productos de cuero', se cuenta con abundante materia prima y con mano de obra abundante, barata y calificada.

manufacturados diversos'; el resto de los productos se comportan de forma oscilante (Anexo estadístico, Cuadros 9 al 12).

Con referencia al peso de las exportaciones respecto de la demanda total se observa que la rama 'extracción de minas y canteras' continúa siendo la más importante pese a su participación decreciente. La rama 'agricultura, silvicultura, caza y pesca' ha tenido un desempeño positivo creciente, mejor incluso que el desempeño del sector manufacturero, alcanzando el 20% en 1997, mientras que la participación de la industria manufacturera, si bien es de carácter creciente en los años observados, llega a representar tan sólo el 10% en 1997 (Anexo estadístico, Cuadros 9 al 12).

Estos datos demuestran un escaso dinamismo de las exportaciones de productos manufacturados nacionales, manteniéndose el perfil del país de exportador de productos primarios. De otro lado, y en consideración del comportamiento del consumo final e intermedio del sector, se concluye que más del 40% del consumo final explica la oferta manufacturera, mientras que alrededor del 35% de ella se explica por el consumo intermedio. Si se considera que este último es de vital importancia en la medida en que es este porcentaje el que se destina a la reproducción del sector manufacturero como tal, la invariabilidad de este porcentaje a lo largo del período analizado demuestra que muy poco esfuerzo se ha destinado a la potenciación del sector.

Como se decía, el saldo comercial ha sido negativo a lo largo de los años considerados. Pero también resulta preocupante el carácter creciente del déficit, particularmente el que afecta a la rama 'otras industrias', hecho que demuestra, por un lado, la modesta magnitud de las exportaciones con mayor valor agregado y, por otro, el impacto negativo que ha tenido la liberalización de las importaciones en el sector (Anexo estadístico, Cuadros 9-A al 12-A).

En 1988, las ramas 'industrias alimenticias, bebidas y tabaco' y 'otras industrias' acusaban déficit. En los años siguientes, la primera registró continuos superávits. Los grupos de productos que permitieron esta posición fueron 'azúcar y confitería', 'carne fresca y elaborada', y 'productos alimenticios diversos'. Para el caso del grupo 'otras industrias', los únicos grupos de productos que registraron superávit desde 1988 en adelante fueron: 'madera y productos de madera', 'productos básicos de metales', y 'productos manufacturados diversos'.

La evolución del saldo comercial refleja que la estructura de la producción manufacturera descansa en pocos productos y que estos tienen un

importante componente de recursos naturales. Además, resulta tan precario el superávit comercial de la rama 'industrias alimenticias, bebidas y tabaco', que no permite revertir el déficit del sector manufacturero.

Si bien es evidente la importante generación de valor agregado del sector manufacturero con relación a otros sectores productivos, éste ha ido decreciendo de niveles cercanos al 25% en 1988 al 17% en 1997. Además, el nivel de generación del valor agregado descansa en pocos grupos de productos: 'carnes frescas y elaboradas', 'productos de molinería y panadería', 'textiles, prendas de vestir y productos de cuero', y 'productos de refinación del petróleo' (Anexo estadístico, Cuadros 13 al 16).

Se puede concluir que dentro de la industria manufacturera se registra una mayor expansión y dinamismo en los productos menos propensos a generar valor agregado (es el caso de los productos alimenticios) y cuya fabricación se basa en recursos naturales, todo ello en desmedro de otros productos con mayor capacidad de transformación y de generación de valor.

Finalmente, si se observa el comportamiento de los salarios, las ganancias y los impuestos respecto del valor agregado generado, se constata que los salarios en el sector representan el 30% de aquél, mientras las ganancias empresariales están próximas al 70%; el aporte impositivo se reduce a cifras ínfimas: no llega ni al 1%. Por tanto, estamos frente a una marcada evidencia: costos laborales bajos, elemento espúreo en el que descansa la competitividad del sector.

En lo que toca a la estructura de la población ocupada por el sector manufacturero, se puede observar que si bien la generación de empleo en el sector ha ido en aumento, éste todavía es poco significativo (alrededor del 20%) como para hablar de un importante impacto en términos del empleo generado. Al contrario, las ramas que han mostrado un comportamiento mucho más dinámico al respecto han sido, en 1997, las de comercio y servicios con el 30 y 25%, respectivamente. Asimismo, la tasa media de crecimiento anual del sector manufacturero ha ido disminuyendo: en el período 1995-1997 ésta alcanza sólo el 4,7% (Anexo estadístico, Cuadro 17).

Si bien se ha podido establecer cuál es el estado real del sector manufacturero a partir los elementos que componen la matriz insumo-producto, cobran aún más fuerza las conclusiones sobre el débil desempeño del sector si se consideran los datos del sector exportador arrojados por la CUCL. De acuerdo a ellos, son los productos primarios los que lideran las exportaciones con el 40% del total. Pese a la importante participación de los productos industrializados (50%) en las exportaciones totales, una desagregación de

ella demuestra un significativo peso de los productos semimanufacturados (alrededor del 30%), mientras que los productos manufacturados apenas llegan al 13%, como se demuestra en la Tabla 4.

Tabla 4. Exportaciones según la CUCI, 1995 y 1999 (en dólares y porcentajes)

CUCI (tercera revisión)	Valor 1995	%	Valor 1999	%
A. <i>Productos primarios</i>	536.164.703	47,1	390.692.681	37,4
1. Productos agrícolas	197.498.551	17,3	126.422.039	12,1
2. Productos mineros	186.102.618	16,3	226.880.031	21,7
3. Productos energéticos	152.563.534	13,4	37.390.611	3,6
B. <i>Productos industrializados</i>	468.648.635	41,1	561.014.645	53,7
1. Semimanufacturas	339.802.611	29,8	426.137.049	40,8
1.1. Basadas en recursos agrícolas e intensivas en trabajo	122.085.678	10,7	285.612.707	27,3
1.2. Basadas en recursos agrícolas e intensivas en capital	20.696.145	1,8	16.477.751	1,6
1.3. Basadas en recursos mineros	197.020.788	17,3	86.312.644	8,3
1.4. Basadas en recursos energéticos	0	0,0	37.733.947	3,6
2. Bienes manufacturados	128.846.024	11,3	134.877.596	12,9
2.1. Industrias tradicionales	123.619.926	10,9	108.662.542	10,4
2.2. Industrias de insumos básicos	317.906	0,0	1.888.620	0,2
2.3. Industrias nuevas intensivas en trabajo	4.067.226	0,4	23.007.326	2,2
2.4. Industrias nuevas intensivas en capital	840.966	0,1	1.319.108	0,1
C. <i>Otros</i>	134.233.583	11,8	93.036.533	8,9
Total	1.139.046.921	100,0	1.044.743.859	100,0

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia

Resulta también ilustrativo reparar en el tipo de productos que componen estos dos grandes grupos. En el caso de las semimanufacturas predominan aquéllas basadas en recursos agrícolas e intensivas en trabajo y las basadas en recursos mineros. En el caso de las manufacturas sobresalen los productos provenientes de las industrias tradicionales y de las industrias nuevas intensivas en trabajo. Todo esto confirma que Bolivia continúa manteniendo su perfil de país exportador de productos primarios en el marco de una competitividad espúrea.

CAPITULO TRES

La estabilidad de las exportaciones de productos manufacturados

3.1 Inserción internacional y estabilidad de las exportaciones

En el marco de un activo proceso de globalización y la aplicación de políticas ortodoxas de estabilización en el país, el sector exportador manufacturero nacional ha incrementado significativamente el volumen de sus exportaciones. Sin embargo, la persistente fragilidad del patrón de exportación, basado en la disponibilidad de recursos naturales y materias primas derivadas y de mano de obra barata –ventajas no sostenibles en el tiempo ni proclives a ser ampliadas continuamente– pone en entredicho la estabilidad de las exportaciones en el largo plazo. El “éxito” que ha experimentado nuestro país al incrementar sus exportaciones manufactureras en montos y en porcentajes importantes con relación al resto de las exportaciones, no ha generado el crecimiento esperado en otros sectores de la economía, por lo mismo, tampoco ha sido determinante en la consolidación de una estabilidad basada no sólo en el aumento de la productividad, sino también en la creación de ventajas competitivas perdurables. Debido a ello, las exportaciones manufactureras, como el resto de la economía, siguen siendo muy vulnerables a los vaivenes de la economía mundial y, principalmente, a los efectos de las crisis financieras (*shocks* externos) internacionales.

Entre las causas principales de esta situación están los reducidos eslabonamientos entre el sector exportador y el resto de la economía. La demanda de bienes y servicios nacionales no se ha incrementado en la misma proporción que las exportaciones, ni tampoco se ha producido una transmisión de conocimiento y tecnología a sectores potencialmente exportadores; la innovación tecnológica en el sector y la capacitación de la fuerza de trabajo y los empleados administrativos, continúan siendo débiles como para enfrentar una competencia en el exterior que crece cuantitativa

y cualitativamente y que se caracteriza por un mayor dinamismo en comparación al de las empresas manufactureras nacionales.

Con respecto a esta situación que distingue en mayor o menor grado a todos los países de Latinoamérica, la CEPAL advierte: "Los países de América Latina y el Caribe se ven ahora en la necesidad de hacer sostenibles estos avances, algunos todavía incipientes y parciales; de sortear las dificultades propias de abrirse paso en mercados internacionales intensamente competitivos y cambiantes, y de superar los considerables rezagos sociales acumulados. Su posibilidad de cumplir con todas estas tareas dependerá de manera decisiva de una mejora en el desafío de las políticas económicas y una mejor inserción en la economía mundial"¹.

La inserción del sector manufacturero boliviano en los mercados internacionales no se reduce a la inserción comercial propiamente dicha, sino que implica también su incorporación paulatina a los distintos procesos de integración regionales (Área de Libre Comercio de las Américas: ALCA) y subregionales (CAN y Mercosur), los que incluyen una dimensión financiera, fundamentalmente la referida a los flujos de capitales resultantes de la inversión productiva (inversión extranjera directa proveniente de los países desarrollados e inversiones directas de países en vías de desarrollo en economías subdesarrolladas); ella implica, además, transferencias de tecnología y *know-how*, principalmente de las que tienen un impacto positivo en la calidad y el nivel de capacitación de la fuerza de trabajo.

Cuando se habla de la inserción de productos en la economía mundial, también deben tomarse en cuenta los elementos que determinan la competitividad de cada producto específico: las materias primas que lo componen, su precio, calidad y diseño, sus canales de distribución, su valor agregado, etc. Por tanto, considerando que los productos son la síntesis tangible de todos los factores que definen su competitividad, se deben analizar también las empresas que los producen, más concretamente sus procesos productivos, el perfil de la fuerza de trabajo que participa en ellos, la tecnología empleada en la producción, las formas de organización del trabajo, la capacidad de gestión y la cultura empresarial que rige en cada industria, su articulación (a través de redes por ejemplo), y su estrategia de exportación, entre otros. También deben analizarse las políticas públicas concernientes al sector exportador y las instituciones encargadas de aplicarlas. Aún más: a partir de la amplitud de un enfoque sistémico deberían analizarse las

¹ CEPAL (1996), 3.

repercusiones de las crisis internacionales en la estabilidad macroeconómica y en el comportamiento de las exportaciones sin obviar, por supuesto, la dimensión humana: el 'patrón de organización' de la sociedad, la articulación de los actores y su visión (compartida o no) del mercado externo, las particularidades culturales, los patrones de consumo, etc.

Por muy débil que sea la integración de nuestro país en la economía internacional, Bolivia está inmersa en un sistema de gran complejidad cuyo análisis no es objeto del presente estudio; más bien, nuestra pretensión se limita al análisis de los datos proporcionados por los empresarios exportadores y de la evaluación que ellos hacen de los productos, las empresas, los mercados y clientes que tienen, de las políticas que incumben al sector exportador, y de la incidencia que pueden tener sobre la estabilidad de sus exportaciones.

Para el efecto se han determinado los nuevos productos manufactureros que cumplen ciertos requisitos de estabilidad y éxito con relación a su inserción en el mercado internacional, identificándose las empresas que los producen, en qué volúmenes y valores (el período de referencia escogido es 1995-1998).

La condición de estabilidad, en este caso, está definida por dos elementos referidos al éxito y uno a la estabilidad propiamente tal: que las exportaciones por empresa de un producto sean mayores (en valor) a la media de las exportaciones totales manufactureras; que dichas exportaciones acusen una tasa de crecimiento positiva aunque decreciente y, por último, que las empresas identificadas hayan efectuado exportaciones en todos los años del período considerado, esto es, de 1995 a 1998, último año éste en el que ya se había reducido la venta de algunos productos en el exterior, como evidencian los datos de la encuesta. Por productos inestables entendemos aquéllos que, aunque registran exportaciones mayores a la media de las exportaciones totales, revelan una tasa de crecimiento negativa en alguno de los años del período considerado. Las causas de este último tipo de situación son explicadas más adelante por los propios empresarios.

Sin embargo, estas condiciones *a priori* de estabilidad o inestabilidad no descubren en detalle los elementos que las sustentan, como pueden ser la capacidad de gestión de una empresa, la disponibilidad de materias primas e insumos, o el impacto de los incentivos tributarios en las exportaciones, entre otros. La estabilidad de las exportaciones, en general, se corresponde con el grado de eficiencia y eficacia alcanzado en los distintos niveles de la

actividad exportadora. No obstante, la heterogeneidad de las empresas exportadoras manufactureras y su articulación diferenciada con las otras partes que integran el “sistema exportador manufacturero”, permiten adelantar la hipótesis que la mayoría de las empresas tomadas en cuenta para la encuesta están sometidas a condiciones de estabilidad frágiles debido a insuficiencias particulares en su actividad exportadora. Dichos elementos han sido evaluados por los propios empresarios y se presentan de manera sistematizada en los apartados siguientes.

3.2 Resultados del trabajo de campo

3.2.1 Los productos y las empresas de la muestra²

El total de los productos que cumplen con los requisitos planteados antes de la selección de la muestra es de 126. De éstos 48 son inestables, lo que implica que el número de productos manufacturados que están en condiciones de competir con éxito creciente y estable en el mercado internacional es de sólo 78.

En el presente estudio han sido considerados 33 productos manufacturados, 14 y 19 de los cuales se exportan en condiciones de estabilidad e inestabilidad, respectivamente (en la Tabla 5 se detallan los productos y la metodología de selección).

La Tabla 6 detalla los productos estables e inestables seleccionados, las ramas a las que pertenecen y el tamaño de las empresas que los producen. Estos datos hay que tenerlos presentes a lo largo del análisis, puesto que la mayoría de las empresas fabrica una gama de productos más amplia que la seleccionada, hemos visto por conveniente centrar el análisis en la actividad y el tamaño de las empresas, sin dejar de lado el análisis del tipo de producto según los factores que determinan su grado de estabilidad, del componente de materias primas importadas utilizado en su fabricación, de las técnicas de mercadeo que utilizadas para colocarlos en el mercado externo y, por último, de los elementos que se consideran indispensables para su inserción estable.

² Los cuadros y gráficos presentados se apoyan en los datos de la encuesta y la referencia ‘frecuencia’ corresponde al número de empresas que respondió afirmativamente. Fuente: *Encuesta sobre factores de estabilidad e inestabilidad en la inserción externa del sector empresarial exportador* (efectuada para este estudio por el CEDLA en el año 2000). Cf. también la bibliografía.

Tabla 5. Metodología de selección de los productos de la muestra

Metodología	Observaciones
1. Selección de productos de exportación no tradicionales: Productos de exportación totales – productos de exportación tradicionales – efectos personales = productos de exportación no tradicionales	1.634 productos de exportación no tradicionales
2. Selección de productos de exportación no tradicionales viejos y nuevos: a) Productos viejos: Si en el período: 1990-1994, Frec. (X) \geq 2 Productos nuevos: Si en el período: 1990-1994, $0 \leq$ Frec. (X) \leq 1 y si el período 1995-1998, Frec. (X) \geq 1 b) Se clasifican los productos por: productos agrícolas y productos manufacturados	Alternativa 2 Frec. (X) = frecuencia de exportación
3. Selección de productos manufacturados nuevos netos: Productos agrícolas viejos y nuevos - productos manufacturados viejos – productos manufacturados \leq US\$ 10.000 = productos manufacturados nuevos netos	
4. Determinación de condiciones de éxito: Primer criterio: a) Cálculo de la mediana para el valor total exportado (1995-1998) b) Se divide el valor total exportado entre la mediana obtenida [Me (X)] Segundo criterio: a) Cálculo de la tasa de crecimiento interanual 1995-1998 b) Identificación de los productos con tasa de crecimiento positivas (no importa decrecientes) para los dos últimos períodos	Me (X) > 1 = exitoso Me (X) = 1 = indefinido Me (X) < 1 = no exitoso Se identifican los productos exitosos para ambos criterios
5. Determinación de las condiciones de estabilidad: Para el período 1995-1998, Frec. (X) \geq 3 = producto estable	
6. Resultados: a) Total productos exitosos (sólo un criterio) y estables = 58 Total productos exitosos (ambos criterios) y estables = 20 b) Total productos exitosos pero inestables = 48	
7. Selección de la muestra: Submuestra 1: productos exitosos y estables = 20 Submuestra 2: productos exitosos (primer criterio) y estables = 29 Submuestra 3: productos exitosos pero inestables = 24 Muestra total = 73 productos	Tanto para la submuestra 2 y 3 se tomó el 50% de los 58 productos exitosos (primer criterio) y estables y de los 48 productos exitosos pero inestables

(Continúa)

Tabla 5. Metodología de selección de los productos de la muestra (Continuación)

Metodología	Observaciones
8. Identificación de las empresas exportadoras:	
a) Se debe incluir a empresas exportadoras grandes, medianas y pequeñas	
b) Se debe diferenciar entre empresas productoras y comercializadoras	
c) Se trabajó con empresas exportadoras pertenecientes al eje (La Paz, Santa Cruz y Cochabamba)	
d) Selección aleatoria de las empresas identificadas considerando: tipos o formas de producción, tipo de empresa y diversificación de su producción.	
9. Elaboración de los formularios de entrevistas:	
a) Formulario de entrevista para empresas productoras (43 preguntas)	
b) Formulario de entrevista para empresas comercializadoras (22 preguntas)	
10. Identificación de empresas a ser entrevistadas:	
La Paz: 20 empresas productoras, 5 empresas comercializadoras	Para las entrevistas se coordinó con CANEB, CADEX y CADEXCO.
Santa Cruz: 9 empresas productoras	Se lograron entrevistar en: La Paz: 15 empresas productoras encuestadas, 4 empresas comercializadoras encuestadas
Cochabamba: 8 empresas productoras	Santa Cruz: 8 empresas encuestadas Cochabamba: 6 empresas encuestadas
10. Resultados de las entrevistas:	
a) Elaboración del listado de codificación para las entrevistas	
b) Vaciado de la información en una base de datos	
c) Obtención de cuadros de frecuencia sobre los resultados	
11. Análisis crítico de los resultados arrojados de las entrevistas	

Fuente: Excepto para el inciso 8: Anexo metodológico del presente trabajo. Para el inciso 8: C-PROBOL y CANEB (1999); C-PROBOL y Ministerio de Comercio Exterior e Inversión (2000)

Nota: CANEB: Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia; CADEX: Cámara de Exportadores de Santa Cruz; CADEXCO: Cámara de Exportadores de Cochabamba

La Tabla 6 y su síntesis en la Tabla 7, indican que los productos de la muestra son elaborados por empresas de distintas ramas y tamaños, en una desproporción evidente. Predominan las empresas grandes, ya que exportan 14 (42%) de los 33 productos en cuestión; otros 10 productos (30,3%) son exportados por empresas medianas; 7 (21%) por empresas pequeñas, y sólo dos productos por microempresas. De las exportaciones de productos estables, poco más de la mitad corresponden a empresas grandes (8), cinco a medianas y sólo una pequeña empresa exporta un producto estable.

Las exportaciones de productos estables provienen principalmente de empresas dedicadas a la confección de textiles (7 productos). De estos productos, 5 representan exportaciones de camisas y blusas de algodón y corresponden a 4 empresas grandes y una mediana. Tres productos corresponden a la rama 'maderas y productos de madera'. A diferencia de las exportaciones inestables de productos de madera (3 productos), las exportaciones estables de muebles y artículos de madera para la construcción, tableros de madera y madera contrachapada, hacen presumir que los productos de madera con mayor valor agregado se pueden exportar de manera más estable. También se exportan productos manufacturados (2): ácido bórico y tapas de plástico. Por último, sólo una empresa por rama de actividad exporta productos artesanales de forma estable (sacos de lana o pelo fino) y textiles (bolsas y talegas para envasado).

Destaca el hecho de que las exportaciones estables de confecciones textiles como camisas, blusas, abrigos, etc., son realizadas en su mayoría por empresas grandes. Estas empresas, junto con las medianas, exportan casi la totalidad de los productos estables (menos uno) y 11 (58%) de los 19 productos inestables. Lo que en otros países está dejando de ser paulatinamente un factor de inestabilidad en las exportaciones – el reducido tamaño de muchas empresas– sigue constituyendo un problema en Bolivia, según los resultados que arrojó la encuesta. El mayor tamaño de las empresas, sobre todo de aquéllas dedicadas a la confección de textiles y productos artesanales, específicamente camisas y tejidos de punto, podría ser determinante para la generación de ventajas comparativas basadas en el aumento de la productividad y las economías de escala, a medida que se acercan a un óptimo tamaño competitivo.

Tabla 6. Productos, rama y tamaño de empresa

	Rama	Tamaño*
Productos estables		
Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos similares de fibras sintéticas o artificiales, para hombres o niños, excepto los artículos de la partida 62.03 de la CUCI	Confección	Grande
Camisas de algodón para hombres o niños	Confección	Grande
Camisas de algodón para hombres o niños	Confección	Grande
Camisas de las demás materias textiles, de punto, para hombres o niños	Confección	Mediana
Camisas, blusas y blusas camiseras de algodón para mujeres o niñas	Confección	Grande
Camisas, blusas y blusas camiseras de algodón para mujeres o niñas	Confección	Grande
Los demás "T-shirts" y camisetas de las demás materias textiles, de punto	Confección	Mediana
Las demás hojas p/chapado y contrachapado y demás maderas aserradas longitudinalmente, cortadas o desenrolladas, inclusive cepilladas, lijadas o unidas por entalladuras múltiples, de espesor inferior o igual a 6 mm	Maderas y productos de madera	Grande
Muebles de madera del tipo de los utilizados en cocinas	Madera y productos de madera	Mediana
Muebles de madera del tipo de los utilizados en dormitorios	Madera y productos de madera	Mediana
Acido bórico	Otros productos manufacturados	Grande
Tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre, de plástico	Otros productos manufacturados	Mediana
Sacos (chaquetas) de lana o pelo fino, de punto, para hombres o niños, (excepto de baño)	Productos Artesanales	Pequeña
Bolsas (sacos) y talegas, para envasar, de algodón	Textiles	Grande
Productos inestables		
Camisones y pijamas de algodón, para hombres o niños	Confección	Grande
Los demás guantes, mitones y manoplas de cuero natural o regenerado	Cueros y productos de cuero	Grande
Prendas de vestir de cuero natural o cuero regenerado	Cueros y productos de cuero	Pequeña
Prendas de vestir de cuero natural o cuero regenerado	Cueros y productos de cuero	Pequeña

(Continúa)

Tabla 6. Productos, rama y tamaño de empresa (Continuación)

	Rama	Tamaño*
Las demás , madera contrachapada, chapada y estratificada constituida por hojas de madera de espesor inferior o igual a 6 mm, que tengan por lo menos una hoja externa de madera distinta de la de coníferas	Madera y productos de madera	Grande
Los demás tableros de partículas y tableros similares de madera	Madera y productos de madera	Pequeña
Tableros de partículas llamados "waferboard", incluidos los llamados "oriented strand board"	Madera y productos de madera	Pequeña
Los demás envases tubulares, ampollas y demás recipientes para el transporte o envasado, de vidrio, de capacidad superior a un litro	Otros productos manufacturados	Mediana
Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares de punto	Productos Artesanales	Mediana
Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares de punto	Productos Artesanales	Mediana
Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares de punto	Productos Artesanales	Pequeña
Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares de punto	Productos Artesanales	Microempresa
Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares de punto	Productos Artesanales	Mediana
Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares de punto	Productos Artesanales	Mediana
Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares de punto	Productos Artesanales	Microempresa
Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares de punto	Productos Artesanales	Grande
Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares de punto	Productos Artesanales	Pequeña
Tiendas (carpas) de fibras sintéticas	Textiles	Grande
Hilados de algodón sencillos de fibras peinadas (85% o más de algodón) de título inferior a 232,56 DTEX pero superior o igual a 192,31 DTEX (superior al nro. MT.43, inferior o igual al nro. MT.52) sin acondicionamiento para la venta al por menor	Textiles	Grande

Fuente: CEDLA (2000)

Nota: (*) El tamaño de las empresas ha sido determinado con base en el número de trabajadores: 1-5 = microempresa; 6-30 = empresa pequeña; 31-100 = empresa mediana; 100 y más = empresa grande; reconocemos la insuficiencia del criterio utilizado para esta determinación y tomamos con cautela los rangos propuestos. Sin embargo, creemos que son pertinentes por tratarse de empresas exportadoras y porque hemos considerado los criterios (de empleo) utilizados en otros países de la región.

Entre los productos inestables destacan, en número, los productos artesanales: 9 de estos productos representan el 47% del total, ellos son chales, pañuelos de cuello de punto, etc. (Tabla 6). Estos productos tienen una participación menor, sino marginal, en el total de las exportaciones de las empresas que los exportan y, por lo mismo, no gozan de prioridad en sus estrategias de diseño y *marketing*³. También destacan las prendas y accesorios de vestir de cuero (3 empresas), que están claramente identificados como productos inestables, ya que no hay ninguna empresa que exporte estos productos de manera estable. En el caso de las prendas de vestir de cuero, las dos empresas que las exportan son pequeñas. Las exportaciones de productos inestables las realizan empresas de menor tamaño, sobre todo de productos artesanales de madera y cuero. La competencia que enfrentan estos productos en cuanto a calidad y precios que se sustentan en economías de escala, parecen ser los elementos más importantes que determinan su inestabilidad en el mercado. Generalizando, podemos afirmar que en nuestro país el reducido tamaño de muchas empresas

Tabla 7. Productos estables e inestables por rama y tamaño de empresa

Rama	Productos estables				
	Tamaño de la empresa				Total
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	
Confección			2	5	7
Madera y productos de madera			2	1	3
Otros productos manufacturados			1	1	2
Productos artesanales		1			1
Textiles				1	1
<i>Subtotal</i>		1	5	8	14
Productos inestables					
Confección				1	1
Cueros y productos de cuero		2		1	3
Madera y productos de madera		2		1	3
Otros productos manufacturados			1		1
Productos artesanales	2	2	4	1	9
Textiles				2	2
<i>Subtotal</i>	2	6	5	6	19
Total	2	7	10	14	33

Fuente: CEDLA (2000)

³ La totalidad de las empresas exportadoras de tejidos de punto centran sus exportaciones principalmente en suéteres (chompas) y otros artículos de mayor valor.

constituye aún un factor determinante de la inestabilidad que afecta a los productos que exportan.

Con la excepción de las exportaciones de tapas de plástico y tiendas de fibras sintéticas, casi la totalidad de los productos estables e inestables de exportación seleccionados para la muestra se fabrican con base en recursos naturales o son productos intensivos en mano de obra.

3.2.2 Características de la inserción de las empresas en el mercado internacional

Un elemento importante de la inserción de las empresas en el mercado internacional es la participación en ellas de capital extranjero, participación que refleja su capacidad de incorporar recursos suficientes como para atender las necesidades de inversión e implica, además, la incorporación de nueva tecnología, *know-how* y, fundamentalmente, una garantía de acceso a nuevos mercados.

Casi la totalidad de las empresas seleccionadas para la muestra operan con capital de origen nacional. Las cuatro empresas que cuentan con la participación de capital extranjero son empresas medianas y grandes y tienen como principal mercado los países de origen de ese capital; la administración de estas empresas está a cargo de personal del mismo país (Tabla 8).

Tabla 8. Origen del capital (según actividad y tamaño de las empresas)

	Nacionales	Extranjeras	Con participación extranjera
Confección	3	1	
Cueros	4		
Madera y productos de madera	5		1
Productos artesanales	9		
Textiles	1		1
Otros productos manufacturados	3	1	
Total	25	2	2
Microempresas	2		
Empresas pequeñas	5		
Empresas medianas	9	1	1
Empresas grandes	9	1	1
Total	25	2	2

Fuente: CEDLA (2000)

A excepción de estas cuatro empresas que cuentan con capital extranjero, las restantes sustentan sus inversiones exclusivamente en capitales nacionales o en créditos del sistema financiero nacional. Como veremos más adelante, muchas empresas no realizan inversiones en ciertas áreas, como por ejemplo en gestión; las consecuentes debilidades de las empresas no garantizan la rentabilidad de nuevas inversiones y menos propician la inversión extranjera directa.

Otro de los indicadores importantes relativos a la inserción de las empresas en el mercado internacional es el porcentaje de sus exportaciones con relación a las ventas totales⁴ (Tabla 9).

En lo que se refiere a la fabricación de productos estables, son tres empresas las que prácticamente han dejado de ser empresas exportadoras en 1999. De las empresas que exportan los once productos estables restantes, tres exportan entre el 30 y 40% de su producción (dos de la rama de la confección y otra de la rama de productos de madera), otras cinco entre el 70 y 80%, y sólo tres empresas exportan la totalidad de su producción. Cuatro de las siete empresas grandes de confección de textiles presentan una relación exportaciones/ventas menor al 30%, dos de las cuales lamentablemente han dejado de exportar al Brasil, su principal mercado, por la devaluación del real. Las empresas medianas (a excepción de una), presentan niveles de exportación sobre ventas superiores al 70%; situación similar caracteriza a las empresas de este tamaño que exportan productos inestables.

En cuanto a la exportación de productos inestables, 14 de las 18 empresas encuestadas exportan más del 70% de su producción, 7 de las cuales lo hacen en su totalidad⁵. Una exporta la mitad de su producción y tres empresas exportan entre el 10 y 20% de ella.

Según este indicador, 22 de las mencionadas 29 empresas estudiadas⁶ demuestran una clara orientación hacia las exportaciones y, por tanto, mayor dependencia del mercado externo (exportan más del 70% de su producción). Por lo mismo, el análisis de la tendencia de sus exportaciones es revelador para ver si se mantienen o no su estabilidad.

⁴ En la mayoría de los casos, los entrevistados nos proporcionaron datos sobre el conjunto de las exportaciones de la empresa y no pudieron precisar con exactitud la relación exportaciones/ventas de los productos de nuestro interés.

⁵ Recordemos que el total de productos es de 33, los que son fabricados por 29 empresas encuestadas, por lo que algunas empresas exportan más de un producto de la muestra.

⁶ 8 (58%) y 14 (75%) empresas exportadoras de productos estables e inestables, respectivamente.

Tabla 9. Destino de la producción según tamaño y especialización de la empresa en 1999 (en porcentajes)

Tamaño	Especialización	1999	
		M.I.*	M.E.*
Productos estables			
Grande	Madera y productos de madera	100	0
Grande	Confección	99	1
Grande	Confección	99	1
Grande	Confección	70	30
Grande	Confección	70	30
Grande	Confección	30	70
Grande	Textiles	30	70
Grande	Otros productos manufacturados	0	100
Mediana	Madera y productos de madera	60	40
Mediana	Otros productos manufacturados	30	70
Mediana	Confección	20	80
Mediana	Confección	20	80
Mediana	Madera y productos de madera	0	100
Pequeña	Productos Artesanales	0	100
Productos inestables			
Grande	Madera y productos de madera	100	0
Grande	Textiles	90	10
Grande	Confección	30	70
Grande	Textiles	20	80
Grande	Productos artesanales	5	95
Grande	Cueros y productos de cuero	0	100
Mediana	Otros productos manufacturados	0	20
Mediana	Productos artesanales	20	80
Mediana	Productos artesanales	15	85
Mediana	Productos artesanales	15	85
Mediana	Productos artesanales	5	95
Pequeña	Productos artesanales	90	10
Pequeña	Cueros y productos de cuero	50	50
Pequeña	Cueros y productos de cuero	0	100
Pequeña	Madera y productos de madera	0	100
Pequeña	Madera y productos de madera	0	100
Pequeña	Productos artesanales	0	100
Microempresa	Productos artesanales	0	100
Microempresa	Productos artesanales	0	100

Fuente: CEDLA (2000)

Nota: * M.I.: mercado interno; M.E.: mercado externo

El Gráfico 2 muestra que solamente 4 de los 14 productos estables (26%), mantuvo o incrementó sus exportaciones durante 1997-1999; lo mismo ocurrió con 5 de los 19 productos inestables. Solamente 9 de los 33 productos considerados (27%) se han mantenido estables dentro del mercado internacional. Las empresas exportadoras de productos inestables corresponden al rubro de la confección y una al sector textil (bolsas y talegas para envasado).

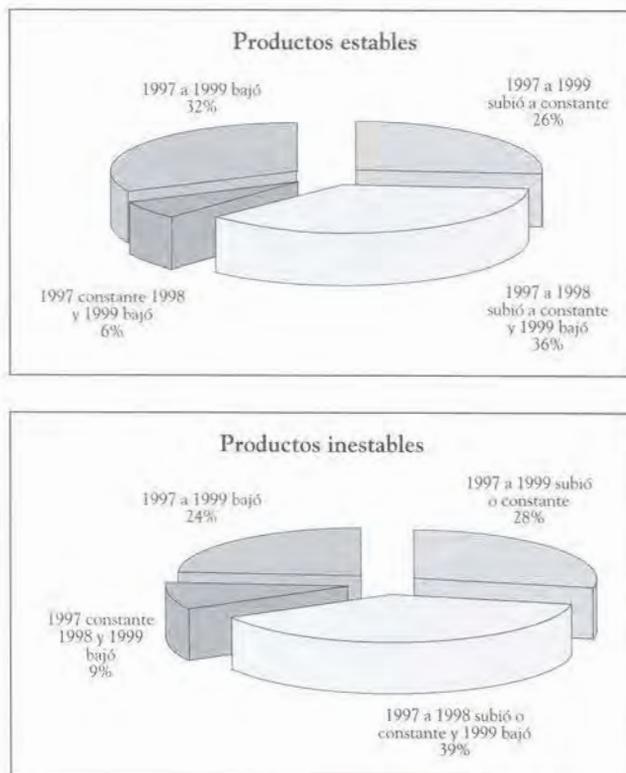
Aunque existe la posibilidad de sustituir productos para mantener la capacidad de exportación, hemos podido constatar que pocas empresas han incursionado exitosamente en la innovación de productos. Una de ellas (grande) ha diversificado su gama de productos de manufacturas de cuero y otra (microempresa), dedicada a la fabricación de productos artesanales, no sólo ha profundizado su gama de productos, sino que ha diversificado sus líneas de producción incorporando a nuevos grupos de pequeños productores de productos agrícolas orgánicos, productos de vidrio y tejidos de punto con seda.

Los productos cuyas exportaciones disminuyeron sólo en 1999 son 5 estables (36%) y 7 inestables (37%). Recordemos que el período considerado para determinar la condición de estabilidad abarca hasta 1998, es decir, 5 productos estables pasaron a ser inestables. Podríamos esperar con marcado optimismo que estas exportaciones –afectadas principalmente por las repercusiones de la crisis asiática en nuestra región– se recuperen una vez que retorne la estabilidad a los mercados, siempre y cuando el “aterrizaje” de la economía estadounidense no tenga efectos contractivos en la demanda y los precios internacionales de las manufacturas.

Además disminuyeron las exportaciones de otros 5 productos estables y 6 inestables desde 1998 e incluso desde 1997. Estos productos están sujetos a una más acentuada condición de inestabilidad y, por lo tanto, en peores condiciones de revertir dicha tendencia en un corto plazo. Su condición inestable se agrava aún más porque las respectivas empresas no solamente enfrentan problemas de liquidez, sino que se han reducido considerablemente sus posibilidades de inversión y refinanciamiento basadas en el crédito⁷.

⁷ La contracción del crédito, las dificultades de refinanciamiento de las deudas, y el incremento de la mora, han reducido la capacidad de reinversión de las empresas manufactureras en particular.

Gráfico 2. Comportamiento de las ventas, 1997-1999



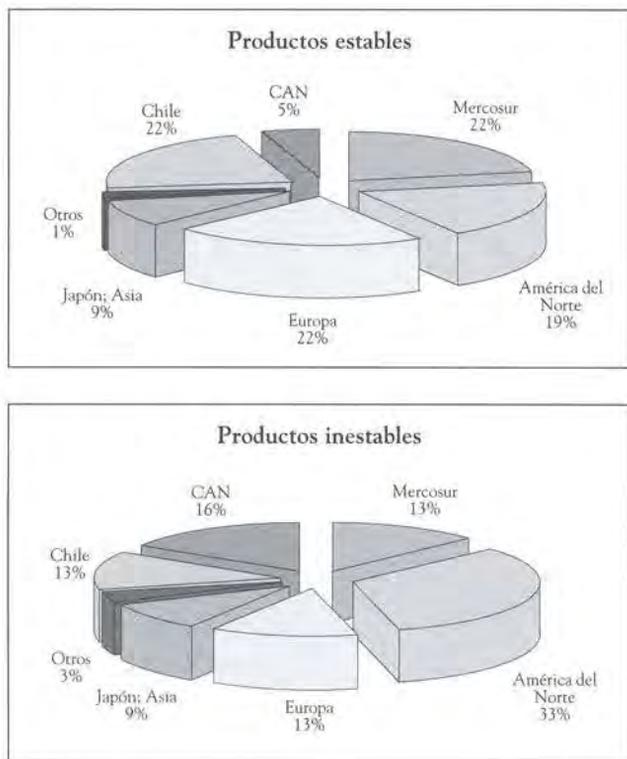
Fuente: CEDLA (2000)

Ahora bien, ¿a dónde se exportan estos productos? El 49% de las exportaciones de productos estables tienen como destino países de Latinoamérica (excepto México), el 51% restante América del Norte (19%), Europa (22%), Japón y Asia (9%), y otros (1%). Como se observa en el Gráfico 3, la distribución se concentra en cuatro destinos con un porcentaje similar de exportaciones; las exportaciones a los países de la CAN representan únicamente el 5%, y aquéllas destinadas a países latinoamericanos son mucho mayores a las realizadas a Norteamérica.

Por otro lado, el 42% de las exportaciones de productos inestables son destinadas a países de Latinoamérica, un porcentaje menor en relación a las exportaciones de productos estables con el mismo destino. Las exportaciones a la CAN alcanzan el 16%, sólo el 13% se dirige a Chile y el 13%

al Mercosur. Una tercera parte de ellas tienen como destino América del Norte y el 13% Europa; las exportaciones de productos inestables a América del Norte se incrementan notoriamente con relación a las exportaciones a Europa y el Mercosur. Para el caso de Japón y Asia, el porcentaje de exportaciones estables e inestables guarda la misma proporción: un 9%.

Gráfico 3. Exportaciones (por países, regiones y mercados de destino)



Fuente: CEDLA (2000)

Las exportaciones de productos de madera hacia Norteamérica están ganando mayor estabilidad por la creciente demanda de estos productos en ese mercado y por la reducción de la demanda en los países latinoamericanos. Por otro lado, otros productos inestables como los tejidos de punto, están conquistando mercados en Europa, aunque de manera no significativa. Los productos de cuero, a excepción de las exportaciones de fundas para

téfonos celulares a Venezuela, han visto disminuidas sus exportaciones en todos los mercados.

Aunque los datos recopilados no son suficientes como para determinar en qué medida los mercados de destino representan un elemento de estabilidad, podemos inferir por lo expuesto, que la inestabilidad de los mercados regionales ha influido considerablemente en el volumen de las exportaciones manufactureras nacionales.

Las personas entrevistadas han identificado una serie de factores que incidieron favorable o desfavorablemente en las exportaciones de sus empresas en el período 1997-1999. Por su diversidad, dichos factores han sido agrupados en factores relativos al producto, a las empresas, al mercado interno y al mercado externo.

La Tabla 10 muestra que los factores favorables relativos a los productos y a las empresas representan, en conjunto, el 54% del total. Ellos son: contratos de venta previos, mayor calidad y diversificación del producto, y calidad de materias primas y mano de obra.

Los factores relativos al mercado interno son irrelevantes para el incremento de las exportaciones: sólo lo explican en un 6%. Por el contrario, en el mercado externo se concentra el 40% de los factores responsables del aumento de las ventas, y son: la mayor demanda (amplios mercados y demanda insatisfecha), así como una competencia estimulante. Hay que resaltar la interdependencia de los tres factores principales que explican el aumento de las exportaciones: la mayor demanda resulta de contratos de venta previos, los que garantizan una producción más variada, estable y de mayor calidad.

Tabla 10. Factores de aumento y disminución en las ventas

	Productos estables			Productos inestables		
	Aumento	Disminución	Constancia	Aumento	Disminución	Constancia
Número de frecuencias	15	35	3	27	23	4
	Porcentajes					
Producto	27	14		51	13	
Empresa	27	0	67	19	9	50
Mercado interno	6	43		4	35	50
Mercado externo	40	43	33	26	43	
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: CEDLA (2000)

Los factores que inciden de manera desfavorable en la exportación de productos estables están relacionados con las condiciones imperantes en el mercado externo e interno, el 43% en ambos casos. La crisis económica internacional y nacional, así como los mayores niveles de competencia que se han instalado en ambos mercados, la competencia desleal y el contrabando en nuestro país son, en conjunto, los principales factores que determinan la caída de las exportaciones (65%). No se han identificado factores relativos a las actividades de las empresas, sin embargo, entre los factores relativos a los productos (14%) se registraron problemas en la calidad, el precio y abastecimiento de materias primas (9%), e insuficiencias en el diseño y la calidad de ellos (5%).

En cuanto al incremento de la exportación de los productos inestables, los factores favorables más importantes son aquéllos relativos al producto y la empresa: representan el 70% del total y se refieren a la mayor calidad y diversificación de los productos (22%); a la mejor calidad de las materias primas y de la mano de obra (15%); a mejores procesos de producción o calidad del producto (15%), así como a contratos de venta previos y a una mejor estrategia de inserción de los productos en los mercados. Los factores relativos al mercado externo no dejan de tener una relevancia significativa (26%). En un solo caso la caída de la demanda en el mercado interno fue identificada como un factor favorable al aumento de las exportaciones, mientras que en cuanto a los factores relativos al mercado externo, el incremento de la demanda tiene una frecuencia de 5 casos; dos más se deben a la orientación de las exportaciones hacia segmentos de población con altos ingresos y a segmentos de mercado anteriormente no atendidos.

Los factores relacionados con las condiciones del mercado externo repercuten significativamente menos en el incremento de las exportaciones de estos productos. En cambio, cobran una importancia mayor con relación a la disminución de ellas (43%). La crisis económica internacional, que redujo la demanda de parte de los clientes de las respectivas empresas, y la mayor competencia con otros productores son, en ese orden, los factores más importantes que explican el descenso de las exportaciones.

Las razones por las que las exportaciones de algunos productos estables e inestables se mantuvieron constantes fueron las siguientes: entregas regulares sin mayor demanda (cuatro casos); incapacidad para incrementar la producción a pesar de contar con una mayor demanda (dos casos) y, un mercado en el que los clientes están claramente identificados y distribuidos entre los productores (un caso).

Hay que precisar que no todas las exportaciones se realizan de forma continua y estable durante todo el año, muchas de ellas responden a variaciones estacionales, como las de tejidos de punto de lana o pelo fino. También los días festivos constituyen un elemento que condiciona la variación temporal de las exportaciones. Las empresas que exportan sus productos en forma estable son 12 de 29, lo que no significa que algunas de ellas no registren incrementos temporales en sus ventas al exterior. Las restantes enfrentan variaciones temporales en la demanda de sus productos, hecho que les obliga a hacer previsiones y reprogramaciones de su producción y reconsiderar la logística de sus exportaciones. Un incremento por meses lo experimentan un mayor número de empresas, entre las que sobresalen las exportaciones de tejidos de punto y de artículos de confección (Gráfico 4).

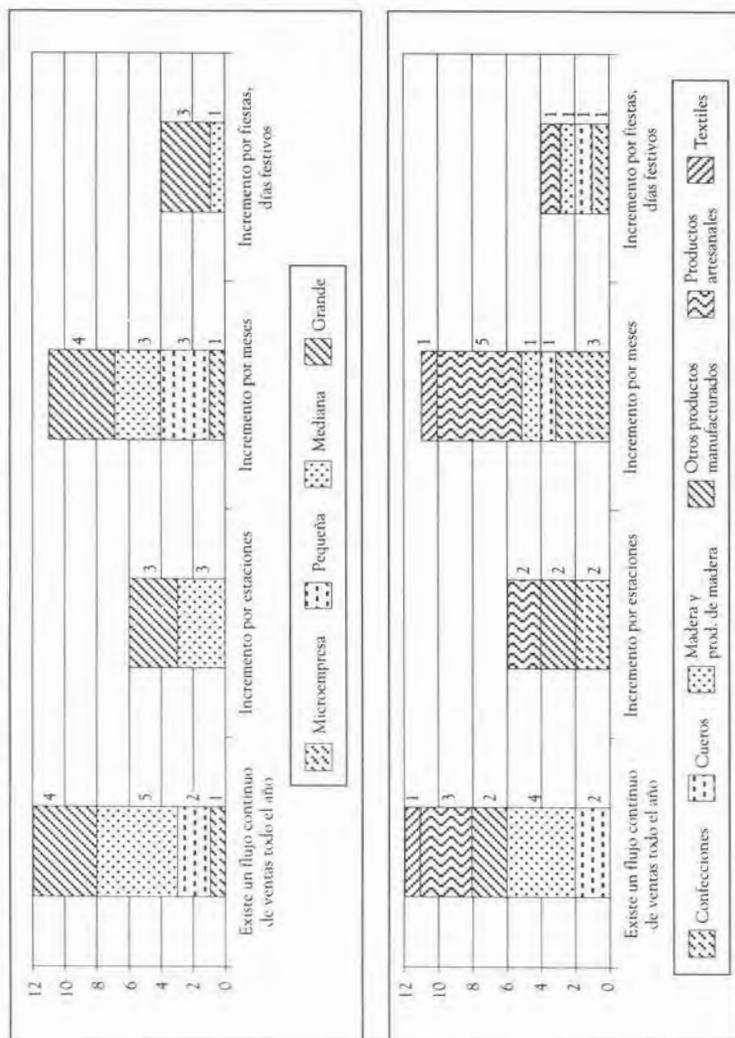
3.2.3 Los factores de estabilidad e inestabilidad

Aparte de los factores coyunturales que influyeron en la variación de las exportaciones entre 1997 y 1999, existen otros que inciden de manera sistemática en la estabilidad de las exportaciones. Estos factores fueron identificados por los propios entrevistados y han sido agrupados según los siguientes cuatro criterios: factores relativos al producto, la empresa, el mercado interno, y el mercado externo (Tabla 11).

Para los empresarios, los factores de estabilidad relativos al producto y a la empresa son los más importantes y constituyen el punto de partida de la estabilidad de sus exportaciones. Estos factores se refieren a la calidad, el diseño, la diferenciación y, por supuesto, el precio del producto. Dentro de estos calidad, precio, y aprovisionamiento de materias primas constituyen factores más determinantes que el costo y la calidad de la mano de obra, y que los problemas de transporte, entre otros. Al respecto no se trata solamente de la percepción de los entrevistados, es innegable que los productos y sus respectivas estrategias de producción y venta⁸ compiten dentro de una "vidriera" mundial en la que el dinamismo de la competencia cuestiona permanentemente su estabilidad.

⁸ "El nuevo concepto ya no se basa en un enfoque centrado en el 'producto en sí mismo', sino más bien en las necesidades del cliente (...) las personas compran productos por las necesidades que satisfacen (...) en el plano de la realidad lo que se 'compra' no es un producto sino un concepto. Si no se tiene un producto: ¿Cómo se puede fijar un precio? ¿Cómo se puede decidir cuál es el canal de distribución adecuado? ¿Cómo se puede diseñar y estructurar la campaña de comunicación? Con esto queremos subrayar que el producto/servicio es la unidad central de toda estrategia de marketing, y muchas veces la variable sobre la cual la empresa tiene que tomar decisiones en primer lugar, porque para una empresa el producto es la razón misma de su existencia". Brändor y Soto (1999), 152.

Gráfico 4. Estacionalidad en las ventas (según número, tamaño y actividad de las empresas)



Fuente: CEDLA (2000)

Tabla 11. Principales factores de estabilidad e inestabilidad de los productos de exportación*

Factores de estabilidad							Total
Tamaño de la empresa							
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande			
Frecuencia	7	17	29	28			81
Porcentajes							
Producto	57	71	72	57			
Empresa	29	23	7	36			
Mercado interno				3,5			
Mercado externo	14	6	21	3,5			
Total	100	100	100	100			
Rama							
	Confeción	Madera	Cueros	Artesanías	Textiles	Otros productos manufacturados	
Frecuencia	8	20	18	29	6	10	81
Porcentajes							
Producto	38	75	47	76	100	60	
Empresa	12	10	53	18			
Mercado interno	12	7,5					
Mercado externo	38	7,5		6		40	
Total	100	100	100	100	100	100	
Factores de inestabilidad							
Tamaño de la empresa						Total	
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande			
Frecuencia	6	16	37	25		84	
Porcentajes							
Producto		19	8	12			
Empresa	67	19	32	24			
Mercado interno	16,5	31	43	40			
Mercado externo	16,5	31	17	24			
Total	100	100	100	100			
Rama							
	Confeción	Madera	Cueros	Artesanías	Textiles	Otros productos manufacturados	
Frecuencia	12	13	13	28	6	12	84
Porcentajes							
Producto	17	8	15	14		8	
Empresa	33	46	8	25	17	26	
Mercado interno	33	31	62	43	33	33	
Mercado externo	17	15	15	18	50	33	
Total	100	100	100	100	100	100	

Fuente: CEDLA (2000)

Nota: * Las respuestas se entienden por empresas y se refieren al total de productos exportados

Complementariamente a los factores que determinan la estabilidad de un producto, son varios los factores relativos a la empresa que han sido identificados: eficientes procesos de producción y organización del trabajo; buena estrategia de comercialización; tecnología adecuada; capital de operación disponible y estabilidad financiera; atinada dirección de la gerencia; cumplimiento y puntualidad en los plazos de entrega y, por último, constancia y consecuencia con la empresa. Esta lista representa casi la totalidad de los factores que determinan la estabilidad de las exportaciones en casi todas las actividades consideradas, excepto en la rama de la confección de textiles y otros productos manufacturados, en las cuales aquéllos relativos al mercado externo representan el 40% del total de los factores. Por orden de importancia mencionaremos la demanda externa y clientes estables; un aumento de la demanda interna; tratados comerciales favorables y, para el caso específico de los tejidos de punto, el clima.

Los factores de inestabilidad están vinculados a las condiciones del mercado interno y externo, excepto en el caso de las dos microempresas entrevistadas. Para estas, la responsabilidad de la inestabilidad recae en un 67% en sí mismas, mientras que para las empresas restantes dichos factores son, en más del 60%, de orden económico y están, además, relacionados con su política interna y con las condiciones bajo las que operan. Las empresas medianas y grandes se enfrentan a más factores de inestabilidad en el mercado interno (en un 43 y 40%, respectivamente) y, en segundo término, a factores relativos a la empresa (en un 32 y 24 %); la combinación de dificultades mercado interno/empresa es más determinante en la inestabilidad de sus exportaciones que las dificultades relativas al producto.

En detalle, los factores de inestabilidad están relacionados con los siguientes problemas: abastecimiento; calidad y precio de las materias primas (8 empresas); precios inestables y costos de operación altos; condiciones económicas desfavorables y política gubernamental inadecuada; situación económica del mercado de destino; sobreoferta e incremento de la competencia (7); impuntualidad en la entrega; falta de información sobre políticas de promoción del sector exportador (6); falta de maquinaria o equipo; falta de infraestructura caminera y medios de transporte; competencia de los países de América Latina y del Asia (4); inexistencia de créditos preferenciales; difícil y costosa comercialización del producto; altos tributos y presión fiscal; burocracia y morosa devolución de impuestos; inestabilidad sociopolítica del país; factores climáticos y estacionalidad de las ventas (3); mala calidad y diseño del producto; acceso al crédito; falta de mano de obra calificada;

contrabando; patrones de moda rezagados en el país; poca claridad e incumplimiento de los acuerdos comerciales (2). El resto de los factores nombrados a continuación han sido identificados para sólo un caso: inexistencia de reprogramación de créditos; ineficiencia de las empresas verificadoras; demanda cada vez más exigente de los clientes; reglamentaciones y restricciones referidas a las importaciones en el mercado de destino.

En la rama de la confección, los factores de inestabilidad asociados a las propias empresas y al mercado interno se mencionan en el 66% de las respuestas. Esta concentración revela que los problemas socioeconómicos y macroeconómicos internos y las condiciones de desenvolvimiento que impone el mercado, así como la conducción y la situación de la empresa, generan una mayor inestabilidad.

En el rubro de los productos de madera, los más importantes elementos que causan inestabilidad se encuentran en las propias empresas (46%) y el mercado interno (31%); en cuanto al producto y al mercado externo solamente representan el 8 y 15%, respectivamente. En estas empresas las disparidades se explican por problemas tecnológicos (falta de maquinaria o equipo) y están relacionadas, más que con la calidad del producto, con las economías de escala y el volumen de producción que pueden alcanzar individualmente para cubrir la demanda que se presenta. A esto hay que añadir los precios inestables y los altos costos de operación, así como la inexistencia de un entorno económico favorable e inadecuadas políticas gubernamentales, entre los factores más relevantes.

Para los exportadores de artículos de cuero, los factores de inestabilidad originados en el mercado interno representan el 62%; individualmente, los otros factores de inestabilidad representan menos del 15%. Recordemos que los productos del rubro considerados en la muestra son inestables, por tanto, el deterioro de las condiciones del mercado interno son determinantes con relación a un incremento de su inestabilidad; lo propio se podría afirmar para las artesanías.

Por su lado, las dos grandes empresas exportadoras de textiles relacionan el 50% de la inestabilidad de sus productos con el mercado externo y el 33% con el mercado interno. Los mismos productos no presentan factores de inestabilidad y aquéllos referidos a las empresas sólo alcanzan el 17% del total.

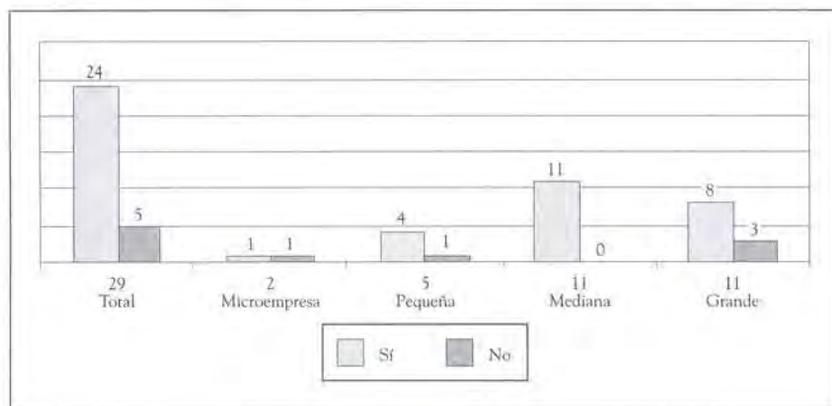
Las tres empresas exportadoras de 'otros productos manufacturados' atribuyen la inestabilidad de éstos en solamente un 8% a los factores relacionados con los propios productos; para ellas, los otros factores son responsables de la inestabilidad en un porcentaje similar.

En síntesis, podemos afirmar que el mercado interno no ofrece condiciones de estabilidad para microempresas, empresas pequeñas y medianas, como tampoco para los exportadores de productos de cuero, artesanías, textiles, y otros productos manufacturados. Consecuentemente, los factores de inestabilidad presentes en el mercado interno cobran mayor importancia para estos rubros.

Los empresarios entrevistados no identifican un número significativo de factores de estabilidad en el mercado externo, a excepción de las empresas medianas (21%). Pero el mercado externo tampoco es muy relevante con respecto a la inestabilidad de las exportaciones, si se exceptúan de ellas los productos textiles y otros productos manufacturados, cuyas menores ventas en el exterior se deben fundamentalmente a la crisis brasileña.

A pesar de la existencia de elementos de inestabilidad que afectan a sus propios productos de exportación, los empresarios reportan en su mayoría que los mercados a los que exportan son mercados estables. En esta afirmación está implícito el reconocimiento de la magnitud de los mercados de destino: a pesar de la caída de sus exportaciones, potencialmente esos mercados sobrepasan su capacidad de exportación (es el caso de 24 de 29 entrevistados). Como se aprecia, existen una serie de factores y condiciones presentes en las empresas, que explican con mayor precisión el grado de estabilidad de sus exportaciones (Gráfico 5).

Gráfico 5. Comportamiento estable de los mercados de destino (según tamaño de las empresas)



Fuente: CEDLA (2000)

3.2.4 La importación de materias primas

De las catorce empresas exportadoras de productos estables, seis empresas del rubro de la confección que exportan camisas y *T-shirts* importan casi el 100% de las materias primas necesarias para su producción (ellas representan cerca del 43% de las empresas con exportaciones estables). Otras dos empresas importan entre el 34% y 66% de las materias primas que utilizan: se trata de empresas productoras de sacos y talegas y de productos artesanales; las seis empresas restantes importan hasta el 33% de las materias primas que necesitan para producir.

Cinco de las diecinueve empresas que fabrican productos inestables importan casi la totalidad de las materias primas indispensables para la producción y otras ocho importan entre el 34 y 66% de ellas; el resto lo hace en una proporción de hasta el 33%.

En la Tabla 12 se muestra que las principales razones para la importación de materias primas son la mala calidad, inexistencia o insuficiente producción de materias primas e insumos en el país (representan el 56% del total); esta participación se eleva a un 100% para el caso de las microempresas y las empresas del sector textil y, sólo en el rubro de cueros y maderas, representa menos del 30%, aunque en el rubro de productos de cuero el 14% de las materias primas las proveen los clientes. Esto se debe a la calidad de los cueros que exigen para los productos específicos que demandan, lo que genera formas de producción que bien pueden tipificarse de 'maquila para exportación'. En el caso del rubro 'maderas y productos de madera', las importaciones se refieren a insumos para la producción (colas, lijas, etc.), que en total no sobrepasan el 5% del costo de los productos. La importación de materias primas necesaria para la fabricación de productos artesanales se debe en un 75% a la mala calidad e insuficiente producción nacional. Por ejemplo: a pesar de que existe suficiente lana de camélidos en el país, ésta es exportada al Perú para ser hilada y teñida según las exigencias de calidad que rigen en el mercado internacional.

El menor precio de las materias primas en el exterior representa otra razón importante para su importación en el caso de los productos de cuero (57%) y es fundamental para los 'productos manufacturados diversos' (80%); es de menor importancia en el caso de las confecciones de textiles (23%).

Tabla 12. Razones de importación de materias primas para la producción de exportación (en porcentajes)

	Total	Productos estables	Productos inestables	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Gran empresa	Confección	Cueros	Madera y prod. de madera	Otros productos manufacturados	Productos artesanales	Textiles
Mala calidad, inexistencia o insuficiente producción de materias primas e insumos a nivel nacional	56	58	52	100	38	40	73	62	29	67	20	78	100
Menor precio de materias primas e insumos en el exterior	30	19	30	0	38	28	21	22	57	0	80	0	0
Precios altos de los insumos nacionales	3	11	0	0	0	13	0	8	0	0	0	0	0
Los clientes exigen el uso de determinada materia prima o insumo	2	11	11	0	0	8	0	0	0	0	0	11	0
Los clientes proveen la materia prima	2	0	7	0	12	0	0	0	14	0	0	0	0
Los proveedores no son cumplidos ni responsables	7	0	0	0	12	13	6	8	0	33	0	11	0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: CEDLA (2000)

En general, el 33% de los motivos para importar materias primas e insumos están relacionados con el mayor precio o la menor calidad de la materia prima nacional. A esto hay que añadir el hecho que los proveedores no son cumplidos ni responsables, razón que explica en un 7% la importación de los mencionados recursos.

La importación de materias primas constituye un factor de inestabilidad con relación a los costos asociados a la importación: deterioran la competitividad-precio de los productos con respecto a los productos fabricados en los países que producen las materias primas. A esto deben agregarse otras dificultades relativas a la importación, como ser los retrasos en la provisión de ellas, o la necesidad de comprar mayores volúmenes para abaratar los costos, entre otras.

La importación de materias primas requiere mayor actividad y presenta dificultades para muchas empresas: la importación por vía terrestre, que puede tener costos más reducidos, tiene otras complicaciones, como las demoras que causan retrasos en la producción e incumplimiento en los plazos de entrega.

El número de empresas que se ven forzadas a importar materias primas por su inexistencia o insuficiente oferta en el mercado nacional (31 de 33), refleja la complejidad del problema de la producción de insumos nacionales y su impacto en la estabilidad de las exportaciones.

3.2.5 Empleo y capacitación

Los datos de la Tabla 13 muestran que el 28% de la fuerza laboral de las empresas exportadoras de la muestra se compone de mujeres; su participación en algunas actividades, como la fabricación de productos artesanales y, específicamente, de tejidos de punto, así como en las confecciones de textiles, es mayoritaria y resulta de una combinación particular de su condición de género y de las destrezas específicas con que aportan a la producción. Por lo mismo, es evidente para estas empresas que la fuerza laboral femenina constituye un elemento que contribuye a la estabilidad de sus exportaciones. En la producción artesanal de tejidos de punto su participación promedio es de 68%. En la rama de la confección, tres de las cuatro empresas visitadas cuentan con una fuerza laboral femenina que representa entre el 56 y el 78% del total. En una de las cuatro empresas que fabrican productos de cuero de forma artesanal, este porcentaje alcanza el 61%. En el resto de las empresas no hay predominio ni preferencia por la fuerza laboral femenina (en dos empresas exportadoras de artículos de cuero no artesanales su participación es casi nula y en otra más asciende al 36%). En el rubro 'madera y productos de madera' su participación promedio es del 18% (dentro de unos márgenes que van del 4 al 31%). En la fabricación de textiles y de vidrio y ácido bórico su participación es casi nula, mientras que en la fabricación de tapas de plástico asciende a 26%.

Tabla 13. Tamaño de las empresas según número de trabajadores*

Tamaño	Rama	Ob	Var.	Muj.	Perm.	Even. ¹	Extr. ²	Ob.+Ev. +Extr.	Adm.	Var.	Muj.	Var. %	Muj. %	Ob.+Adm. +Ev.	De planta
Microempresa	Productos artesanales	0	0	0	0	0	20	20	2	1	1	50,00	50,00	2	2
Pequeña	Cuero y productos de cuero	4	4	0	4	0	0	4	2	2	0	100,00	0,00	6	6
Pequeña	Productos artesanales	10	0	10	10	1	250	261	1	0	1	0,00	100,00	12	11
Pequeña	Productos artesanales	14	4	10	0	1,000	1,014	4	4	3	1	38,89	61,11	18	18
Pequeña	Cuero y productos de cuero	24	8	16	0	5	29	4	4	3	1	39,29	60,71	28	28
Pequeña	Madera y productos de madera	26	18	8	0	10	0	36	3	2	1	68,97	31,03	39	29
Mediana	Otros productos manufacturados	35	12	23	35	6	0	41	6	6	0	43,90	56,10	47	41
Mediana	Productos artesanales	50	10	40	0	0	60	110	4	1	3	20,37	79,63	54	54
Mediana	Confección	52	32	20	0	0	0	52	5	3	2	61,40	38,60	57	57
Mediana	Productos artesanales	42	10	32	0	0	0	42	15	3	12	22,81	77,19	57	57
Mediana	Otros productos manufacturados	54	44	10	0	6	0	60	8	2	6	74,19	25,81	68	62
Mediana	Otros productos manufacturados	60	60	0	0	0	200	260	8	6	2	97,06	2,94	68	68
Mediana	Productos artesanales	0	35	30	0	65	0	130	3	0	3	51,47	48,53	68	3
Mediana	Productos artesanales	65	13	52	65	0	115	180	5	3	2	22,86	77,14	70	70
Mediana	Madera y productos de madera	50	50	0	50	40	0	90	5	3	2	96,36	3,64	95	55
Mediana	Madera y productos de madera	60	48	12	0	30	0	90	11	8	3	78,87	21,13	101	71
Grande	Cuero y productos de cuero	90	60	30	0	0	0	90	20	10	10	63,64	36,36	110	110
Grande	Confección	75	30	45	75	0	0	75	60	30	30	44,44	55,56	135	135
Grande	Madera y productos de madera	70	63	7	70	60	0	130	8	6	2	88,46	11,54	138	78
Grande	Confección	120	36	84	120	0	0	120	40	20	20	33,00	67,00	160	160
Grande	Cuero y productos de cuero	180	178	2	180	10	0	190	10	9	1	98,42	1,58	200	190
Grande	Productos artesanales	240	120	120	0	0	240	10	1	9	48,40	51,60	250	250	
Grande	Confección	250	50	200	250	0	250	10	6	4	21,54	78,46	260	260	
Grande	Otros productos manufacturados	230	228	2	230	20	0	250	15	9	6	96,73	3,27	265	245
Grande	Textiles	270	270	0	270	0	0	270	45	32	13	95,87	4,13	315	315
Grande	Textiles	370	350	20	370	0	0	370	30	25	5	93,75	6,25	400	400
Grande	Madera y productos de madera	70	60	10	70	300	0	370	35	25	10	80,95	19,05	405	105
Grande	Madera y productos de madera	180	180	0	180	420	0	600	12	6	6	96,88	3,13	612	192
Total		2.691	1.973	783	1.979	968	2.450	6.174	384	227	157	71,54	28,46	4.043	3.075

Fuente: CEDIA (2000)

Notas:

*) El tamaño de las empresas ha sido determinado con base en el número de trabajadores: 1-5 = microempresa; 6-30 = empresa pequeña; 31-100 = empresa mediana; 100 y más = empresa grande; reconocemos la insuficiencia del criterio utilizado para esta determinación y tomamos con cautela los rangos propuestos. Sin embargo, creemos que son pertinentes por tratarse de empresas exportadoras y porque hemos considerado los criterios (de empleo) utilizados en otros países de la región.

1) Son eventuales los trabajadores con contratos temporales de menos de tres meses o "desajustas" que trabajan en las instalaciones de la empresa.

2) Los trabajadores externos realizan el trabajo fuera de las instalaciones de la empresa (a desajajo).

Ob.: obreros; Var.: varones; Muj.: mujeres; Perm.: trabajadores permanentes; Even.: trabajadores eventuales; Adm.: empleados administrativos; Extr.: trabajadores externos

Por otro lado, en la producción de tejidos de punto es notable la contratación de trabajadores eventuales y de trabajadores externos, o el trabajo a destajo, lo que disminuye el control de calidad directo, ocasiona demoras en los tiempos de entrega y exige mayores esfuerzos de logística, como la dotación de materias primas y la recolección de las prendas elaboradas. Bajo esta forma de contratación –en las empresas dedicadas a esta actividad– se reclutan desde 20 hasta más de 1.000 tejedores, cifras que fluctúan estacionalmente según los pedidos. De acuerdo a los entrevistados, esta fluctuación puede alcanzar el 50% de los trabajadores contratados. Por lo mismo, los tejedores, individualmente o en grupos, pueden recibir trabajos de más de una empresa, lo que ha dado lugar a la organización de grupos de tejedores independientes que, en algunos casos, pasan a depender de un intermediario subcontratista de mano de obra que se encarga de la organización del trabajo, la capacitación y la logística de la producción.

En la rama 'madera y productos de madera' también se registran índices significativos de contratación de personal eventual. En algunas empresas las cifras alcanzan los 300 y 420 empleados ocasionales, empresas para las que no podemos precisar las condiciones de contratación, aunque han reportado la existencia de subcontratistas de mano de obra que organizan grupos de trabajo.

Sólo una de las empresas del rubro 'otros productos manufacturados' (productora de vidrios) recurre a la contratación de trabajadores externos en forma significativa (200 trabajadores de un total de 260).

Este tipo de contrataciones se debe fundamentalmente a las variaciones estacionales de la demanda (en el caso de las empresas de tejidos de punto), y a las variaciones imprevistas de la demanda en las otras actividades.

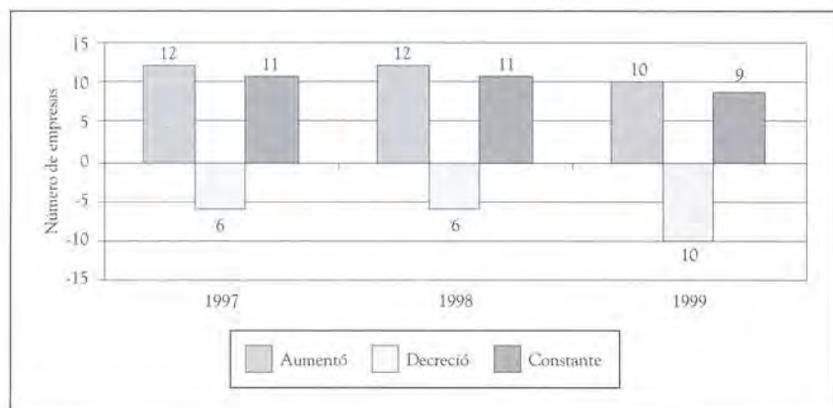
También en la producción de productos de 'cuero y productos de cuero' se recurre a la contratación de personal eventual o externo, la cual representa –con relación a la planta laboral estable– un 18 y un 150% en dos pequeñas empresas, y sólo el 5% en otra empresa mediana.

La disminución de la demanda como efecto de la crisis internacional, ha sido una de las causas del incremento, casi generalizado, de la contratación de personal eventual y externo en detrimento de las contrataciones estables, medida que es el resultado de la necesidad de reducir los costos, principalmente salariales. Esta situación pone a las empresas ante una disyuntiva: la de estudiar detenidamente, en cada caso particular, si es más conveniente reducir los costos vía contratación de personal eventual

como un mecanismo que busca estabilidad en el corto plazo, o si es más conveniente sacrificar ganancias en el corto plazo para mantener y mejorar la productividad de la mano de obra.

La variación del empleo en las empresas visitadas constituye la primera respuesta a esta pregunta (los datos recopilados son reveladores en este sentido). (Gráfico 6).

Gráfico 6. Variación del empleo en las empresas encuestadas, 1997-1999



Fuente: CEDLA (2000)

Aunque no contemos con datos más que cualitativos, es importante analizar cuál ha sido la variación del empleo. En el período 1997-1999, el número de empresas en las que ha disminuido el nivel de empleo se ha incrementado de 6 a 10. De las 11 empresas que mantuvieron constante el número de trabajadores hasta 1998, 2 han reducido su personal en 1999. Lo mismo ha ocurrido en otras dos empresas que hasta 1998 incrementaron su personal.

De las cuatro empresas que procedieron al despido de obreros, dos son grandes y dos medianas (hay que tener presente que estas empresas han despedido obreros formalmente contratados).

En el caso particular de las empresas exportadoras de productos artesanales (tejidos de punto), o de productos de cuero (prendas de vestir de cuero y marroquinería), rubros en los que se da con mayor frecuencia la subcontratación de mano de obra o la producción a destajo, no es posible determinar con exactitud el nivel de empleo por la alta variación que éste registra en función de los pedidos. Por consiguiente, aunque las micro y

pequeñas empresas hayan reportado que no disminuyó el número de empleados formalmente contratados, la reducción de sus exportaciones y de su producción a destajo constituye prácticamente una reducción del nivel de empleo.

La mayor inestabilidad en las exportaciones de productos manufacturados tiene dos repercusiones simultáneas: de un lado se reduce el empleo en el sector exportador o se reduce la capacidad de generar empleo y se deterioran las condiciones laborales; de otro lado hay una concentración de la fuerza de trabajo en niveles de capacitación básicos y medios. Solamente seis empresas han reportado una calificación superior del 100% de sus obreros, entendiéndose por ésta, en algunos casos, el dominio y la destreza requerida en su oficio. Dieciocho de las veintinueve empresas encuestadas reportan una capacitación superior de su fuerza laboral de hasta un 33%, el resto de los trabajadores o está en un proceso de capacitación en la misma práctica, o no requiere de una capacitación superior para desempeñar su trabajo (Tabla 14).

En ocho empresas se registra un nivel de capacitación medio de los obreros, nivel que predomina en la rama de la confección. Estas empresas se caracterizan por una distribución más equitativa entre trabajo y capital: utilizan tecnología medianamente sofisticada trabajan con escalas de producción acumulativas basadas en el número de máquinas-herramienta más que en el nivel tecnológico de éstas.

El nivel de capacitación básico de los obreros es preponderante en otras siete empresas que son más intensivas en mano de obra y de menor tamaño.

Dos de las seis empresas productoras de artículos de madera reportan un nivel de capacitación básica en el 100% de sus trabajadores. En otra sólo el 20% de los trabajadores cuenta con capacitación media y las otras tres emplean trabajadores con un mayor nivel de capacitación. En las empresas del rubro 'productos manufacturados diversos' (empresas productoras de artículos de plásticos y vidrios), casi la totalidad de los trabajadores cuentan con una capacitación superior. En el primer caso, el nivel de la tecnología utilizada requiere una especialización mayor para el control de procesos automatizados y de control de calidad; la tecnología utilizada por esta empresa es de alto nivel y ella cuenta, además, con un sistema centralizado de información de los procesos.

En el caso de la empresa productora de cierres que insume productos semielaborados, el nivel de capacitación predominante es el medio, no así en la empresa productora de ácido bórico, donde el 85% de los trabajadores cuenta únicamente con una capacitación básica.

Tabla 14. Nivel de calificación de los trabajadores (en porcentajes)

Rama	Obreros			Personal administrativo		
	Básica	Mediana	Superior	Básica	Mediana	Superior
Confección	20	80	0	0	0	100
Confección	0	100	0	0	0	100
Confección	0	70	30	0	0	100
Confección	0	80	20	0	80	20
Cueros y productos de cuero	33	33	34	0	0	100
Cueros y productos de cuero	20	35	45	0	0	0
Cueros y productos de cuero	0	0	100	100	0	0
Cueros y productos de cuero	0	100	0	0	0	100
Madera y productos de madera	100	0	0	0	30	60
Madera y productos de madera	40	30	30	0	30	70
Madera y productos de madera	100	0	0	0	100	0
Madera y productos de madera	80	20	0	0	70	30
Madera y productos de madera	0	50	50	0	20	80
Madera y productos de madera	30	60	10	0	50	50
Otros productos manufacturados	0	20	80	0	0	100
Otros productos manufacturados	0	5	95	0	0	100
Otros productos manufacturados	30	70	0	0	70	30
Otros productos manufacturados	85	15	0	0	0	100
Productos artesanales	0	20	80	0	25	75
Productos artesanales	100	0	0	0	50	50
Productos artesanales	50	50	0	100	0	0
Productos artesanales	95	3	2	0	80	20
Productos artesanales	14	40	46	0	0	100
Productos artesanales	0	0	0	0	0	100
Productos artesanales	0	0	100	0	0	100
Productos artesanales	0	20	80	0	100	0
Productos artesanales	0	50	50	100	0	0
Textiles	100	0	0	0	0	100
Textiles	0	100	0	0	30	70

Fuente: CEDLA (2000)

En las empresas de productos artesanales, los niveles de capacitación dependen del tamaño de ellas: las empresas grandes reportan niveles mayores y, por supuesto, una planta laboral más estable que les permite una capacitación continua. El diseño y las exigencias de calidad son los elementos fundamentales que exigen una capacitación mayor. Las empresas medianas dedicadas a esta actividad también han incrementado el nivel de capacitación y estabilidad de sus trabajadores, pero dependen en mayor medida de trabajadores eventuales y externos, aunque estos grupos

de tejedores operan bajo un control sistemático, organizado por ellos mismos. Las empresas de menor tamaño reportan niveles de capacitación básica y no tienen un control directo sobre la totalidad de los obreros que trabajan a destajo; la subcontratación de mano de obra tiene como consecuencia que el control de calidad directo recaiga en los subcontratistas y en los responsables de los grupos de tejedores. Por último, en las empresas del sector textil la capacitación prevaleciente es básica y media para la totalidad de los trabajadores.

Estos niveles de capacitación responden a la tecnología empleada en la producción, e indudablemente a las inversiones que las empresas realizan en ambas áreas. Así se explica que 7 de las 29 empresas exportadoras intensivas en mano de obra cuenten con una fuerza laboral que, en su totalidad, tiene un nivel básico de capacitación. Hay que tener en cuenta que la mayoría de estas empresas se dedican a la producción (y exportación) de tejidos de punto de lana, la que se caracteriza por un alto contenido de trabajo, sobre todo en lo que se refiere a la confección de tejidos a mano, proceso en el que la fuerza laboral empleada es fundamentalmente de origen campesino.

La posibilidad de alcanzar mayores niveles de exportación en las empresas que fabrican productos intensivos en mano de obra, sobre todo de tejidos de punto y productos de madera, cueros y confección, depende, en la mayoría de los casos, en gran parte de los niveles de capacitación de la mano de obra. Es claro que las empresas de mayor tamaño cuentan con trabajadores más calificados y con una mayor estabilidad laboral. En el caso de las empresas encuestadas, la práctica de la subcontratación no solamente apunta a la atracción de mano de obra menos calificada, sino que tiene otra característica: al perderse con ella el control directo de la calidad del trabajo, generalmente restringe la posibilidad de poner en práctica programas de capacitación, sobre todo para los grupos de tejedores que son contratados por distintas empresas.

Por otro lado, la mayor incorporación de tecnología que demanda la competencia internacional se enfrenta a una insuficiente inversión en nuevas tecnologías sobre todo en las empresas de menor tamaño y financieramente más débiles, la que no les permite encarar seriamente estrategias ni políticas de capacitación de la fuerza laboral. Frente a un mercado exigente, este hecho resulta en la pérdida paulatina de su capacidad de competencia y de la estabilidad de sus exportaciones.

3.2.6 La inversión en capacitación

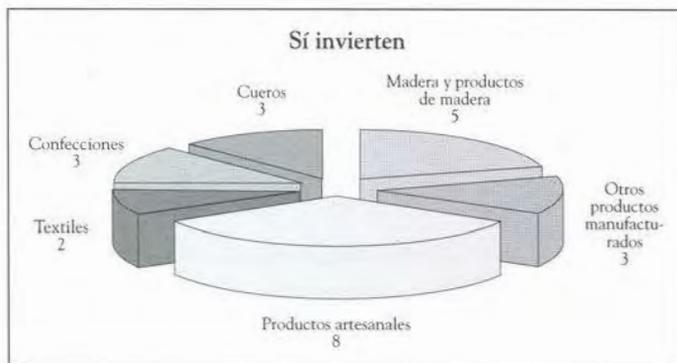
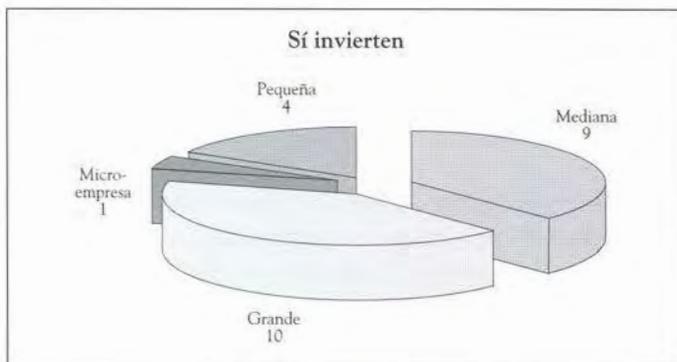
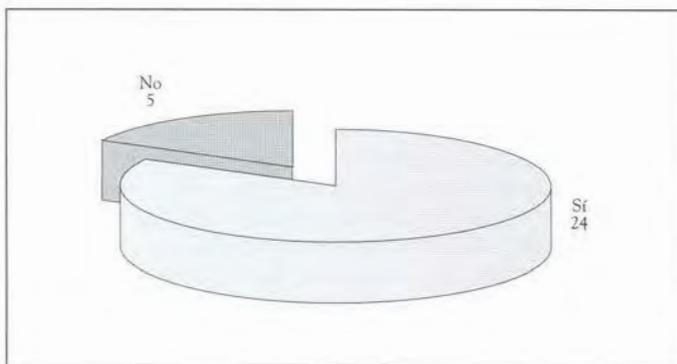
Cabe subrayar que el impacto más relevante del actual ciclo tecnológico en la ocupación es la caducidad de ciertas habilidades y conocimientos. Esto redundará en la desaparición de algunas ocupaciones y en la creación de otras que exigen habilidades distintas, con las cuales no necesariamente habrán de contar los desplazados por estos cambios en la tecnología empleada. Ello ha realzado la prioridad que tienen los programas de capacitación laboral (Gráfico 7).

Una gran parte de los empresarios entrevistados expresan que la formación de recursos humanos, como elemento estratégico de la producción, es fundamental para el éxito de los procesos de organización del trabajo y la operación de máquinas más modernas. En consecuencia, la inversión destinada a la capacitación es de suma importancia para todos los niveles de personal de la empresa: desde la gerencia hasta la mano de obra no calificada.

Son pocas las empresas que no han invertido en la capacitación de sus obreros. La razón de ello en las dos empresas medianas y una de las grandes es que contratan obreros suficientemente capacitados para luego completar su capacitación en el mismo lugar de trabajo. Algunas empresas consideran como inversión el tiempo y personal destinados a enseñar a los nuevos obreros el manejo de máquinas o de su trabajo manual. En general, la capacitación forma parte de la contratación de nuevos obreros, sea que estos sean capacitados en la práctica o sigan un proceso de capacitación sistemático. Los resultados de este tipo de inversión son determinantes para la calidad del producto y, por lo tanto, para la estabilidad de los productos de exportación de las respectivas empresas.

La capacitación de los obreros presenta distintas facetas en las empresas exportadoras de tejidos de punto: algunas empresas que subcontratan grupos de tejedores, delegan la capacitación de ellos al subcontratista o al encargado del grupo y concentran en éstos últimos sus esfuerzos de capacitación (no sólo con relación a la elaboración del propio tejido, sino también al control de calidad de las prendas). Las empresas que han logrado una mayor sistematización del proceso productivo, invierten en una capacitación más extensiva. Las empresas de mayor tamaño han destinado personal incluso para una capacitación individualizada dentro de la empresa. En esta rama, en que la subcontratación es una práctica común, se ha cultivado una capacitación continua que, en varios casos, se ha apoyado en instituciones de asistencia técnica.

Gráfico 7. Inversión en capacitación para obreros



Fuente: CEDLA (2000)

Más allá de la capacitación en la práctica, muchas empresas han destinado recursos y concentrado esfuerzos en una capacitación formal. Entre los casos notables de capacitación está el de una empresa de la rama 'madera y productos de madera':

Ante el bajo nivel de capacitación y de autoestima de los trabajadores, que no se sienten parte del proyecto de mejoramiento del nivel de vida dentro de la empresa y, que de igual manera se sienten marginados en el país, se está incorporando gente capacitada por INFOCAL [Instituto de Formación y Capacitación Laboral; A.S.], con mayor autoestima y elementos de conducta que impulsen y demuestren su capacidad de transformar las cosas en su trabajo y que estimulen a los antiguos trabajadores que trabajan a un ritmo sólo de sobrevivencia. (Palabras del gerente de producción).

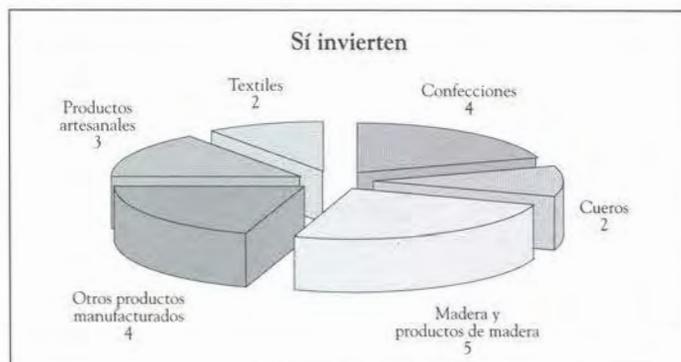
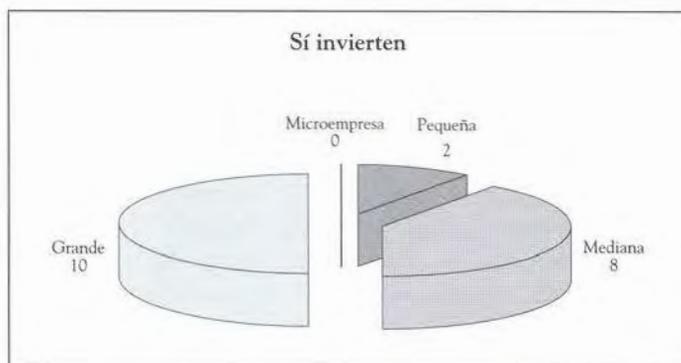
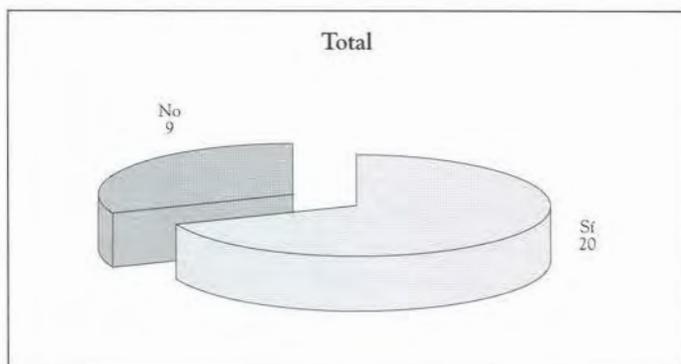
La capacitación de los empleados administrativos ha merecido una atención menor; nueve empresas no han realizado inversión alguna en ella (seis de ellas se dedican a la fabricación de productos artesanales, dos a la de productos de cuero, y una pertenece al rubro 'madera y productos de madera' (Gráfico 8).

La capacitación de empleados administrativos también se da, hasta cierto nivel, dentro del esquema de 'capacitación en la práctica'. El número de empresas que no invierten en su capacitación es levemente mayor a las que no lo hacen en la capacitación de obreros. Las empresas recurren a la contratación de personal administrativo suficientemente capacitado, de manera que su capacitación adicional no les representen un costo adicional. Con todo, únicamente dos empresas han reportado contar con mecanismos establecidos de apoyo para los empleados administrativos que solicitan capacitarse fuera de la empresa en cursos de especialización e inclusive cursos de posgrado.

3.2.7 La tecnología

La ausencia en nuestro país de estudios de desempeño comparativo (*benchmarking*), impide contar con indicadores de desempeño en el plano operativo y de los procesos productivos para conocer la posición relativa de las empresas con respecto a los competidores internacionales. Sin embargo, muchas de las empresas evalúan su grado de competitividad a partir de algunos elementos básicos como sus costos,

Gráfico 8. Inversión en capacitación para empleados administrativos



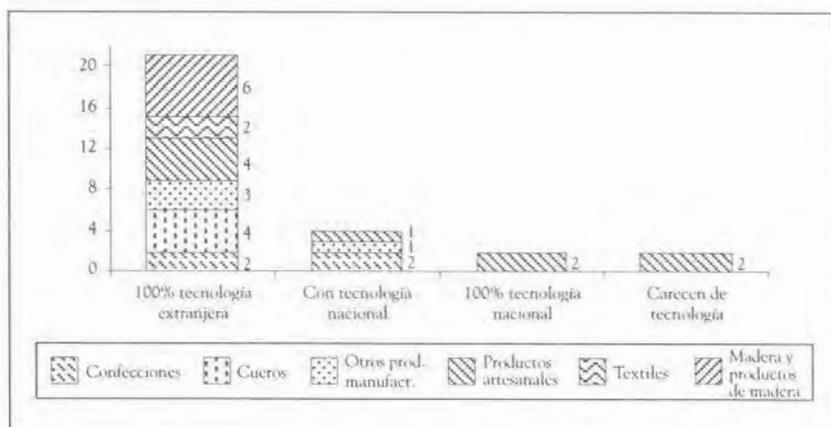
Fuente: CEDLA (2000)

capacidad de producción, y calidad de sus productos, para efectuar comparaciones con empresas (líderes) de la competencia. La información que obtienen de estas empresas les ayuda a tomar medidas con el propósito de mejorar su desempeño. Estas medidas incluyen la capacitación de la fuerza laboral; la adaptación de tecnología; la reorganización de funciones y tareas; inversiones en automatización, y eliminación de cuellos de botella a través de operaciones simples e inversión en sistemas de producción de mayor escala. Pero el *benchmarking* no sólo se refiere a prácticas relativas a los procesos de producción, sino también a prácticas en los negocios de tipo estratégico, y a medidas de corto plazo para reaccionar a exigencias del mercado.

El proceso de conocer y asimilar las mejores prácticas es insustituible como fuente de aprendizaje. La competitividad basada en el bajo costo de la mano de obra es de corta duración, por lo que las empresas que no cuenten con una estrategia de innovación y adaptación tecnológica permanente operarán, paulatinamente, en condiciones de mayor inestabilidad.

Las condiciones tecnológicas que nos permiten evaluar su incidencia en la estabilidad de las exportaciones de las empresas son las siguientes: de las 29 empresas encuestadas, 21 importan la totalidad de su maquinaria y equipo y solamente tres —es el caso en las empresas productoras de tapas de plástico, ácido bórico y fundas de celulares— están incorporando tecnología de punta para alcanzar mayores niveles de competitividad. Otras dos empresas cuentan hasta con un 20% de tecnología nacional (adaptaciones de maquinaria importada), específicamente en la producción de cierres y en hilados de lana; otras dos empresas del rubro de la confección utilizan un 40 y 60% de tecnología nacional, respectivamente. Solamente dos empresas reportan la utilización de un 100% de tecnología nacional (ambas son productoras de tejidos de punto cuya tecnología comprende herramientas y máquinas-herramienta menores). Las empresas que reportan operar sin tecnología pertenecen al rubro de las artesanías y producen artículos de tejido de punto a mano (Gráfico 9).

Gráfico 9. Origen de la tecnología



Fuente: CEDLA (2000)

¿Cuál es el tipo de tecnología que utilizan estas empresas? Aunque es de suponer que todas las empresas cuentan con herramienta básica, varias dedicadas a la producción de tejidos de punto a mano no han reportado contar con ella. Lo mismo ocurre con otras donde el proceso productivo se basa en la combinación de trabajo manual y máquinas-herramienta. Del total, 17 empresas requieren de herramienta básica en sus procesos productivos y 14 de ellas consideran que existe algún grado de automatización en la elaboración de sus productos. La automatización en estos casos es considerada desde la incorporación de maquinaria al proceso productivo (maquinaria semiautomática que requiere del control humano para operar), hasta la automatización casi completa de una parte del proceso, como, por ejemplo, el secado de madera o la transportación en banda de productos en proceso de fabricación. Con excepción una empresa que se dedica a la producción de tapas de plástico podemos afirmar que, en general, el grado de complejidad de la automatización es baja en la totalidad de las empresas que la reportan (Gráfico 10).

El control de calidad se realiza generalmente de manera no automatizada, incluso en el caso de la producción de tapas de plástico. Las cuatro empresas que reportan realizarlo precisan proceder a dicho control en la maquinaria que emplean, es decir, las máquinas transforman las materias primas utilizadas con un grado de calidad establecido de antemano, por lo que el control (fundamentalmente de mantenimiento) se realiza *ex ante* en

la maquinaria y de manera sensorial en el producto. Sólo una empresa ha reportado contar con procesos automatizados y un control humano de la calidad del producto, además de un sistema computarizado para el control general del proceso.

Son nueve empresas las que reportan un manejo automatizado de insumos y materiales, manejo que se refiere, primordialmente, a la transportación de productos en proceso o a mecanismos de precisión de suministro de insumos.

En general, la automatización de los procesos productivos de las industrias encuestadas es a todas luces insuficiente como para pensar que representa un elemento importante dentro del conjunto de factores que determinan la estabilidad de las exportaciones de las empresas. Lo propio se puede decir de la informatización de las oficinas, puesto que la ausencia de esta herramienta fundamental pone en evidencia que once de las empresas exportadoras en cuestión acusan debilidades en su gestión administrativa, las que pueden constituir elementos de inestabilidad.

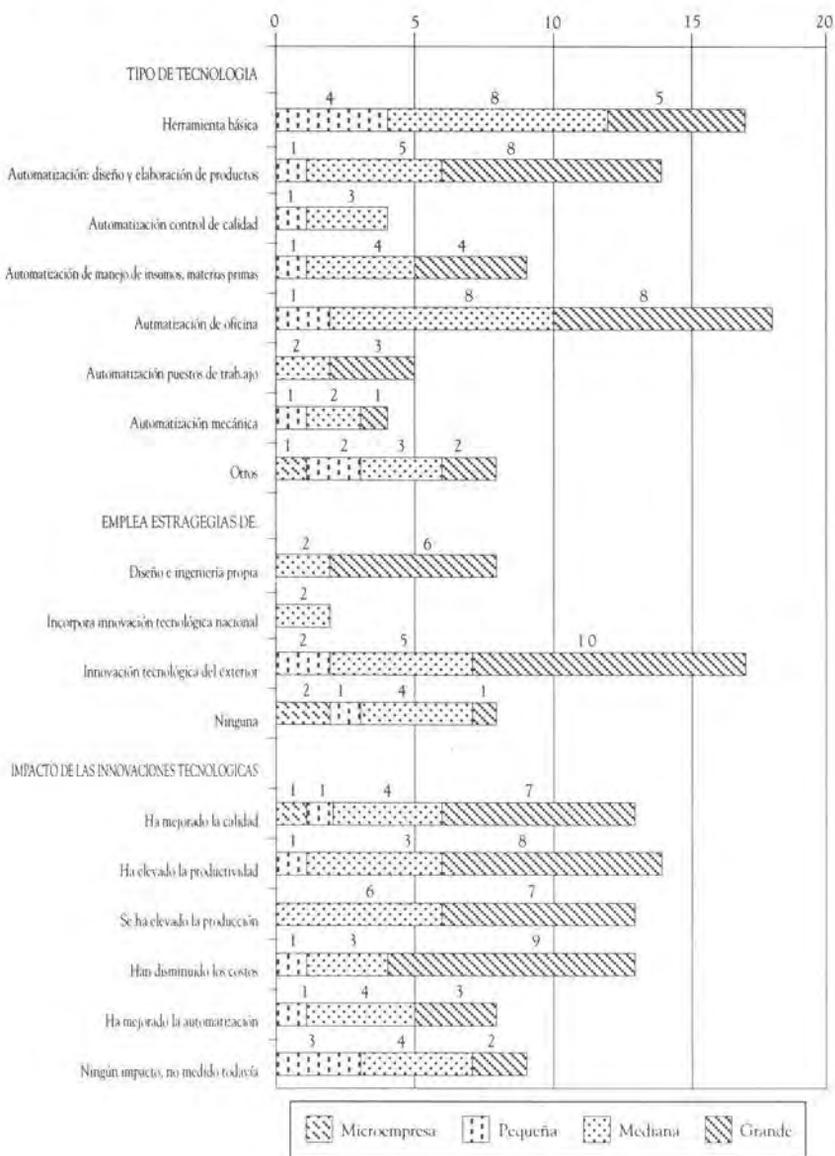
Respecto a la utilización de otro tipo de tecnología, se han reportado algunas adaptaciones que han tenido un impacto positivo en las empresas que las han realizado: una se refiere a un sistema de administración y gestión (*software*) en una pequeña empresa productora de tejidos de punto, y otra al reacondicionamiento de máquinas para producir distintos tipos de hilados, entre otros casos.

La automatización de puestos de trabajo se registra en sólo cuatro empresas y está relacionada sobre todo con el control de procesos semiautomáticos de alguna maquinaria.

En cuanto a las estrategias de desarrollo tecnológico, ocho empresas afirman contar con diseño e ingeniería propios, pero esto se refiere sólo al diseño de productos o a adaptaciones tecnológicas a algunas maquinarias. Otras dos empresas incorporaron innovación tecnológica nacional: una de las innovaciones es una máquina de secado de textiles, basada en diseños de máquinas importadas. Diecisiete empresas incorporaron tecnología proveniente del exterior (básicamente se trata de la adquisición de nueva y más moderna maquinaria).

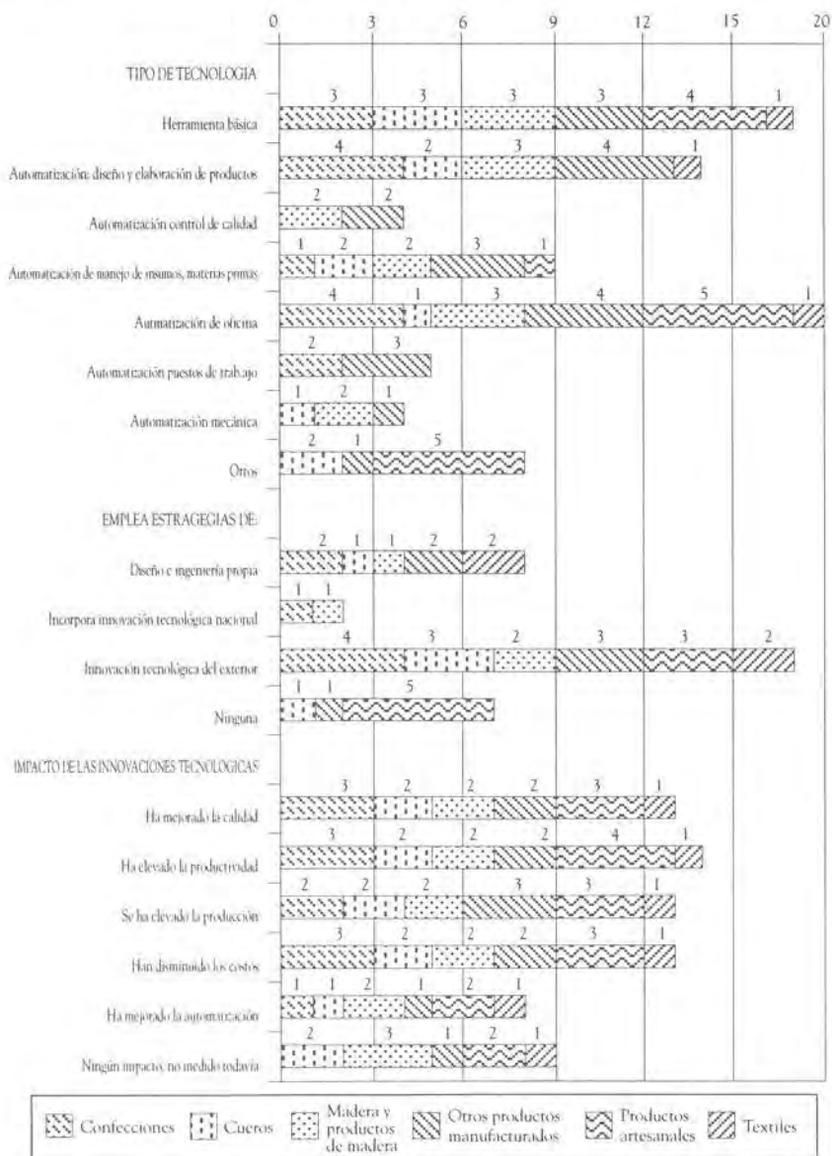
Son notables los esfuerzos que han realizado algunas empresas por adquirir tecnología de punta o algunos sistemas y procesos de avanzada, por ejemplo tecnología para el secado de madera y para la elaboración de tableros "*finger point*", así como máquinas automatizadas para la elaboración de tapas de plástico.

Gráfico 10. Aspectos tecnológicos por tamaño de empresa (Continúa)



Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 10. Aspectos tecnológicos por actividad de la empresa (Continuación)



Hay que resaltar que ocho empresas, de las cuales cinco son empresas productoras de tejidos de punto, no han seguido ninguna estrategia de desarrollo tecnológico, esto es, no han adquirido maquinaria.

Si consideramos el tema con esta amplitud, y partimos de la consideración que por innovación tecnológica puede entenderse incluso la simple adquisición de nueva maquinaria, vemos que el resultado de las medidas descritas han tenido un impacto positivo y simultáneo en distintas áreas, sobre todo en las empresas medianas y grandes. En trece empresas ha mejorado la calidad de los productos, catorce han elevado su nivel de productividad, en otras trece han disminuido los costos, y en otras ocho se han mejorado los procesos de automatización; nueve empresas reportan no haber realizado o no haber medido el impacto de sus innovaciones o adquisiciones tecnológicas.

Particularizando el análisis, vemos que las dos microempresas prácticamente carecen de tecnología: la producción de prendas de vestir tejidas a mano no la requiere. Sin embargo, una de ellas es la que ha incorporado *software* de gestión y elaborado un plan de capacitación. Tres de las pequeñas empresas tienen con informatización de oficina y casi no cuentan con procesos productivos automatizados. En las empresas medianas los niveles de automatización son, en general, crecientes, y en las empresas grandes se registran mayores niveles de automatización en los procesos de producción e informatización en las oficinas (ocho de las once empresas grandes en ambos casos).

Todas las empresas de la rama de la confección han reportado contar con algún nivel de automatización en la elaboración del producto e informatización en la oficina, y se caracterizan por no tener un control de calidad automatizado. En el rubro 'madera y productos de madera', tres empresas manifiestan contar con una automatización general, a diferencia de las otras tres, que no cuentan con ningún tipo de automatización. En las empresas productoras de tejidos de punto no se registra automatización alguna de los procesos productivos. No obstante, cinco de las nueve tienen informatizadas las funciones de oficina; esta debilidad también caracteriza a tres de las cuatro empresas que producen artículos de cuero.

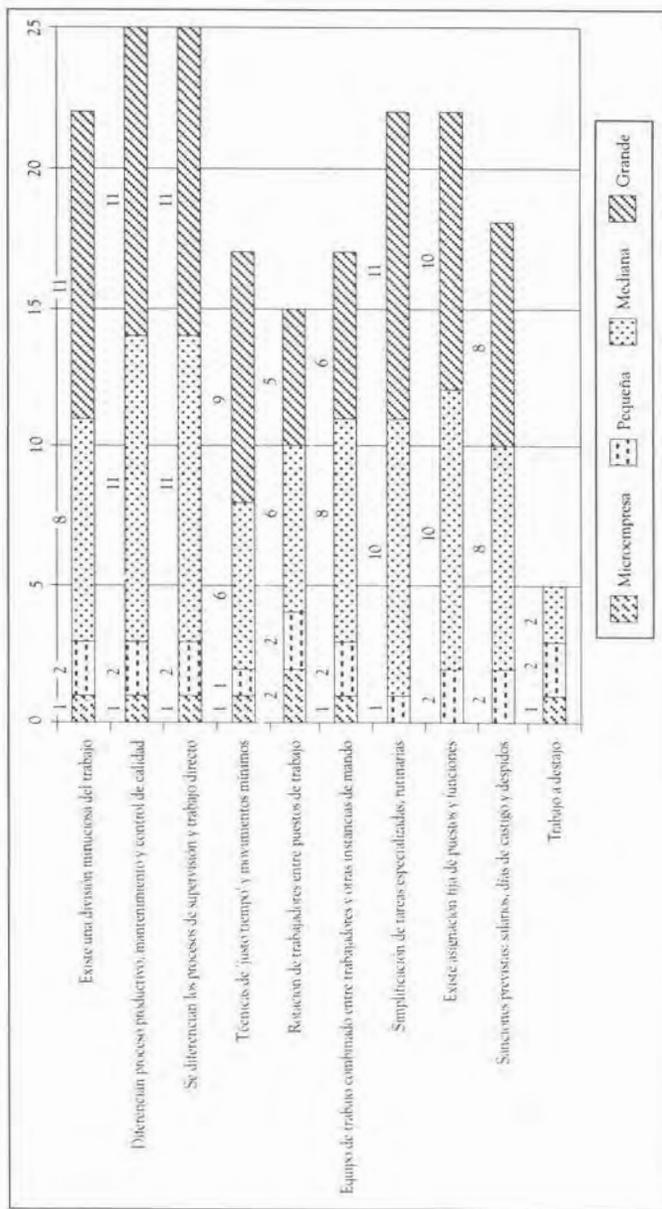
3.2.8 Procesos de organización del trabajo

Una percepción preliminar al concluir las entrevistas que sustentan este trabajo, fue que los empresarios o han emprendido cambios para mejorar el desempeño de sus empresas por el riesgo de perder el negocio, o ha prevalecido en ellos la práctica de apoyarse en el ambiente reinante (bajos salarios, materias primas relativamente baratas, procesos intensivos en mano de obra). Las empresas sometidas a encuesta que han optado por las capacitación sistemática de su fuerza laboral, también han realizado inversiones en maquinaria y tecnología. En vista de la disminución de la demanda, la mayoría de las empresas han tomado –en mayor o menor grado– medidas para no quedar a la zaga de sus competidores. Sin embargo, la magnitud de las inversiones y cambios efectuados es muy dispar. Las empresas pequeñas han reportado estar enfrentadas a serias limitaciones financieras a pesar de pretender invertir en distintas áreas.

Otras empresas, sobre todo de menor tamaño, no han tenido la capacidad de reaccionar ante la caída de la demanda de sus productos. Las medidas que han tomado al respecto les parecen coherentes ante una situación que está fuera de su control. Por este motivo han despedido a trabajadores optando por la contratación de más personal eventual con menor salario cuando sus clientes tradicionales les hacen nuevos pedidos, sobre todo en las empresas productoras de prendas de cuero y tejidos de punto. Estas empresas no han podido emprender cambios en la organización de la empresa que eleven sus niveles competitividad, y recurrieron a los esquemas menos recomendables: abaratar los costos de “cualquier manera”. Otras empresas, con los recursos disponibles, están buscando la combinación más favorable entre reorganización del trabajo y comercialización, con políticas más agresivas y esfuerzos financieros “extraordinarios”, como relatan algunos entrevistados.

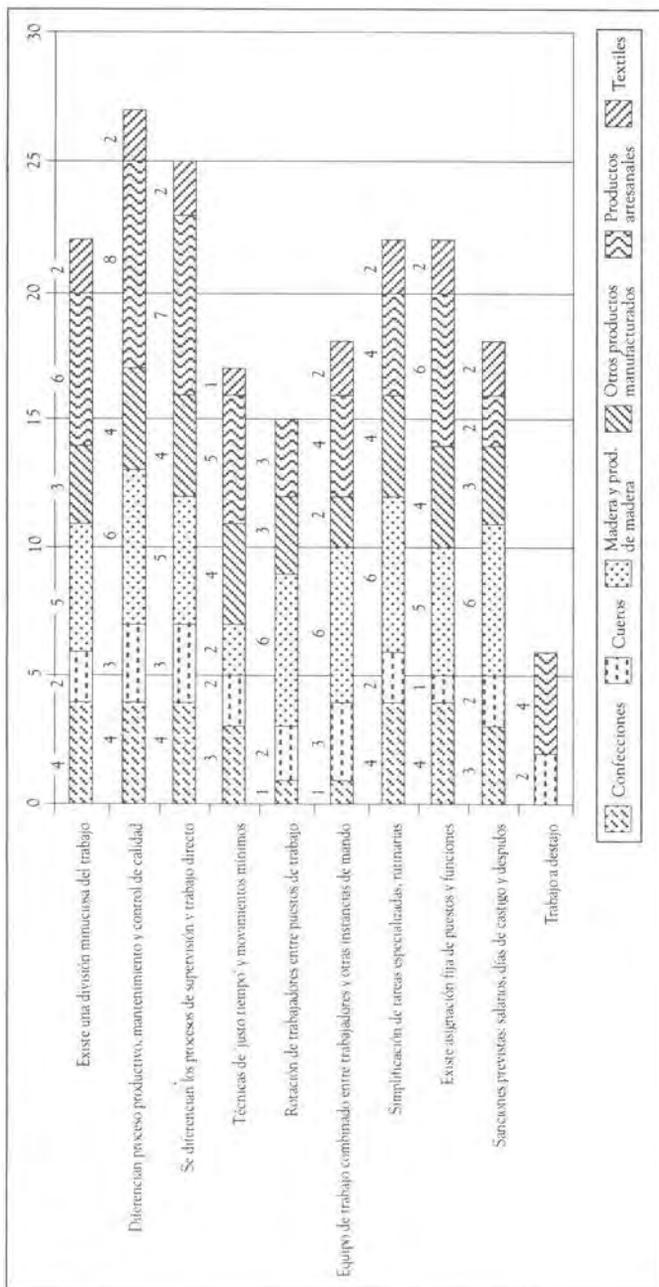
Cabría esperar que en la totalidad de estas empresas exportadoras exista una minuciosa división del trabajo, sin embargo, la han reportado sólo veintidós. Esta carencia fue detectada en una microempresa, en tres empresas pequeñas y en tres medianas. En dos empresas, además, no se diferencian nítidamente los procesos de producción, mantenimiento y control de calidad; en otras cuatro no se distinguen los procesos de supervisión y trabajo directo (una microempresa y tres pequeñas de tejidos de punto). (Gráfico 11).

Gráfico 11. Organización del trabajo (según número y tamaño de las empresas) (Continúa)



Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 11. Organización del trabajo (según número y actividad de las empresas) (Continuación)



Fuente: CEDLA (2000)

Las grandes empresas reúnen en su totalidad estas condiciones “de-seables” (Gráfico 11). Sin embargo, en tres empresas medianas la división del trabajo no es tan rigurosa, en ellas se registra un mayor grado de flexibilidad al respecto. En general, la capacitación está orientada a sustituir trabajadores en distintos puestos de trabajo ante eventuales ausencias, vacaciones o mayor demanda de mano de obra en algún punto del proceso.

Por otro lado, es notable que diecisiete empresas empleen técnicas de ‘justo tiempo’ y ‘movimientos mínimos’. En el ramo ‘madera y productos de madera’, únicamente dos de cuatro empresas las han llevado a la práctica, y de las cinco empresas que producen artesanías sólo dos no lo han hecho, a pesar de que su fuerza laboral puede tener rendimientos muy dispares. El mecanismo básico para el ajuste de los tiempos de producción y la productividad es dar el mayor margen de tiempo a cada trabajador para que acate las órdenes de trabajo en función de un control estadístico de su cumplimiento. Aunque no hemos indagado la calidad de este proceso, muchas empresas practican la rotación de trabajadores entre puestos de trabajo (quince de veintinueve), y se valen de equipos de trabajo compuestos por trabajadores u otras instancias de mando (dieciocho empresas). En veintidós casos existe simplificación de tareas, tanto especializadas como rutinarias, así como asignación fija de puestos y funciones. Dieciocho empresas tienen establecidas como sanciones rebajas salariales, días de castigo y despidos. Asimismo, seis empresas reportan la práctica de trabajo a destajo (es el caso en cuatro empresas de artesanía y dos de artículos de cuero).

3.2.9 Inversión en investigación y desarrollo

Inversiones en investigación y desarrollo no se realizan en nueve empresas de las veintinueve que se sometieron a la encuesta. No obstante, los datos aportados por aquéllas que reportan hacer inversiones de este tipo no se refieren únicamente a inversiones en investigación propiamente dicha; estas inversiones incluyen las realizadas en investigación de mercados (que son más bien gastos de los gerentes o ejecutivos en negociaciones); búsqueda de nuevos clientes; adquisiciones de maquinaria y, simultáneamente, búsqueda de información en el exterior (Gráfico 12). Los viajes al exterior para participar en ferias han sido considerados como una inversión de este tipo, sobre todo si de investigación de mercados se trata. También son consideradas como inversiones de esta naturaleza

la contratación de diseñadores y los servicios de representación y comercialización.

Con todo, algunas empresas, sobre todo medianas y grandes, y una pequeña, informan de esfuerzos significativos que se han hecho en materia de control de calidad, dotación de instrumentos de laboratorio, y contratación de consultores especializados en diseño.

Estrictamente, sólo una empresa ha invertido en la incorporación de procesos de innovación tecnológica a su producción. Empero, las inversiones más importantes realizadas en los dos últimos años por estas empresas han sido diversas y nos pueden dar una idea de las respectivas prioridades (Gráfico 13).

Dieciocho empresas han realizado inversiones en equipos y maquinaria, seis en la ampliación de sus plantas, otras seis en capacitación, cinco en diseño, cuatro en ferias y *marketing*, y tres en equipamiento de oficina, entre las más importantes.

Seis de las veintinueve empresas no han realizado ningún tipo de inversión, dos de las cuales son medianas y dos grandes, una es microempresa y la última es una empresa pequeña. De éstas, dos pertenecen al rubro de la confección, otra al de 'madera y productos de madera', una fabrica productos de cuero, y dos fabrican productos artesanales.

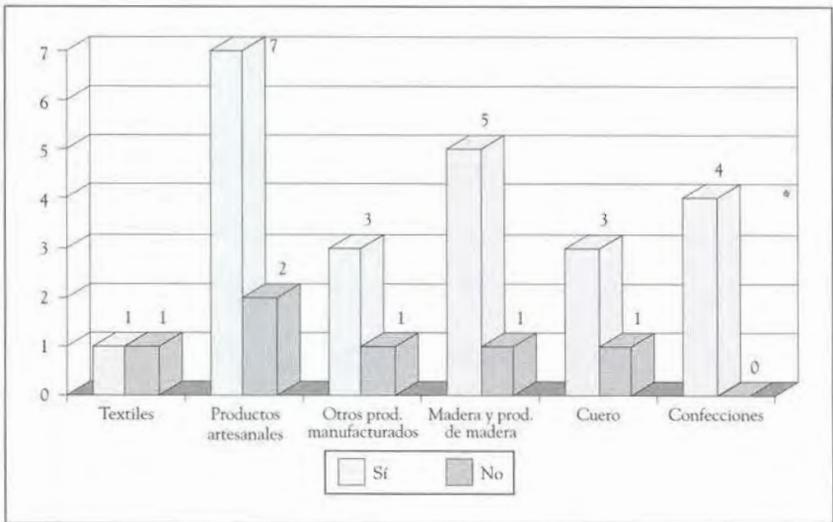
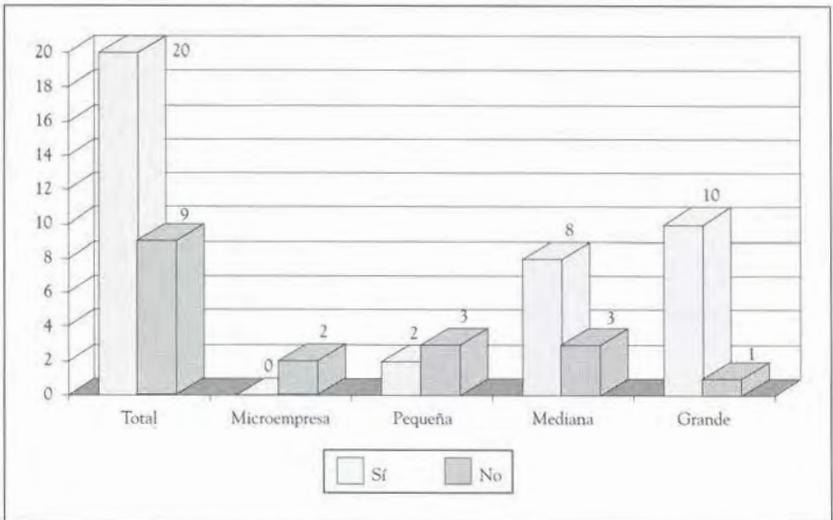
El reducido grado de inversión y reinversión en estas empresas cuestiona seriamente la estabilidad de sus exportaciones. El crédito ha sido la fuente principal de financiamiento para las empresas en cuestión⁹. Trece de las veintinueve empresas han recurrido a él para financiar sus inversiones, once lo han hecho mediante la reinversión de utilidades, siete han recurrido a nuevas aportaciones de capital, y cuatro empresas han encontrado los recursos necesarios en otras fuentes de financiamiento, concretamente en créditos personales de terceras personas (parientes o prestamistas).

Invertir es el riesgo que se debe correr para efectuar cambios a mayor velocidad, de otra manera sólo queda salir del mercado. Dichos cambios, en su expresión más consistente, asumen la forma de 'reingeniería', que no es sino la "reestructuración fundamental y el rediseño radical de los procesos en unidades productivas para lograr mejoras dramáticas en los indicadores de desempeño (...) "¹⁰. Han sido varias las empresas encuestadas que han seguido estas estrategias, y lo han hecho en distintas áreas de la empresa.

⁹ Las empresas han podido recurrir a más de una fuente de financiamiento. Es de esperar que, a medida que mejoren sus formas de gestión, las diversifiquen.

¹⁰ Esqueda y Sánchez (1996), 4.

Gráfico 12. Inversión en investigación y desarrollo (según número, tamaño y actividad de las empresas)



Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 13. Inversiones más importantes, 1998-1999 (según número y tamaño de las empresas) (Continúa)

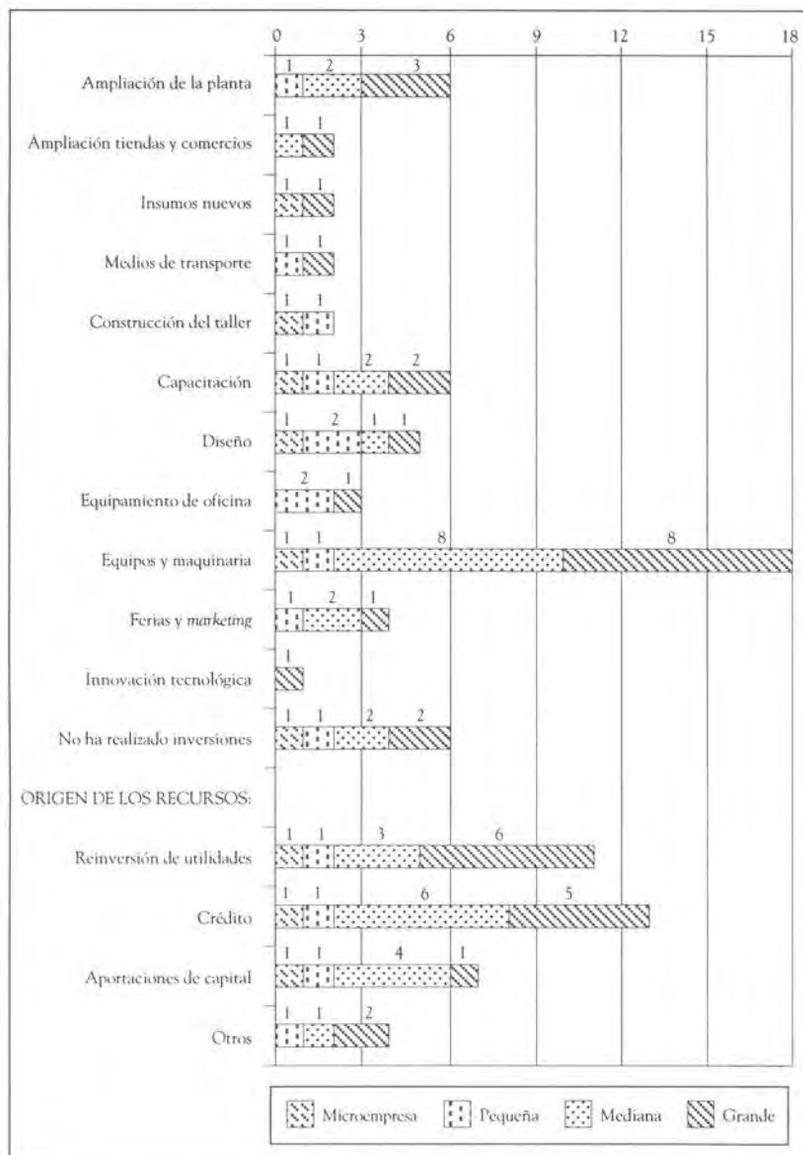


Gráfico 13. Inversiones más importantes, 1998-1999 (según número y actividad de las empresas) (Continuación)



Seis empresas han introducido procesos de reingeniería en la producción y cinco en procesos de organización de la empresa, dos empresas han aplicado la reingeniería a la readecuación de la planta y una más a los sistemas de gestión de calidad. En total, catorce empresas introdujeron procesos de reingeniería propiamente tales en diferentes áreas, y veinte han reportado la aplicación de algún proceso de reestructuración o rediseño. De estas, nueve son empresas medianas, seis son grandes, cuatro pequeñas, y en un solo caso se trata de una microempresa. Las empresas dedicadas a la confección no han llevado a cabo ningún proceso de reingeniería y solamente una empresa lo ha hecho en el rubro 'artículos de cuero, textiles y madera y productos de madera'; lo propio hicieron otras tres de la rama 'productos manufacturados diversos', y tres que fabrican tejidos de punto.

Complementariamente, veintidós empresas han aplicado procesos de 'ingeniería de reversa', entendiéndose por ésta no sólo la producción de determinados artículos según modelos proporcionados por los clientes, sino también la imitación y producción masiva de artículos existentes en el mercado. Un caso particular es el de los productos artesanales: con respecto a ellos todas las empresas afirman haber realizado procesos de ingeniería de reversa, que habrían consistido fundamentalmente en la imitación, con la introducción o no de cambios, en algún diseño específico de probada aceptación en el mercado.

Por las precisiones que hacen en las entrevistas sobre estos procesos de reingeniería, podemos concluir que las empresas, más que dedicadas a la aplicación de procesos de reingeniería de reversa completos —que incluirían su aplicación en los procesos productivos—, se hallan en una etapa inicial de imitación creativa que, de hecho, se puede interpretar como etapa germinal de procesos completos de ese tipo (Gráfico 14).

3.2.10 Alianzas estratégicas y subcontratación

Para lograr una interacción más estrecha con los clientes y los proveedores, se requieren alianzas con otras empresas o instituciones. Aunque las alianzas estratégicas constituyen un factor clave de éxito en cualquier estrategia de exportación, dieciséis empresa manifiestan no haber establecido ningún tipo de alianza ni trabajo conjunto con institución alguna. La práctica de las alianzas representa un aprendizaje constante para la conformación de redes de cooperación cuya finalidad es el incremento de la competitividad conjunta de las empresas (Gráfico 15).

Gráfico 14. Aplicación de procesos de reingeniería (según número, tamaño y actividad de las empresas)

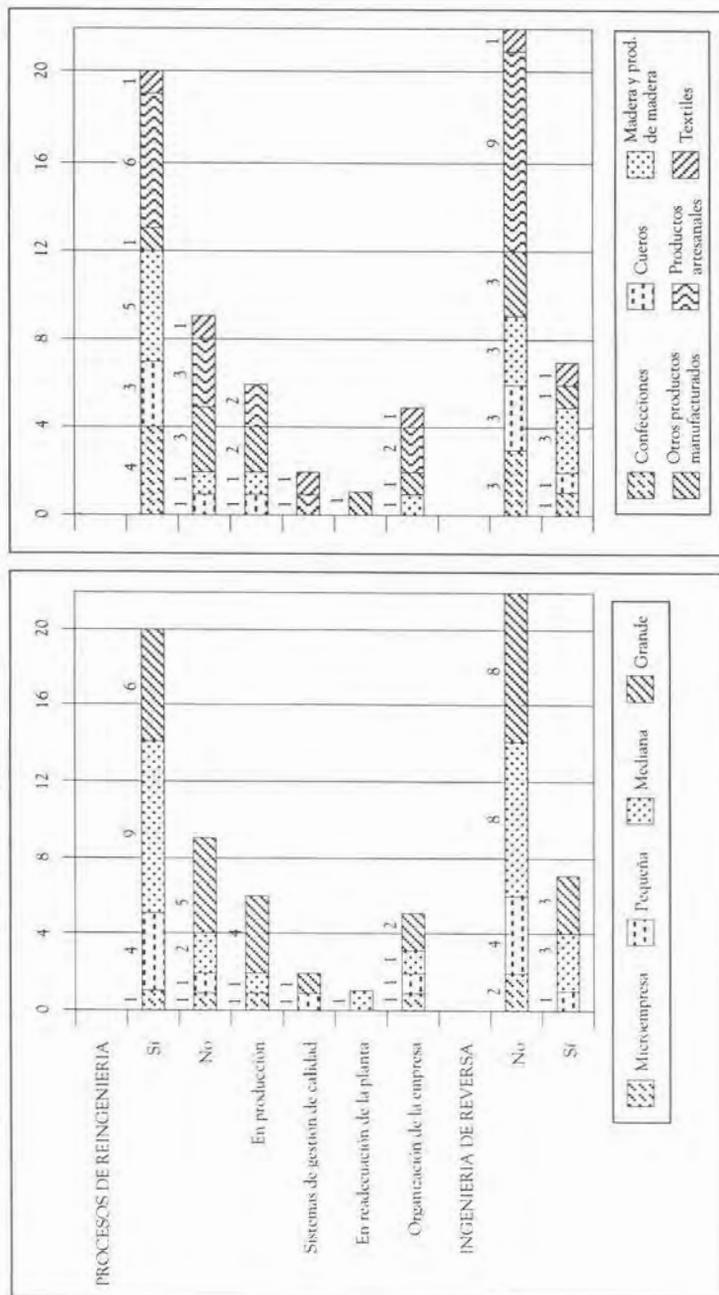
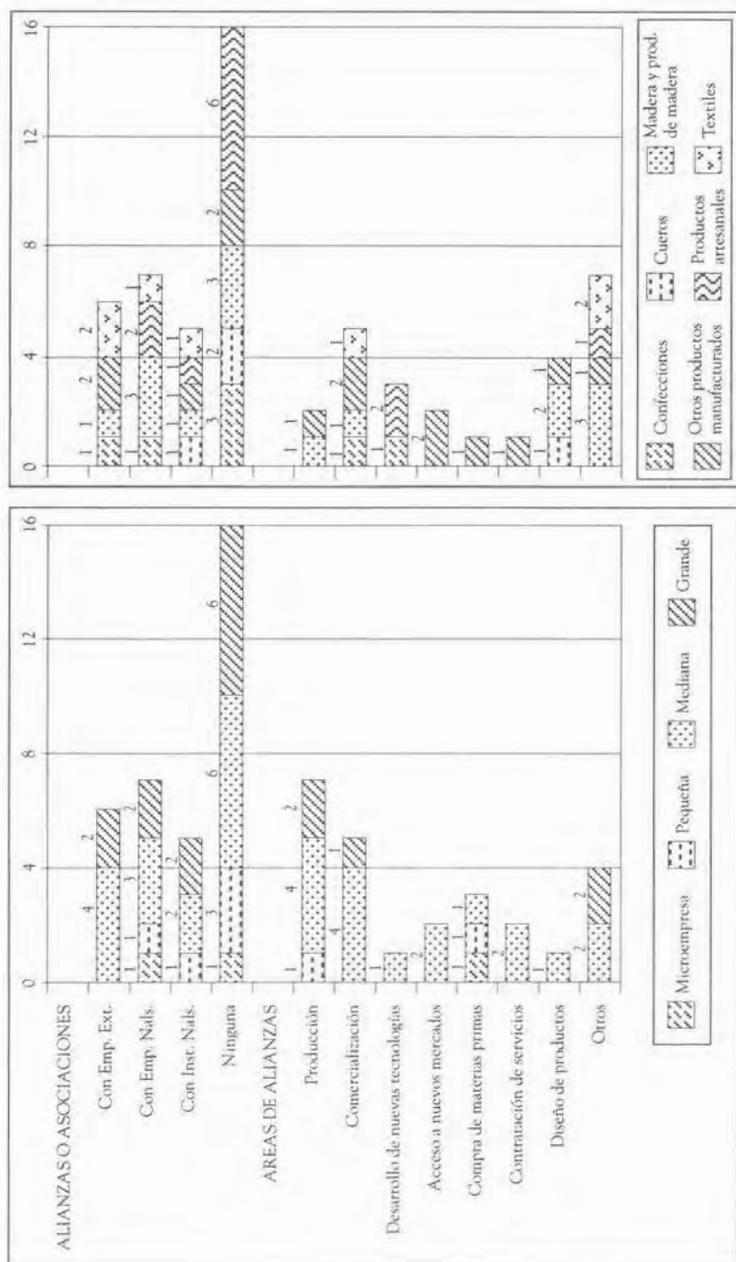


Gráfico 15. Alianzas estratégicas y subcontratación (según número, tamaño y actividad de las empresas)



Fuente: CEDLA (2000)

De las empresas que sí han formado alianzas, seis las conformaron con empresas extranjeras, siete con otras empresas nacionales, y cinco representan trabajos conjuntos con instituciones nacionales.

Las empresas dedicadas a la industria del cuero, la confección y a los productos artesanales, son las que mayores debilidades presentan en este sentido, en contraposición a la industria que trabaja en torno a los textiles, la madera y otros productos manufacturados, en este orden de importancia.

Los campos en los que se han producido estas alianzas son fundamentalmente la producción (7), la comercialización (5) y, con menor frecuencia, la compra de materias primas (3) y la contratación de servicios y acceso a nuevos mercados (2 en cada caso).

En total se han reportado veintiún casos de alianzas estratégicas o trabajos conjuntos, siendo las medianas empresas las que mayor dinamismo han mostrado al respecto, a diferencia de las empresas pequeñas y grandes, esto por la necesidad de obtener ganancias compartidas.

De igual manera, la subcontratación de otras empresas se ha dado con mayor frecuencia en las empresas medianas. Siete de ellas lo han hecho, mientras que sólo una empresa grande, tres pequeñas y una microempresa han recurrido a esta modalidad de contratación. De estas doce empresas, seis se dedican a la fabricación de productos artesanales, tres a la de 'madera y productos de madera', y una empresa a cada una de las siguientes industrias: productos de cuero, textiles, y confección. El hecho de que doce empresas de las veintinueve encuestadas recurran a subcontrataciones para la producción, ya sea de productos terminados o partes, revela que la práctica de la subcontratación en nuestro país va en aumento a pesar de los efectos no deseados que tiene en las condiciones laborales y en las utilidades de las empresas que recurren a esta forma de producción. Sin embargo, las empresas bolivianas tienen una desventaja con relación a las empresas de los otros países donde la producción por subcontratación alcanza proporciones más altas: estas empresas que basan, en buena parte, su competitividad en la especialización y los bajos costos de las empresas subcontratadas (Gráfico 16).

Como se ha mencionado, las empresas de productos artesanales, que son las que más han recurrido al mecanismo de la subcontratación, trabajan con grupos de productores capacitados y supervisados por sus empresas (5), con familias u hogares (4), con contratistas de mano de obra (2) y, en un caso, con pequeñas empresas o cooperativas. En el rubro de 'maderas y productos de madera', dos empresas trabajan con contratistas de mano de

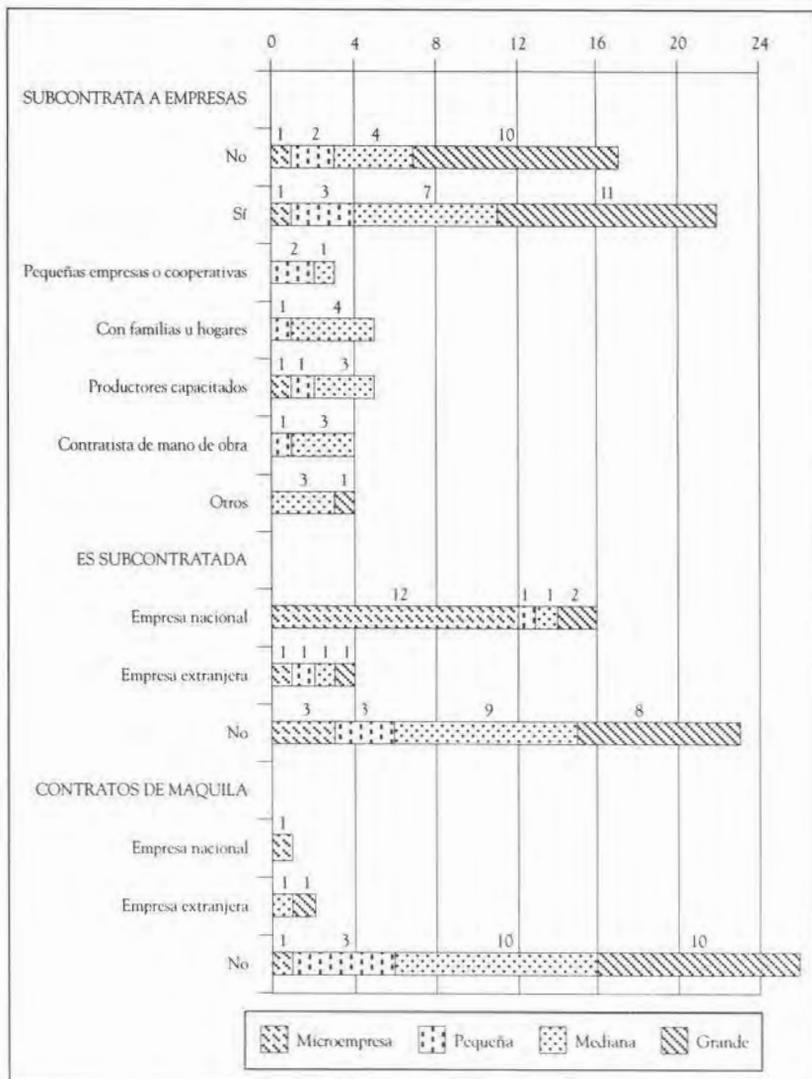
obra, otras dos bajo otras formas de subcontratación, y dos más subcontratan pequeñas empresas y familias u hogares (una en cada caso).

Solamente ocho empresas han sido subcontratadas por otras empresas: cinco lo fueron por empresas nacionales, y tres por una empresa extranjera, de manera que el resto, veintiún empresas, no han sido subcontratadas para elaborar productos de exportación. Una de las explicaciones que dan los entrevistados de esta baja frecuencia, se refiere a las condiciones asimétricas en las que se realizan las negociaciones con los clientes contratistas, y a las fuertes presiones que ejercen sobre sus precios los competidores internacionales que adoptan esta modalidad de contratación, por lo que resulta más rentable para muchas empresas buscar nichos de mercado que les permitan enfrentarse a menos intermediarios, lo que, a su vez, les garantiza mejores precios y, por tanto, mayores utilidades.

En lo que concierne a contratos de maquila para la exportación, solamente tres empresas de las veintinueve encuestadas han realizado exportaciones directas o indirectas bajo esta modalidad, de las cuales una pequeña ha sido contratada por otra empresa nacional perteneciente al rubro de los productos artesanales, específicamente una que produce tejidos de punto; las otras dos, una pequeña y otra grande, han sido contratadas por empresas extranjeras que trabajan con productos de cuero y en el rubro 'productos manufacturados diversos', respectivamente.

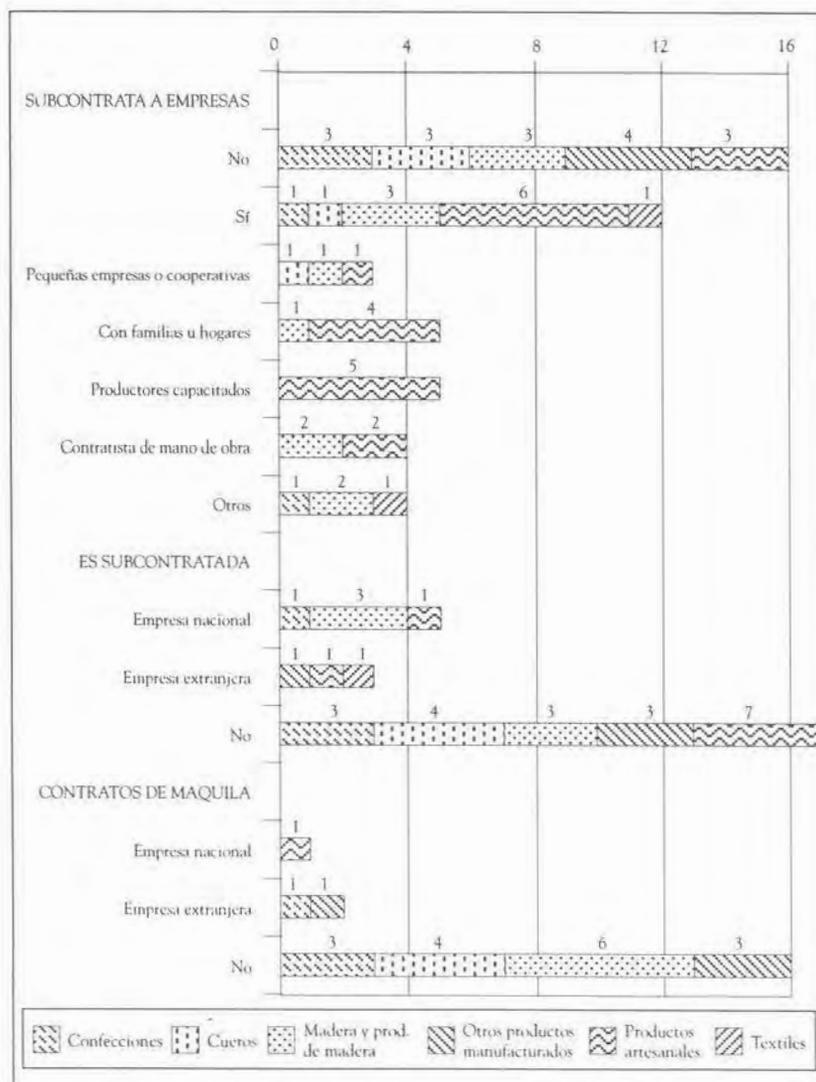
En síntesis, podemos afirmar que los mecanismos de subcontratación o maquila no representan –para las empresas entrevistadas– una alternativa consistente para ampliar sus exportaciones. Queda la duda acerca de si estas formas de producción para la exportación permitirán consolidar la estabilidad de las exportaciones de aquellas empresas que sí se valen de ellas. El incipiente desarrollo de las empresas de comercialización nacionales y la “exclusión”, por así decirlo, del país de lo que es el circuito internacional de la subcontratación o maquila, no ofrecen perspectivas viables en el corto plazo para que se constituyan en factores de estabilidad para las exportaciones de las empresas manufactureras nacionales, si se considera que este tipo de contratación para la producción destinada a la exportación se basa fundamentalmente en los bajos costos de la mano de obra y en las ventajas arancelarias e impositivas que los gobiernos en general ofrecen a las empresas contratistas y contratadas.

Gráfico 16. Prácticas de subcontratación (según número y tamaño de las empresas) (Continúa)



Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 16. Prácticas de subcontratación (según número y actividad de las empresas) (Continuación)



Fuente: CEDLA (2000)

3.2.11 Las estrategias de exportación

En el apartado anterior hemos acotado en parte las estrategias de exportación por las que optan las empresas encuestadas. Sin embargo, es importante analizar los fundamentos de sus estrategias de exportación y las prioridades que les asignan a éstas (Gráfico 17).

Dentro del conjunto de factores más importantes en que las empresas basan sus estrategias de exportación predominan, por orden de importancia, la diferenciación y calidad del producto, los contratos de venta previos, el bajo costo y fácil disponibilidad de las materias primas, el bajo costo de mano de obra, y los bajos precios del producto.

Las empresas de menor tamaño basan sus estrategias de exportación principalmente en la diferenciación y calidad del producto. Para las empresas grandes son más importantes los bajos precios de los productos y, luego, la diferenciación y calidad de ellos; como tercer factor de importancia reportan los contratos de venta previos. Casi nula es la frecuencia de la exportación de productos intensivos en tecnología. Para la única empresa que lo hace, la fábrica de tapas de plástico, es vital el desarrollo y la innovación de la tecnología.

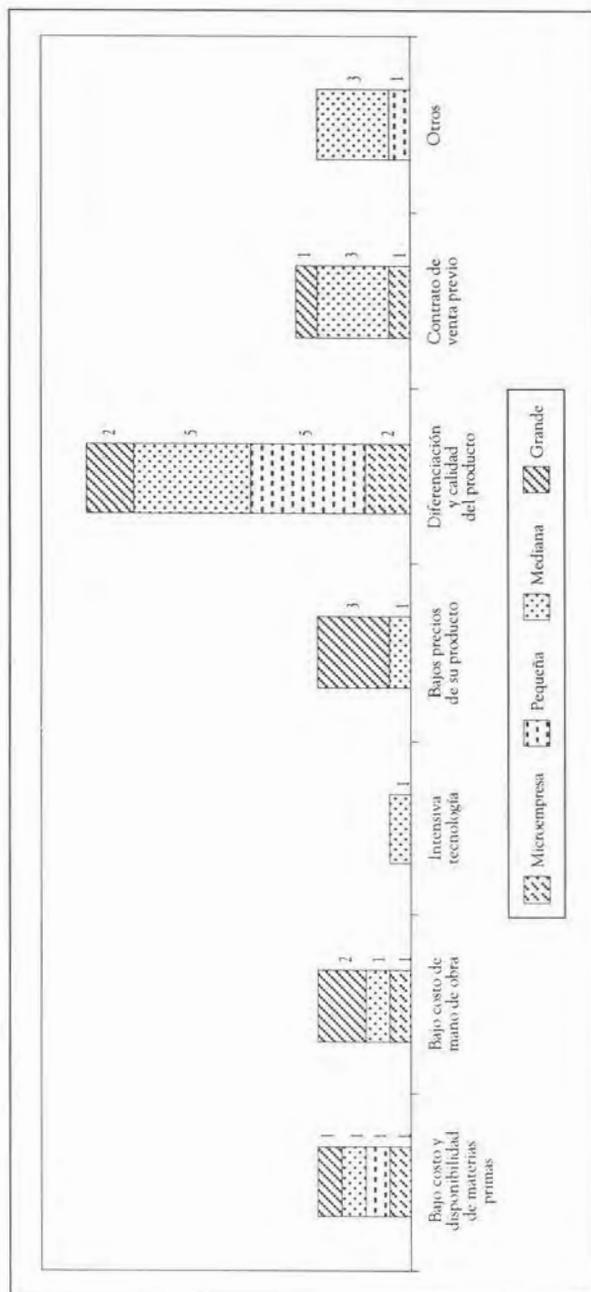
Con la presentación de los elementos en los que se basan las estrategias de exportación, se pretende resaltar la importancia de las estrategias referidas a los productos que deben desarrollar las empresas, para que a partir de ellas diseñen una estrategia global de *marketing*.

Este enfoque parte del supuesto, mucho más real, de que las personas compran productos por las necesidades que estos satisfacen, ya que en el plano de la realidad lo que se “compra” no es un producto sino un concepto, y, como tal, debe constituir la pieza fundamental de una estrategia global. El nuevo concepto no se basa en un enfoque centrado en el “producto en sí mismo”, sino más bien en la satisfacción de las necesidades del cliente. El producto no se estudia, en primer lugar, por casualidad: si no se tiene un producto, ¿cómo se puede fijar un precio? ¿Cómo se puede decidir cuál es el canal de distribución adecuado? ¿Cómo se puede diseñar y estructurar la campaña de comunicación¹¹?

Forman parte del producto tanto determinadas materias primas como las percepciones que el consumidor tiene de él, sean éstas generadas por una publicidad con ese preciso propósito, o por los efectos de su precio

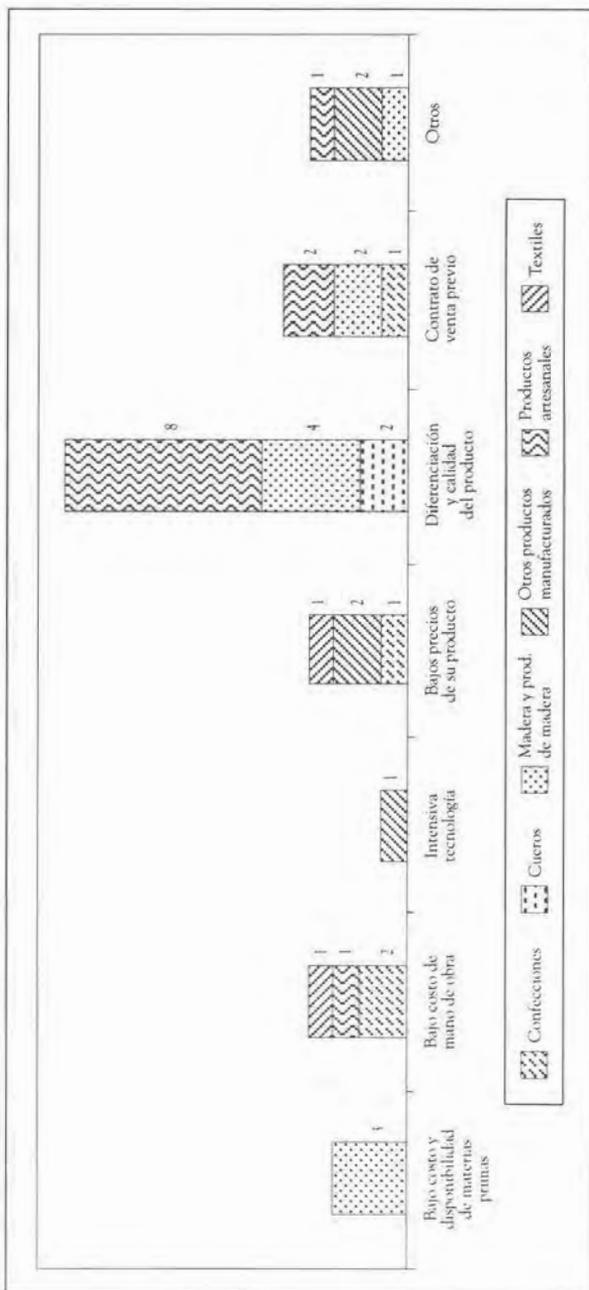
¹¹ Braidot y Soto (1999), 153.

Gráfico 17. Bases de las estrategias de exportación (según número y tamaño de las empresas) (Continúa)



Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 17. Bases de las estrategias de exportación (según número y actividad de las empresas) (Continuación)



Fuente: CEJLA (2000)

o el canal utilizado para su distribución. La calidad, por supuesto, constituye otro componente fundamental del producto como concepto, puesto que representa la síntesis, en el mercado externo, de la competitividad de una empresa. Por lo tanto, todas las estrategias empresariales deberán girar en torno a él.

3.2.11.1 Los canales de distribución

La mayoría de las empresas utiliza distintos canales de distribución: además de las exportaciones directas, recurren a intermediarios tanto nacionales como extranjeros para incursionar en el mercado externo (Gráfico 18).

La modalidad de exportar a través de canales de distribución directos constituye el 69% de todas las formas de comercialización utilizadas, un 31% corresponden a exportaciones por canales indirectos. Entre los canales de distribución directos tenemos las exportaciones directas al mercado externo (27%), las ventas en las propias empresas o sus locales comerciales (17%), las ventas a través de su propia empresa de comercialización (10%), y las ventas en ferias internacionales (4%); entre ellos se cuentan, además, las exportaciones de empresas que venden toda su producción a otra empresa cliente en el exterior (12%). Por otra parte tenemos las exportaciones a través de empresas de comercialización (21%), y las exportaciones de empresas que se valen de agentes vendedores, tiendas de solidaridad o *brokers*, que no superan el 10%.

Las exportaciones de productos estables son realizadas por las empresas a través de canales directos en un 63%, es decir, concretan sus ventas en el exterior en su propia empresa, en sus locales comerciales, venden directamente al mercado externo, o utilizan su propia empresa de comercialización; otro 25% se exporta mediante la combinación de canales directos e indirectos, esto es, comercializan directamente una parte de los productos y el resto a través una empresa de comercialización. El restante 13% de sus exportaciones es colocado por medio de canales indirectos a través de la venta de toda su producción a empresas extranjeras (por ejemplo empresas de comercialización); de agentes vendedores en el exterior; de *brokers*, e inclusive de tiendas de solidaridad.

La utilización de canales directos en la exportación de productos inestables son relativamente menos importantes y representan el 54% del total de las formas de comercialización utilizadas. Los canales indirectos

canalizan el 34% de estas exportaciones, y el 12% restante se coloca mediante la combinación de estos dos canales de distribución.

Parte de la inestabilidad de los productos de exportación puede ser atribuida precisamente a la utilización de los canales indirectos de exportación, esto por la inherente pérdida de control en la comercialización externa y la marcada competencia entre los propios clientes de las empresas exportadoras.

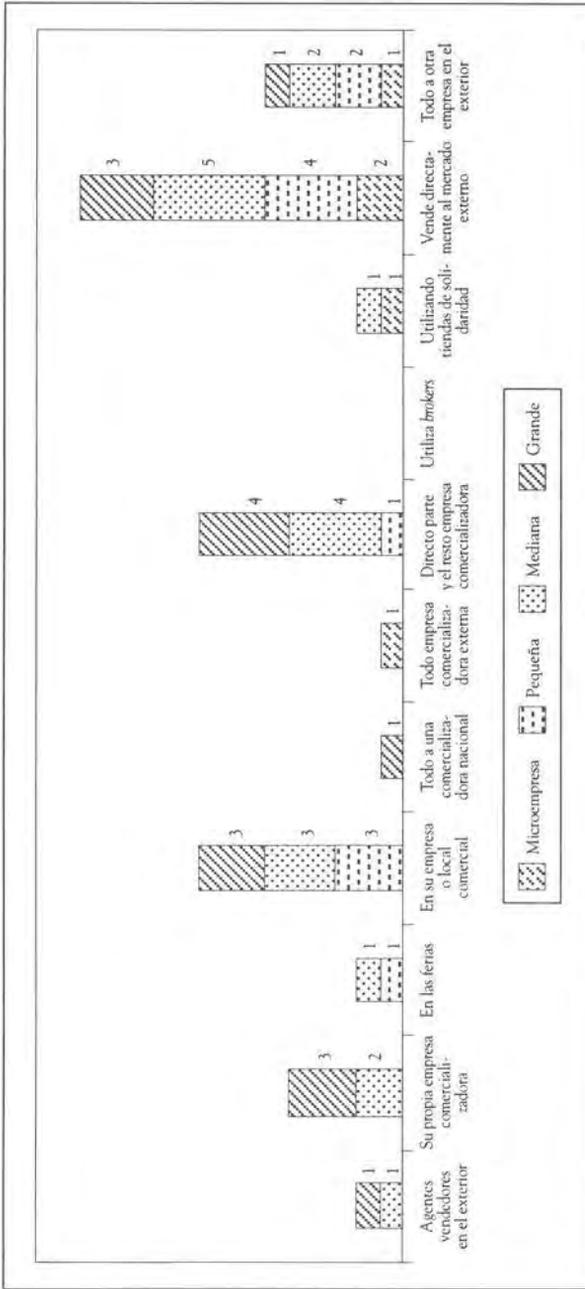
Existe un claro predominio de los canales de distribución directos que están en buena medida asociados a exportaciones a nichos de mercado específicos que permiten a las empresas reducir la intervención de terceros y obtener mayores utilidades, puesto que pueden elevar los precios en comparación con los precios de ventas concentradas en uno o pocos intermediarios. El precio también da valor al producto, es parte del concepto de producto. Además, el éxito de la empresa, y fundamentalmente de las pequeñas y medianas empresas, depende del descubrimiento de nichos o segmentos de mercado en los que pueden ofrecer productos y servicios diferenciados de manera favorable.

En los canales de comercialización indirecta o vía intermediarios podemos encontrar a quienes compran y revenden: mayoristas, distribuidores, importadores y exportadores, y quienes venden a comisión (agentes, corredores y representantes). Valerse de intermediarios tiene ventajas y desventajas: una ventaja muy importante consiste en la adecuación de la oferta a la demanda. De importancia son también su capacidad de distribución física; el *marketing* en el punto de venta; la facilidad de su utilización; el financiamiento y la información brindados al productor, así como la reducción de contactos a un mínimo; la asunción de riesgos (por parte del intermediario), y otros servicios como el asesoramiento postventa.

Las desventajas de recurrir a intermediarios son: la elevación del precio; el mal manejo de la mercadería; la pérdida de información y la falta de apoyo de la fuerza de ventas para el producto. Cuando la empresa logra establecer una relación de colaboración con sus distribuidores, todas estas desventajas pueden ser reducidas.

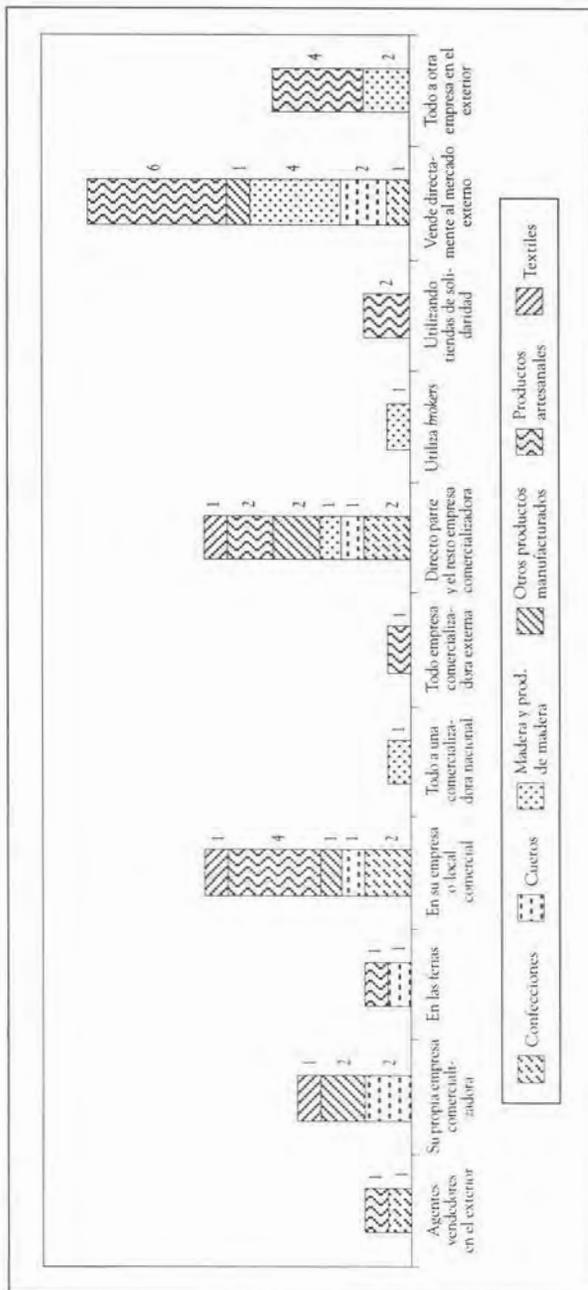
Estas desventajas explican en cierta medida por qué las empresas encuestadas prefieren canales de comercialización directos: en las dos microempresas sólo el 20% de las opciones de comercialización aprovechadas corresponde a la utilización de una empresa de comercialización, en este caso externa. En las empresas pequeñas se recurre a esta opción en menos del 10%. Las empresas medianas se sirven de intermediarios en sólo un 32% de sus opciones de exportación, y las empresas grandes lo hacen en un 38%.

Gráfico 18. Canales de comercialización en el exterior (según número y tamaño de las empresas) (Continúa)



Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 18. Canales de comercialización en el exterior (según número y actividad de las empresas) (Continuación)



Fuente: CEDLA (2000)

La utilización de intermediarios en las distintas formas de exportación, por tipo de actividad de las empresas y según porcentajes, es la siguiente: en la industria de la confección 50%; en la fabricación de productos de cuero y de madera 14 y 12,5%, respectivamente; en el rubro 'productos manufacturados diversos' 33%; en la industria textil y de productos artesanales 35%.

3.2.11.2 Evaluación de la competencia y los clientes

La información sobre el uso que se hace de los distintos canales de comercialización no arrojan muchas luces sobre su relevancia para la estabilidad de las exportaciones, por lo que es importante analizar cómo las empresas entrevistadas evalúan a su competencia en el exterior.

En primera instancia están los factores relativos al producto y la necesidad o exigencia de acompañarlo con determinados servicios. Entre los factores mencionados en todas las respuestas, predominan aquéllos relativos al precio y la calidad de los productos y materias primas (77%); en el 23% restante de las respuestas se refieren desventajas de los productores nacionales en otras áreas. Esto nos da la idea de que los precios y la calidad influyen de forma relativamente más importante en la inestabilidad de las exportaciones manufactureras nacionales: solamente el 6% de las empresas indica tener ventajas tácitas sobre sus competidores, y el 16% de las respuestas indican que las industrias se ubican dentro de un nivel de competitividad similar al de ellos (Gráfico 19).

La evaluación que hacen las empresas encuestadas de las empresas de la competencia, revela datos aún más preocupantes: el 61% de las respuestas identifican ventajas relativas de las empresas competidoras, en orden de importancia las respuestas plantean lo siguiente: se trata de empresas más competitivas; tienen mayor capacidad productiva y mayor acceso a materias primas, tecnología y mercado; poseen ventajas en cuanto a un apoyo a sus exportaciones; son más creativas y diversifican su producción; invierten y aplican mejores técnicas de mercadeo (Gráfico 20).

Entre los datos particulares aportados por la encuesta podemos citar el caso de cuatro empresas que dicen desconocer a las empresas competidoras: se trata de una empresa en cada una de las siguientes ramas: 'productos artesanales'; 'productos manufacturados diversos'; 'madera y productos de madera', y 'confecciones'.

Cuatro empresas indican tener similar capacidad productiva que sus competidoras. Ellas corresponden al rubro 'madera y productos de madera'

(la afirmación se refiere al tamaño de las empresas –medianas– y a su grado de tecnificación). Explican que no requieren ser más grandes, sino más eficientes; la tecnología que utilizan es similar porque no hay posibilidad de grandes diferencias tecnológicas en el tipo de maquinaria que utilizan. Otras dos empresas se dedican a la fabricación de textiles y productos manufacturados, respectivamente. En todos los casos estamos hablando de capacidades productivas dadas por una combinación eficiente entre maquinaria estandarizada y fuerza de trabajo que cuenta con una capacitación acorde con ella. Sólo en un caso se reporta que la empresa trabaja de manera coordinada con su competencia.

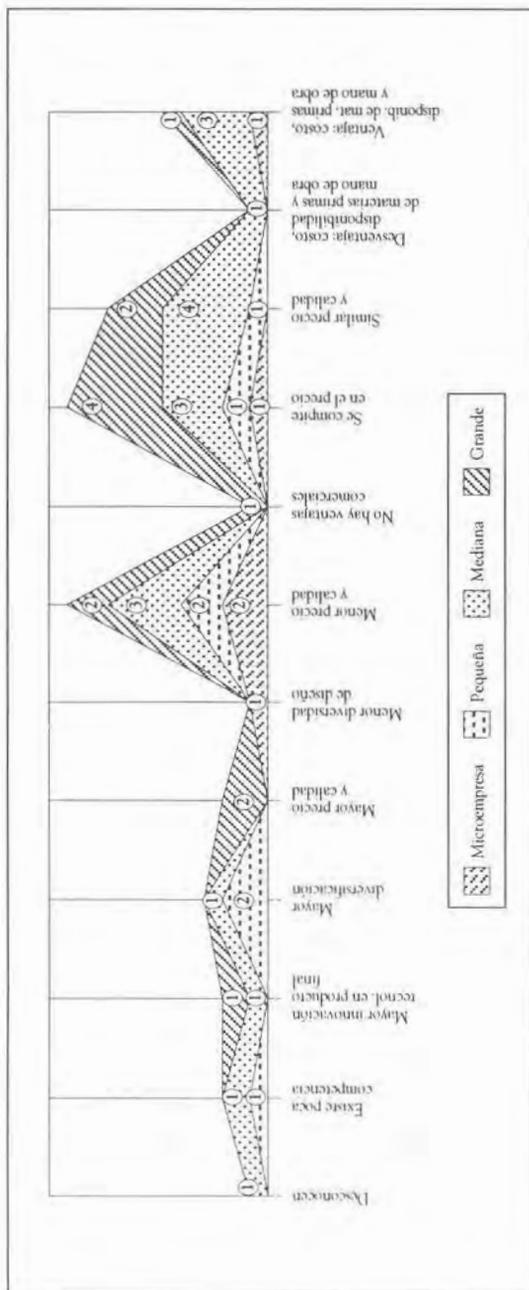
De las siete respuestas que indican que las empresas tienen una ventaja clara sobre las empresas de la competencia (16%), dos empresas se ven a sí mismas como más creativas y estables que ella y otras dos mencionan que no les afecta la competencia (en ambos casos se trata de empresas de confección). Una de estas empresas también menciona que su competencia tiene costos más altos de producción. Por último, solamente en un caso se reportan ventajas con relación a la disponibilidad de materias primas.

En síntesis, la percepción que tienen los empresarios de las empresas con que compiten, es que éstas últimas se encuentran en una situación más estable que el conjunto de las empresas nacionales. Dicho de forma más precisa, el 66% de las empresas exportadoras nacionales se ven en desventaja frente a sus competidoras y, por lo tanto, creen estar sujetas a una mayor inestabilidad.

Estos riesgos pueden ser aminorados en alguna medida a través de una buena relación con los clientes. De las respuestas dadas sobre la evaluación de los clientes, el 58% reflejan elementos positivos que aportan a la estabilidad global de las exportaciones. En 18 casos las empresas reportan a sus clientes como buenos porque mantienen una buena comunicación y pagan a tiempo, dos aspectos fundamentales para la solidez de una relación comercial. Más aún, seis empresas informan de una relación de trabajo personal y estrecha; en tres casos existen estrategias de negociación entre clientes y productores y, en un caso, se desarrollan sistemáticamente estrategias conjuntas de producción y comercialización.

El 27% de las respuestas contiene una caracterización de los clientes: en doce casos se afirma que los clientes son exigentes e informados y que negocian el precio; en otras tres respuestas se manifiesta que los clientes son empresas de diverso tamaño; dos empresas reportan que los clientes enfrentan dificultades de pago; dos más que éstos son inestables, y una que no los conoce.

Gráfico 19. Evaluación de los productos de su competencia en el exterior (según número y tamaño de las empresas) (Comimia)



Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 19. Evaluación de los productos de su competencia en el exterior (según número y actividad de las empresas) (Continuación)

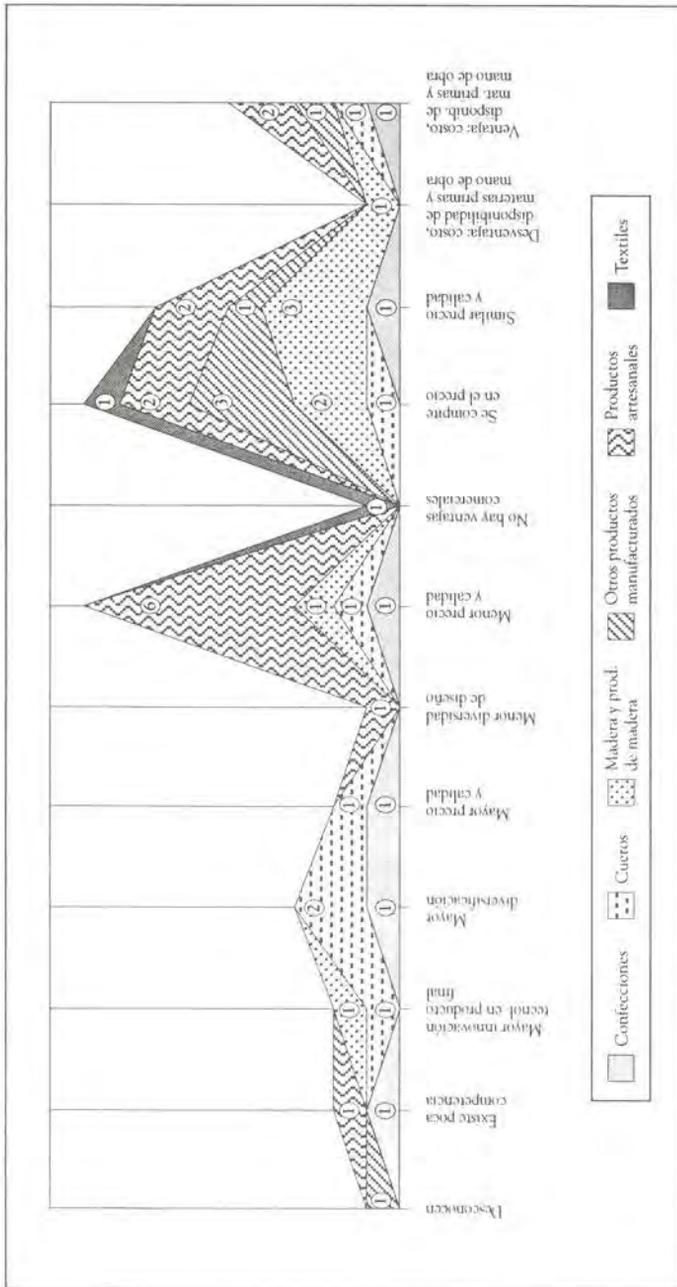
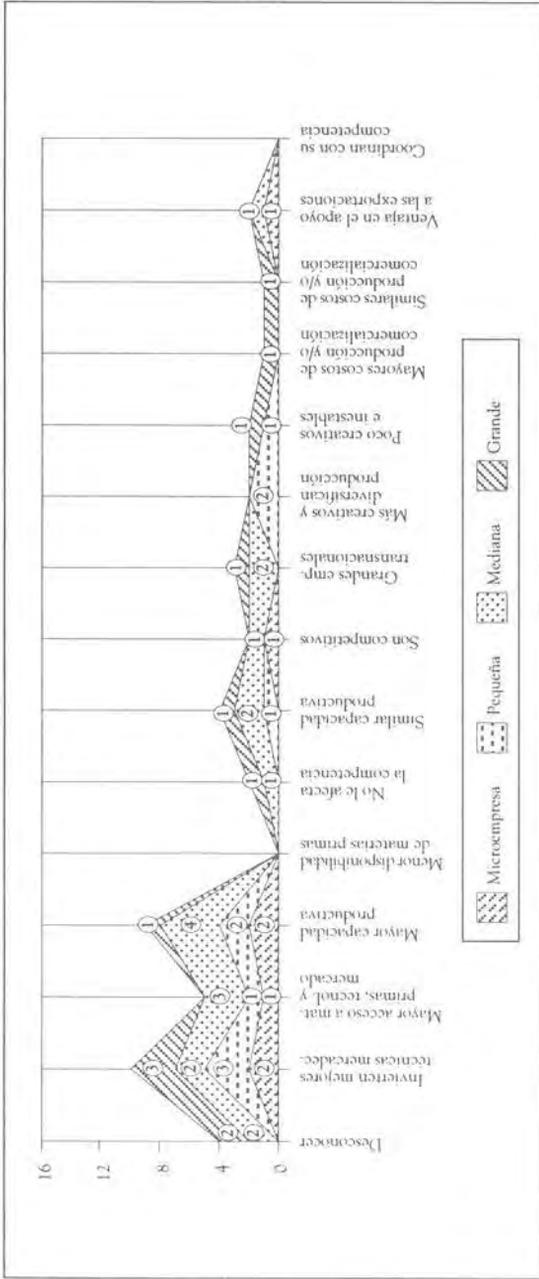
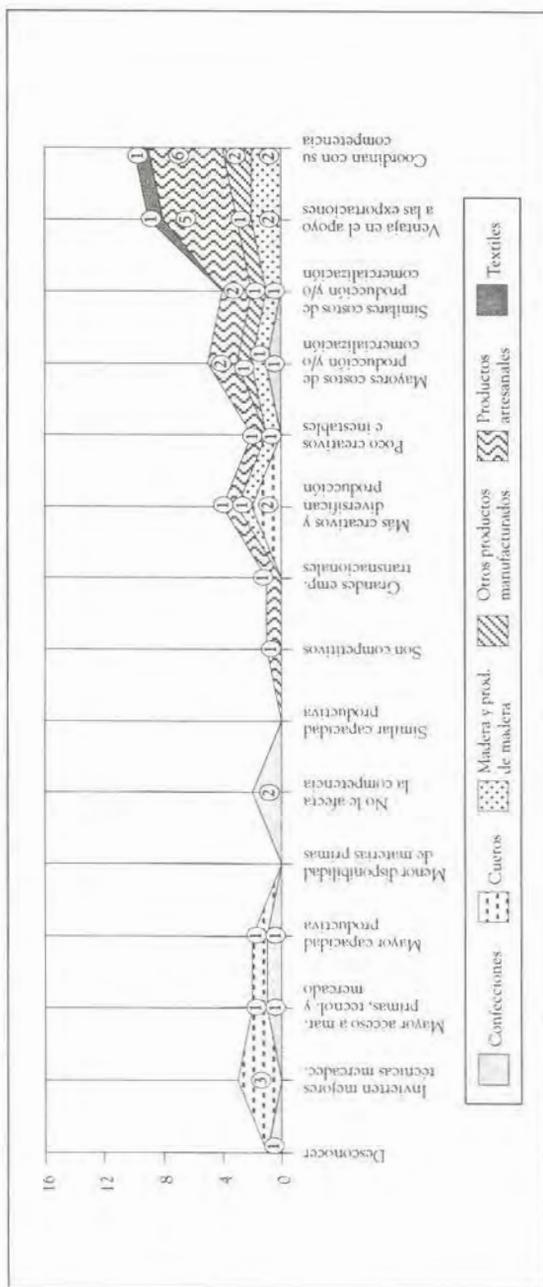


Gráfico 20. Evaluación de las empresas de su competencia en el exterior (según número y tamaño de las empresas) (Continúa)



Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 20. Evaluación de las empresas de su competencia en el exterior (según número y actividad de las empresas) (Continuación)



Fuente: CEDLA (2000)

En términos generales se puede concluir que las empresas valoran una buena relación con los clientes. Casi la totalidad de las empresas mantiene una buena comunicación, los conoce y trabaja conjuntamente con ellos, y, además, recibe las retribuciones correspondientes, elemento de estabilidad de suma importancia para las empresas en cuestión (Gráfico 21).

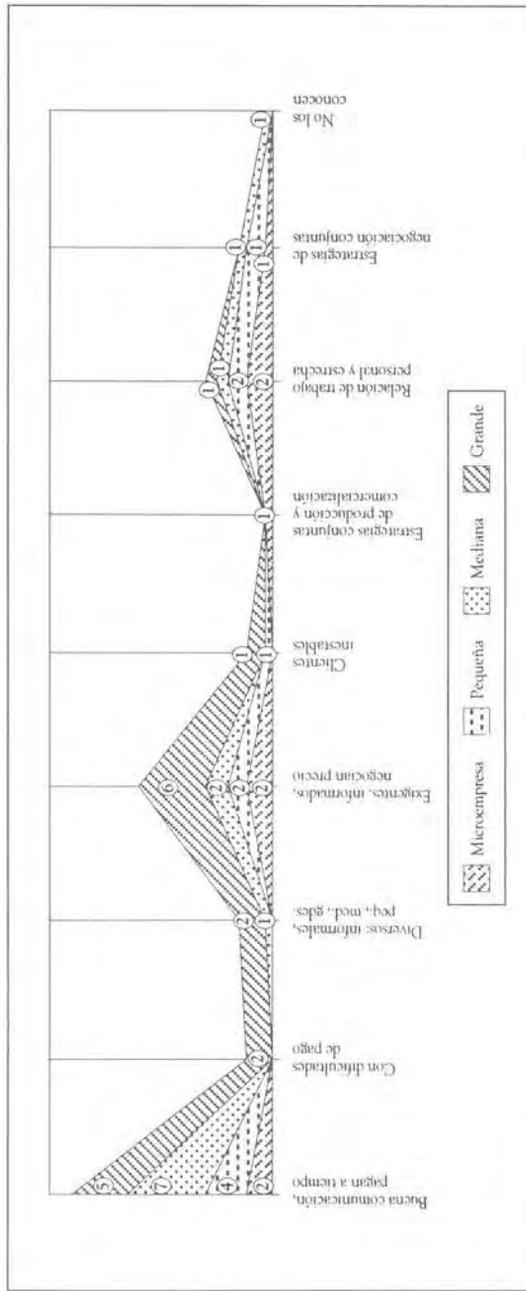
Las técnicas de mercadeo que las empresas han declarado utilizar, reflejan su capacidad para posicionar su producto en el exterior. Las técnicas que generan mayor estabilidad en las exportaciones se sustentan en la relación estrecha que la mayoría de las empresas mantiene con sus clientes. Una de las mayores frecuencias registradas en lo que se refiere a la aplicación de técnicas de posicionamiento de productos es la venta personal y relacional (13); cinco empresas más especifican ofrecer una atención personalizada e individualizada a sus clientes, y tres empresas utilizan la técnica *head to head*¹², esto es, proceden a negociaciones directas entre los ejecutivos máximos. Estas técnicas son de carácter directo y demandan una mayor capacitación y esfuerzo de la fuerza de venta de una empresa; inferimos que muchas de las otras empresas encuestadas han desarrollado su capacidad de venta con orientaciones de esta índole, aunque no sea de manera sistemática (Gráfico 22).

La participación en ferias y ruedas de negocios internacionales (trece casos), representa otra de las actividades de mercadeo más frecuentes, estas ocasiones han sido aprovechadas por las micro y pequeñas empresas como una alternativa de venta directa que también les ha permitido entablar contactos con clientes permanentes. En once casos, además, las ventas se apoyan en la promoción o propaganda que se hace del producto, ya sea a través de catálogos o el envío sistemático de muestras de los productos a los clientes, actividades que en diez casos son complementadas con el uso de la Internet y, en sólo dos casos, con la instalación de una página *web*.

Estos datos reflejan que las técnicas de mercadeo utilizadas se concentran en aquéllas que pueden ser desarrolladas por la fuerza de venta de la empresa. Las técnicas que dependen de terceras instancias o implican costos adicionales en las ventas han sido aplicadas con menor frecuencia.

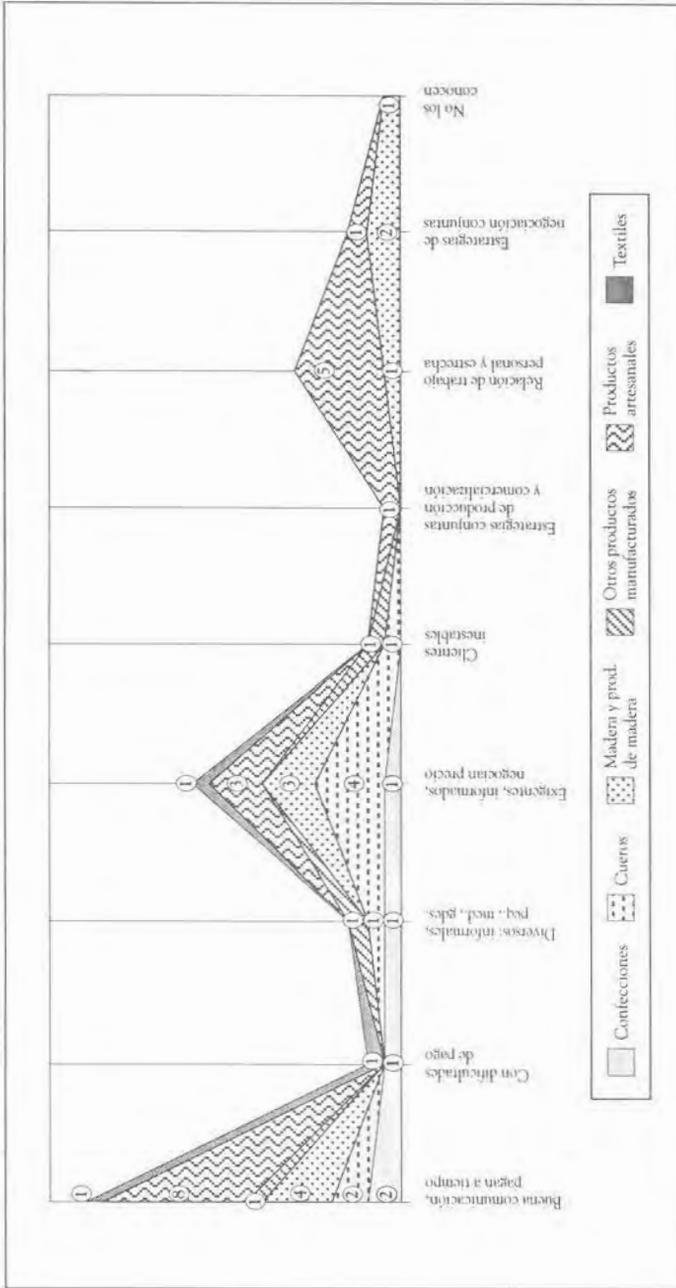
¹² Esta técnica se refiere a la negociación entre los máximos responsables de las empresas.

Gráfico 21. Evaluación de las empresas de sus clientes (según número y tamaño de las empresas) (Continúa)



Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 21. Evaluación de las empresas de sus clientes (según número y actividad de las empresas) (Continuación)



Fuente: CEDLA (2000)

Las empresas dedicadas a la fabricación de tejidos de punto han sido las más dinámicas en cuanto a la utilización de técnicas de mercadeo se refiere: son las que más han participado en ferias y han recurrido a la promoción de los productos y a la distribución de catálogos y muestras, combinando, además, la venta personal con el apoyo que reciben de instituciones promotoras del comercio exterior. También las empresas del rubro 'madera y productos de madera' y 'cuero y productos de cuero' sobresalen en la aplicación de las técnicas mencionadas.

Sin embargo, las debilidades en el área de las técnicas de mercadeo que inciden en la inestabilidad de las exportaciones se reflejan en el hecho de que sólo dos empresas realizan campañas publicitarias en el exterior. Solamente una empresa grande que fabrica productos de madera ofrece un servicio postventa y ninguna empresa cuenta con una estrategia de 'marketing total'. Únicamente seis empresas reportan emplear representantes, agentes vendedores, o *brokers*; además, las empresas que se han apoyado en instituciones y/o empresas de comercialización para conseguir nuevos clientes apenas suman cinco. De igual manera, sólo dos empresas han cerrado contratos con grandes empresas de comercialización.

Estas debilidades de las empresas no solamente se derivan de las limitaciones que tienen para financiar técnicas de posicionamiento más caras, sino de su capacidad productiva y sus posibilidades de cumplir con contratos de mayor envergadura, así como de las limitaciones referidas a su capacidad de asociación con otras empresas del sector o instituciones de promoción, para emprender campañas más agresivas de penetración de mercados.

3.2.12 Elementos indispensables para una inserción estable de las empresas y sus productos en el mercado internacional

Los elementos indispensables identificados por las empresas para una inserción estable de sus *productos* son: el diseño, la calidad y la presentación con una frecuencia de doce respuestas; para ocho empresas es importante también resolver los problemas relacionados con las materias primas; siete empresas precisan que para su estabilidad es indispensable tener precios competitivos y, por último, dos empresas afirman que es indispensable valorar lo artesanal y diversificar la oferta exportable mediante una estrategia de cambio. En conjunto, estos elementos apuntan a la definición de una estrategia de producto como la alternativa para incrementar la estabilidad de las exportaciones. Destacan las empresas exportadoras de tejidos de punto,

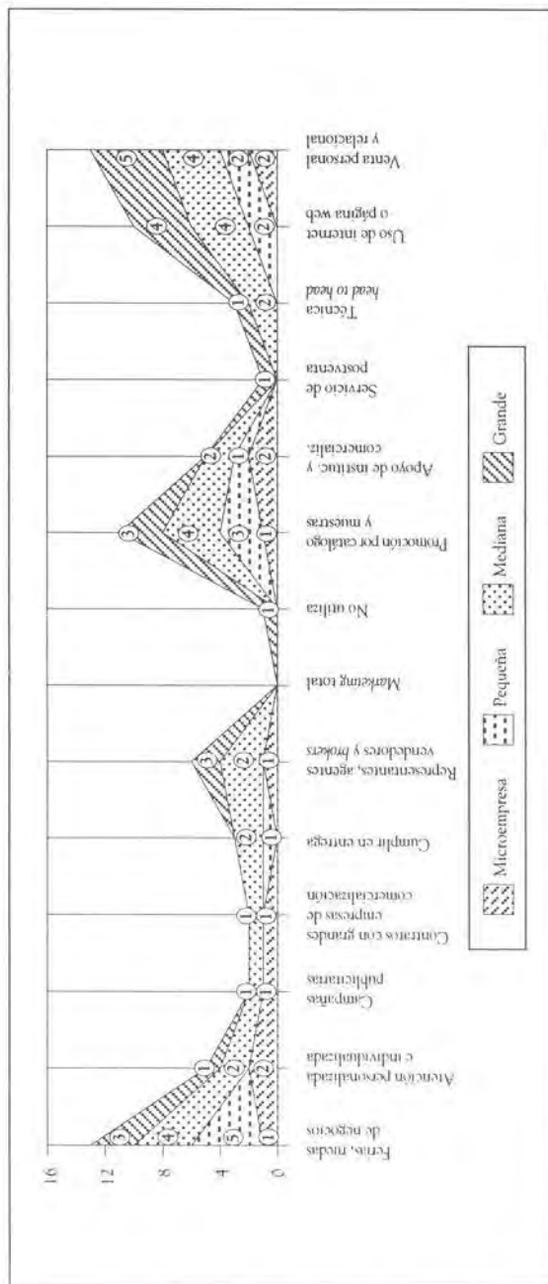
para las cuales la competencia en diseño y calidad del producto representa un factor determinante de su estabilidad, pero también lo es para empresas de los rubros de cueros, 'maderas y productos de madera' y 'productos manufacturados diversos' (Gráfico 23).

Sin embargo, el hecho de que doce empresas no hicieran comentarios respecto de sus productos refleja que, en general, no existen estrategias de cambio con respecto a ellos. Esto podría resultar en una mayor debilidad de adaptación ante cambios de la demanda, situación que afecta a empresas de distintos rubros y, fundamentalmente, a empresas grandes y medianas.

Por otra parte, entre los elementos identificados con más frecuencia como indispensables para la estabilidad de la *empresa* se nombran, en primer lugar, la puntualidad y el cumplimiento. Ambos factores están relacionados con el predominio de clientes exigentes y la posibilidad de perderlos ante el eventual incumplimiento de contratos cuando la entrega y las condiciones de éstos no se cumplen, como les ha sucedido a algunas empresas. No es casual que el elemento mencionado en segundo lugar sea la necesidad de buscar nuevos mercados a través de la participación en ferias, el envío de muestras al exterior, y un mayor esfuerzo en el área de mercadeo. Tal como lo reportan nueve empresas, la reducción de la demanda y el aumento de la competencia, impulsadas considerablemente por los efectos de la crisis, parecen ser los factores que determinan esta preocupación. Otras siete empresas consideran indispensable operar en condiciones favorables de financiamiento; en general, éstas otorgarían una mayor estabilidad a la mayoría de las empresas que han definido claramente sus prioridades de inversión. Otros elementos, mencionados con menor frecuencia, son: la estabilidad de precios y el control de calidad de las materias primas (6 empresas); la necesidad de elevar la competitividad (5); el mejoramiento del control de calidad (4); una mayor eficiencia en los tiempos de producción, los plazos de entrega, el transporte y los fletes (4), y buen trato y buenas relaciones con el cliente (3).

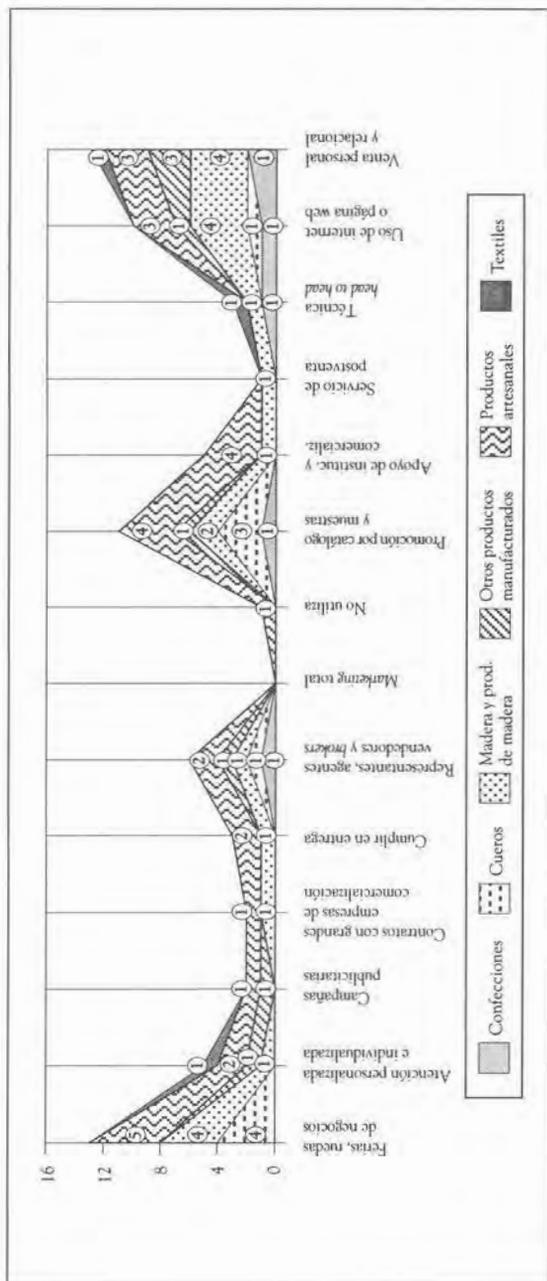
Aunque los restantes elementos identificados no se nombran con tanta frecuencia, resulta interesante constatar que se hayan reconocido puntualmente las necesidades de un planteamiento estratégico para cada mercado; de afianzar la estrategia de menor precio y mayor calidad, además de contratar más personal que se dedique a la gestión empresarial. Estas visiones estratégicas resultan en otros elementos indispensables que han sido reportados y que aluden a la actividad propia de las empresas, tales como: obtener costos menores; lograr una producción sólida, y ampliar la línea de producción.

Gráfico 22. Empleo de técnicas de mercadeo para el posicionamiento del producto (según número y tamaño de las empresas)
(Continúa)



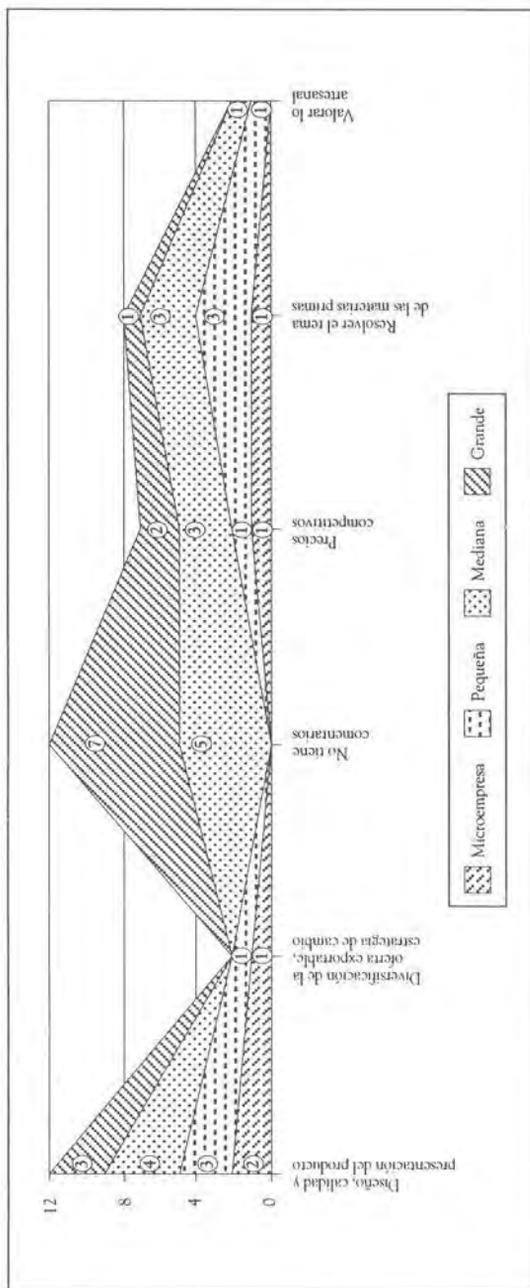
Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 22. Empleo de técnicas de mercadeo para el posicionamiento del producto (según número y actividad de las empresas)
(Continuación)



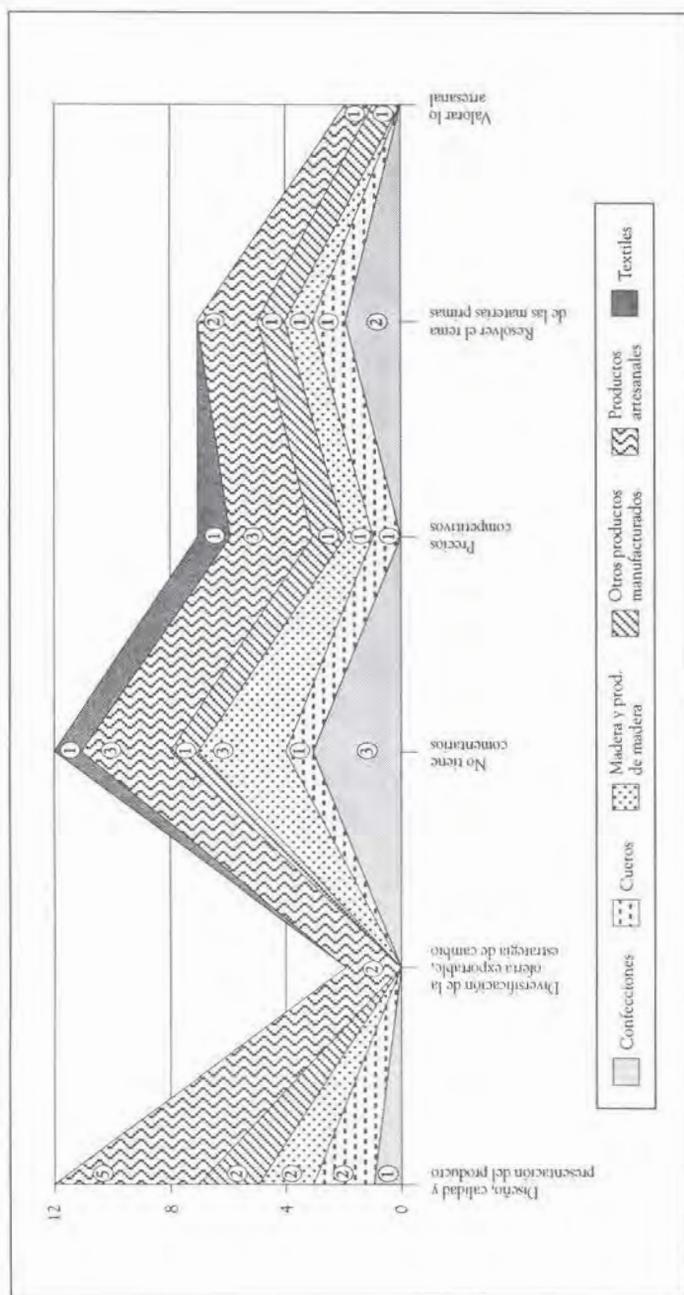
Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 23. Elementos indispensables para una inserción estable de los productos en el mercado (según número y tamaño de las empresas) (Continúa)



Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 23. Elementos indispensables para una inserción estable de los productos en el mercado (según número y actividad de las empresas) (Continuación)



Fuente: CEDLA (2000)

Resalta el hecho de que seis empresas, de las cuales cinco son grandes, no hicieran comentarios sobre aquellos elementos indispensables para su empresa que tienen como objeto asegurar la estabilidad de sus exportaciones. Se podría inferir que ellas han alcanzado un nivel de gestión que satisface sus expectativas y las exigencias de sus estrategias de exportación. En contraste, las empresas de menor tamaño plantean necesidades con respecto a casi la totalidad de los factores que son indispensables en sus empresas para garantizar la estabilidad de sus exportaciones (Gráfico 24).

Los elementos identificados en el ámbito del mercado externo como indispensables para la estabilidad de las exportaciones de las empresas están bastante relacionados o son complementarios entre sí. En diez casos se consideran indispensables la promoción y diversificación del mercado externo; en otros diez se menciona la necesidad de negociar mejores acuerdos comerciales que beneficien a la producción nacional. Seis empresas se refieren a la necesidad de contar con una política que apoye la comercialización de los productos nacionales y otras cinco empresas se preocupan de hacer averiguaciones sobre mercados potenciales. Las repuestas de estas empresas reflejan no sólo la importancia de una ampliación y diversificación de los mercados, sino la necesidad de acuerdos comerciales que posibiliten este ansiado fin (la incursión exitosa y estable en nuevos mercados), y que deberían armonizar con una política integral de promoción de las exportaciones manufactureras. En este sentido otras dos empresas plantean la necesidad de un aumento de la competitividad global del país, y dos entienden como importe la estabilidad de precios en el mercado externo (Gráfico 25).

Es evidente que estos elementos, identificados como fundamentales para la estabilidad de las exportaciones, no pueden ser sino el producto de un accionar colectivo que requiere de una articulación lo suficientemente óptima como para alcanzar logros considerables, lo que, a su vez, sugiere que la manera en que se deben encarar estos objetivos debe ser de carácter conjunto y consensual: si nos atenemos estrictamente a las respuestas dadas, las redes empresariales y la asociación entre gobierno e instituciones de promoción de exportaciones y empresas deben representar los primeros papeles en el escenario descrito¹³.

¹³ El papel de PROChile y del Banco de Comercio Exterior de México no sólo ha consistido en canalizar financiamiento hacia las empresas exportadoras en condiciones favorables y de brindarles servicios de desarrollo empresarial, sino en propiciar la articulación de demandas de las distintas ramas de producción para establecer prioridades eficaces en las políticas de promoción de exportaciones.

Por lo expuesto, uno de los lineamientos estratégicos de las políticas públicas debería responder al alcance de niveles de articulación que propicien la generación de instrumentos eficaces para la promoción de las exportaciones. Veamos la amplitud de las exigencias que el sector exportador privado formula respecto de políticas públicas que puedan mejorar la estabilidad de sus exportaciones (Gráfico 26).

La principal demanda es una política nacional de promoción de la industria y las exportaciones, en este caso manufactureras. Esta demanda sugiere que la percepción de los exportadores manufactureros es que las vigentes políticas de exportación son, por decir lo menos, insuficientes: no dan prioridad a las exportaciones manufactureras y están deficientemente articuladas no solamente con otras políticas de carácter nacional, sino también con las políticas y estrategias regionales de promoción de exportaciones.

Otra demanda importante se refiere a la solución del problema de la deficiente infraestructura caminera y el costo asociado a ella. La precaria situación de esta infraestructura y la de comunicaciones en general, coloca a las exportaciones manufactureras nacionales en franca desventaja competitiva. La inestabilidad derivada de esta situación no tiene una solución ni siquiera en el mediano plazo, en tanto no se la entienda como prioritaria para el futuro del país exportador que pretende ser Bolivia.

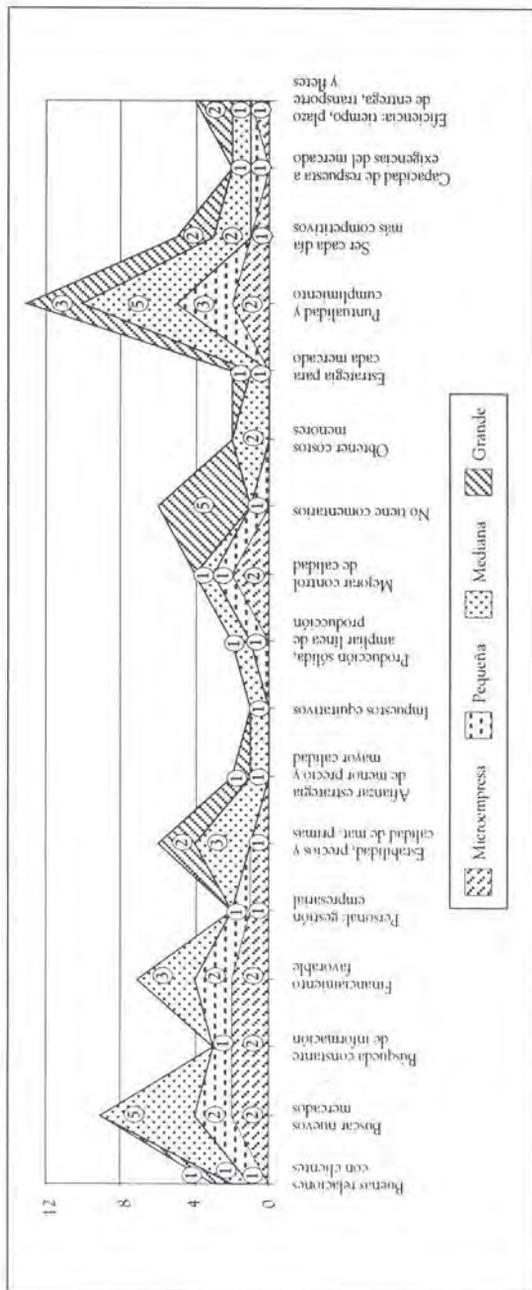
Una demanda más específica consiste en la desburocratización de las funciones públicas y los servicios relacionados a las exportaciones. Los empresarios abundan en que la desburocratización no debe apuntar sólo a la simplificación de los trámites respectivos, sino también a la reducción del tiempo de atención de sus solicitudes; los retrasos por trámites han ocasionado demoras en los tiempos de entrega a más de una empresa que se sometió a la encuesta. El hecho curioso es que no se constata una sola propuesta de acción conjunta en este sentido.

3.2.13 Políticas de promoción de exportaciones

En este apartado nos detendremos en el apoyo gubernamental en general y el de las instituciones vinculadas al sector exportador, y en incentivos puntuales para las exportaciones.

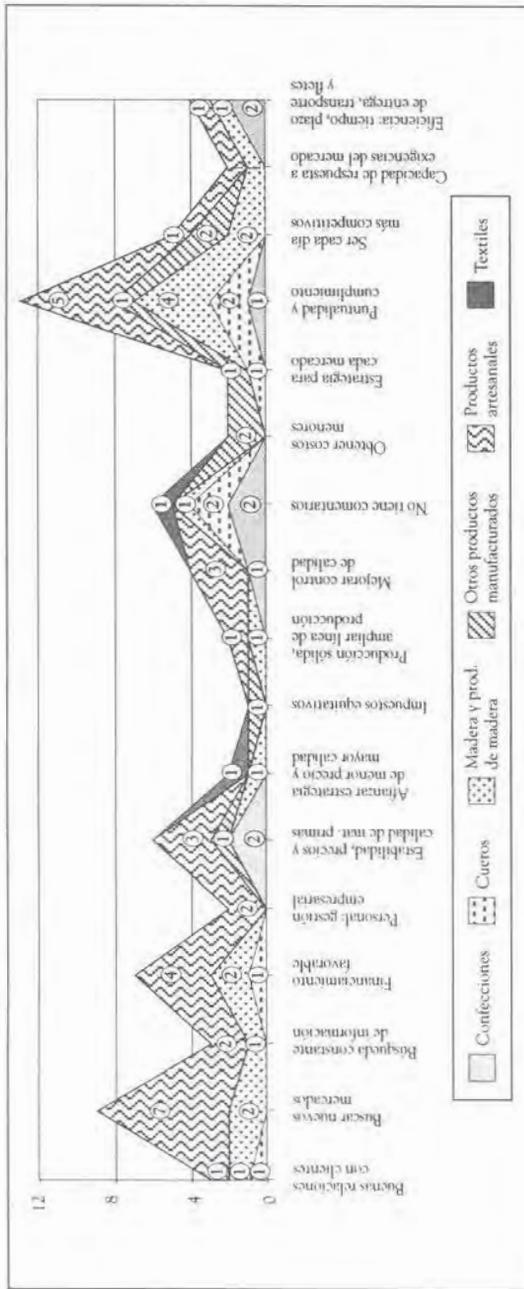
En cuanto a los elementos indispensables que deberían contener las políticas públicas para garantizar la inserción estable de sus exportaciones en el mercado internacional, predominan las recomendaciones generales:

Gráfico 24. Elementos indispensables para una inserción estable (según número y tamaño de las empresas) (Continúa)



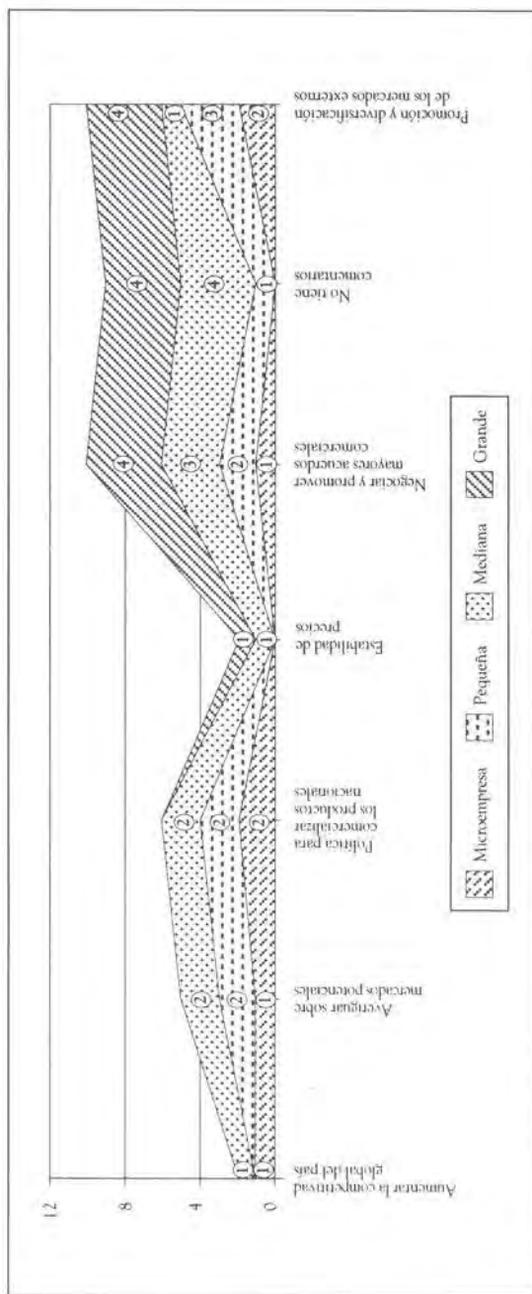
Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 24. Elementos indispensables para una inserción estable (según número y actividad de las empresas) (Continuación)



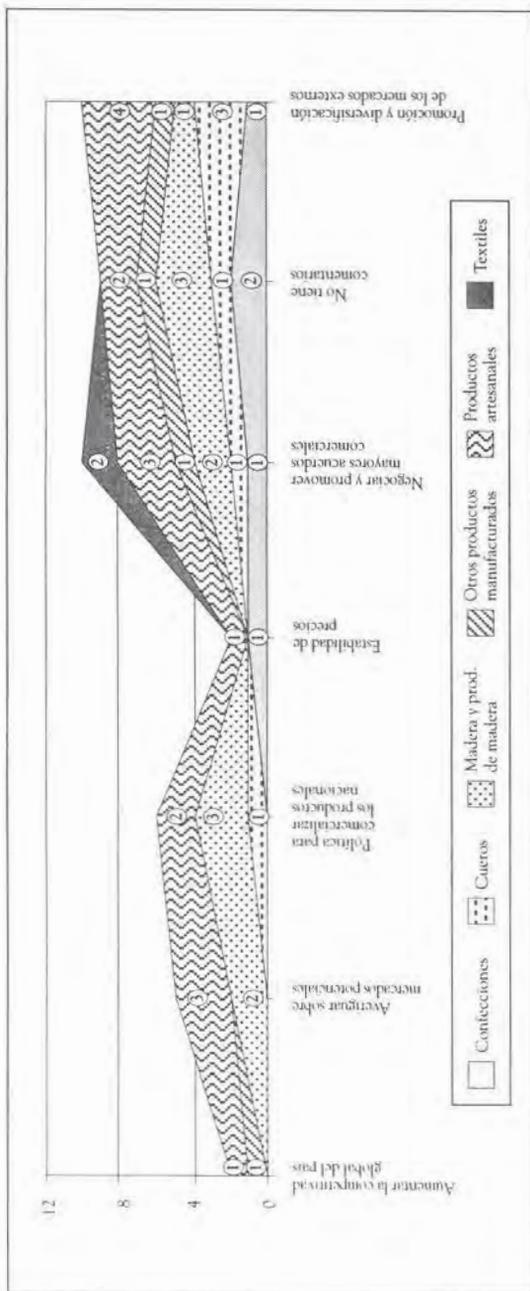
Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 25. Elementos indispensables para una inserción estable: mercado externo (según número y tamaño de las empresas)
(Continúa)



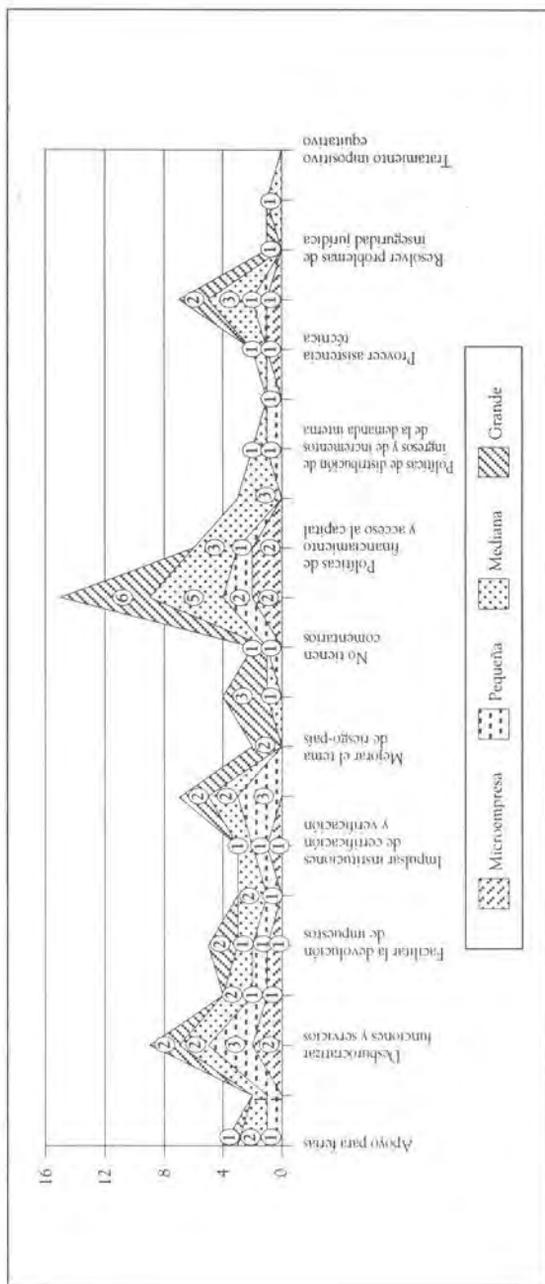
Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 25. Elementos indispensables para una inserción estable: mercado externo (según número y actividad de las empresas)
(Continuación)



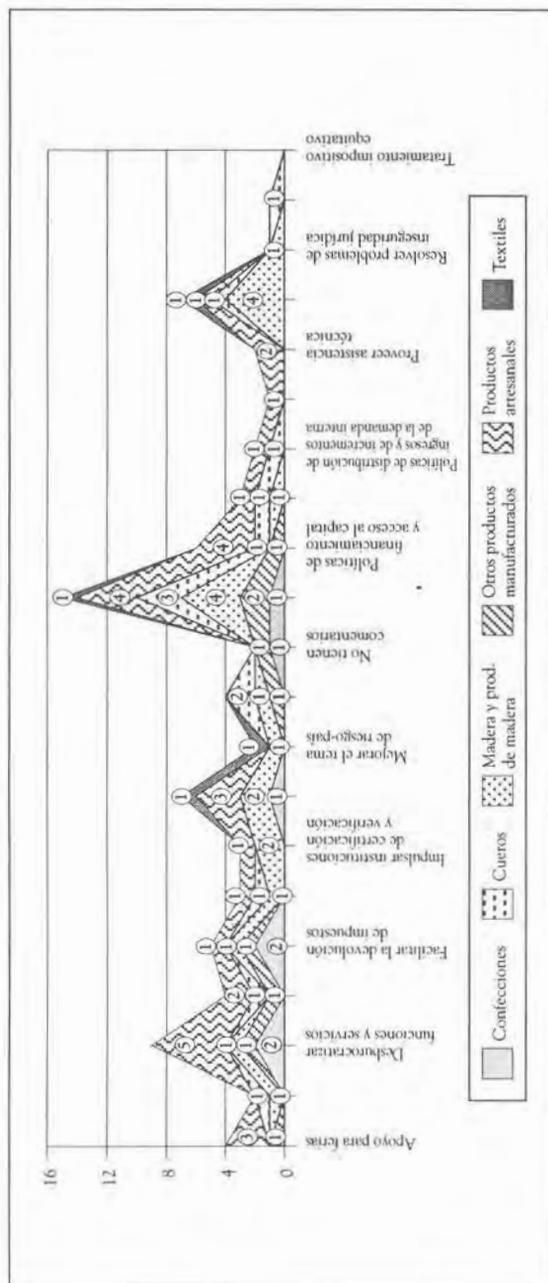
Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 26. Elementos indispensables para una inserción estable: políticas públicas (según según número y tamaño de las empresas) (Cominiza)



Fuente: CEDLA (2000)

Gráfico 26. Elementos indispensables para una inserción estable: políticas públicas (según número y actividad de las empresas)
(Continuación)



Fuente: CEDLA (2000)

la exigencia de contar con una política de promoción industrial y de las exportaciones nacionales (15 empresas), sugiere que la percepción predominante es que no existe una política clara y definida al respecto. Las empresas plantean una serie de demandas más puntuales en el orden siguiente: desburocratización de las funciones y los servicios de las instituciones promotoras (9 empresas); divulgación de mayor información sobre mercados y acuerdos comerciales (7); resolución del problema de la precaria situación de la infraestructura de transporte (7); políticas de financiamiento y acceso a capital (6); agilización de la devolución de impuestos (5); apoyo a la participación en ferias internacionales (4); garantía de la estabilidad económica, incluso ante *shocks* externos (3); impulso de mecanismos e instituciones de certificación y verificación (3); políticas de mejoramiento del capital humano, y el acceso a créditos para inversión en tecnología. El resto de las respuestas tienen una frecuencia no mayor a dos: políticas de mejoramiento la distribución del ingreso e incremento de la demanda interna; reducción del riesgo-país; provisión de asistencia técnica; creación de parques y/o zonas industriales; promoción del turismo (por su relación con el sector exportador); resolución de la morosidad del Ministerio de Inversiones y Comercio en lo que se refiere a la devolución de impuestos; resolución del tema de la inseguridad jurídica que enfrenta su sector y, por último, un tratamiento impositivo equitativo.

El 68% de los empresarios encuestados califica de malo o nulo el apoyo que recibe del gobierno central, regional o municipal, solamente el 15% lo califica de bueno o regular. Con las debidas reservas con que hay que tomar estas respuestas, es clara la desproporción existente. Como conclusión general se puede adelantar que los empresarios no ven al gobierno como un aliado para sus negocios de exportación. Este no es el caso con respecto a las distintas cámaras de exportadores: su apoyo es considerado como bueno o regular por el 57% de los encuestados, y sólo el 32% lo considera malo o nulo. La labor de otras instituciones como fundaciones, embajadas, etc., es percibida como buena o regular en el 29% de los casos, y en la misma proporción como mala o nula; hay que añadir que el 43% de los entrevistados desconoce o no puede calificar las actividades de promoción que estas instituciones desarrollan. En cuanto a la percepción que los empresarios tienen de los incentivos que existen para alentar las exportaciones —como factores que puedan generar estabilidad en ellas—, los datos recopilados son también desalentadores.

El sector público puede apoyar a la actividad exportadora principalmente en las siguientes áreas: información; financiamiento; seguro de exportación; desarrollo de una mayor vocación exportadora en el sector empresarial y, promoción de la oferta exportable; otras alternativas son la exención de aranceles o un reintegro posterior de éstos en el marco la mayor simplicidad administrativa posible. Los incentivos a las exportaciones no tradicionales son componentes centrales de la política comercial, por lo que es necesario, además, apoyar la transferencia de tecnología, capacitar y calificar la mano de obra, así como desburocratizar los respectivos servicios públicos, y estimular la inversión en servicios especializados para las exportaciones. Estos elementos, junto con la política cambiaria, representan el incentivo mensurable para exportar o sustituir importaciones.

Como se puede apreciar en la Tabla 15, la calificación de los factores de incentivo se concentra, en casi la totalidad de los casos, en 'malo, inexistente o nulo', a excepción de los factores 'GAC', 'RITEX', e 'infraestructura física', para los cuales la mayor proporción de las respuestas corresponde a 'desconoce, no puede calificar o no utiliza'.

El 52% de los encuestados califica el mecanismo de los Certificados de Devolución Impositiva como 'malo, inexistente o nulo', y solamente un 31% lo estima de 'bueno o regular'. Lo mismo ocurre con respecto a la devolución de otros impuestos como el IVA, el Impuesto a las Transacciones (IT), y e ICE, de los cuales sólo el 24% tiene una percepción 'buena o regular'. En lo que se refiere al GAC y al RITEX, el porcentaje de los empresarios que los percibe como 'buenos o regulares' es incluso menor (el 17 y el 14%, respectivamente). Es notorio que más del 55% de los entrevistados reporta desconocer o no utilizar el RITEX. Parte de la explicación de este alto porcentaje puede ser encontrada en lo que reportan quienes utilizan este mecanismo y lo consideran malo: las complicaciones burocráticas relacionadas con el trámite de solicitud, la devolución parcial de los gravámenes pagados y exigidos al contado y, por último, la demora en el pago de los montos aprobados para su devolución.

En cuanto a 'infraestructura científica', solamente el 7% considera que ésta es 'buena o regular'. Con respecto al conocimiento y la experiencia acumulada en centros de capacitación y calificación de mano de obra, el 28% tiene la percepción de que es 'buena o regular', y un porcentaje mayor de los entrevistados da esta misma calificación a la infraestructura física que utiliza.

Una percepción más generalizada es la referente a las dificultades de acceso al crédito (las altas tasas de interés y las exigencias de garantías

ligadas a ellos): el 71% de los entrevistados lo perciben como negativa y sólo el 25% considera que el acceso es 'bueno o regular'. La misma percepción existe con referencia al costo y la disponibilidad de servicios para las exportaciones, principalmente los servicios de verificación; de revisión aduanera; de control de sustancias controladas, y de transporte aéreo, los que para algunas empresas representan serias complicaciones (cumplimiento de los plazos previstos para la exportación). La calificación 'malo, inexistente o nulo' también es predominante en lo que se refiere a los incentivos 'información' y 'trámites y regulaciones' (59 y 55%, respectivamente)¹⁴.

Tabla 15. Calificación de los incentivos a las exportaciones (en porcentajes)

	CEDEIM	Dev. IVA, IT, ICE	GAC	RITEX
Bueno o regular	31	24	17	14
Malo, inexistente o nulo	52	41	38	31
Desconoce, no puede calificar o no utiliza	17	34	45	55
	Infraestructura científica	Infraestructura material	Financiamiento	Costos
Bueno o regular	7	28	25	21
Malo, inexistente o nulo	59	45	71	72
Desconoce, no puede calificar o no utiliza	34	28	4	7
	Información	Trámites y regulaciones	Infraestructura física	
Bueno o regular	24	38	31	
Malo, inexistente o nulo	59	55	7	
Desconoce, no puede calificar o no utiliza	17	7	62	

Fuente: CEDLA (2000)

Notas: CEDEIM: Certificados de Devolución Impositiva; Dev. IVA, IT, ICE: devolución del Impuesto al Valor Agregado, del Impuesto a las Transacciones, del Impuesto al Consumo Específico; GAC: Gravamen Aduanero Consolidado; RITEX: Régimen de Internación Temporal de Exportaciones

Como podemos observar en la Tabla 16, los incentivos arancelarios e impositivos son calificados por el 41% de los entrevistados como malos, nulos o inexistentes; otro 38% los desconoce, no los utiliza o no puede calificarlos, y solamente un 22% los considera 'buenos o regulares'.

¹⁴ La información que los empresarios califican es la que pueden recibir de instancias gubernamentales y de las asociaciones empresariales, y no tanto la que ellos mismos pueden procurar de otras fuentes.

Esta calificación no sufre mayores alteraciones si la consideramos según el tamaño de las empresas (con excepción de las grandes empresas que consideran que estos incentivos¹⁵ son 'malos, inexistentes o nulos' en un 78% de los casos; sólo en un 5% son considerados 'buenos o regulares'). La calificación parece ser la misma si la consideramos a partir de la respectiva actividad de las empresas: ningún entrevistado de las empresas del rubro 'cuero y productos de cuero' y 'madera y productos de madera' estima 'buenos o regulares' los incentivos arancelarios o impositivos; en el resto de los entrevistados esta calificación no rebasa el 20%.

Veamos ahora cuál es la calificación que las empresas dan en general a la infraestructura del país (caminera, aeroportuaria, etc.): por tamaño de las empresas, la nota 'bueno o regular' no rebasa el 27% y el resto de las empresas la considera deficiente. Ninguna de las empresas que realizan sus exportaciones por vía terrestre y marítima –como es el caso de las empresas textiles y de los rubros 'madera y productos de madera' y 'otros productos manufacturados'– opina que la infraestructura existente sea 'buena o regular'. Sólo el 10% de las empresas productoras de artículos de cuero la califica como 'buena o regular', nota que le es dada, sin embargo, por un 33% de los exportadores de textiles.

En lo que respecta a los 'otros incentivos', en los que se incluyen los referidos al financiamiento; los costos; la disponibilidad de servicios e información; los trámites y regulaciones, las calificaciones positivas –según el tamaño de las empresas– no superan el 14% de los entrevistados. Es importante notar que en el rama de la confección más de la mitad de los entrevistados consideran que los incentivos mencionados son 'buenos o regulares'. Esta calificación es otorgada por el 23% de los exportadores de artículos de cuero; el 19% de los exportadores de 'otros productos manufacturados'; el 39% de los exportadores de tejidos de punto; el 12% de los exportadores de textiles, y sólo el 4% de los exportadores de productos de madera. Con todo, la percepción de que estos incentivos son deficientes predomina en todas las ramas a que pertenecen las empresas entrevistadas.

La calificación 'bueno o regular', escasamente concedida por los empresarios a los incentivos listados, constituye un indicador preocupante con respecto a la visión compartida que se debería construir respecto de la

¹⁵ Dos entrevistados de empresas grandes recalcaron que estos incentivos deberían considerarse simplemente como un régimen ya establecido, dado que todos los países los aprovechan y que la diferencia reside en la eficiencia con que se aplican.

promoción de las exportaciones. Para lograr una mayor estabilidad de éstas es necesario –en opinión de los empresarios– alcanzar un consenso sólido sobre la orientación de las respectivas políticas públicas.

Tabla 16. Calificación de los incentivos a las exportaciones según tamaño de las empresas (en porcentajes)

	Incentivos arancelarios y/o impositivos	Infraestructura	Otros incentivos
TOTAL			
Bueno o regular	22	22	27
Malo, inexistente y nulo	41	37	64
Desconoce, no puede calificar o no utiliza	38	41	9
	100	100	100
MICROEMPRESA			
Bueno o regular	25	17	0
Malo, inexistente o nulo	50	50	88
Desconoce, no puede calificar o no utiliza	25	33	13
	100	100	100
PEQUEÑA			
Bueno o regular	29	27	5
Malo, inexistente o nulo	29	60	65
Desconoce, no puede calificar o no utiliza	43	13	30
	100	100	100
MEDIANA			
Bueno o regular	29	15	14
Malo, inexistente o nulo	21	58	68
Desconoce, no puede calificar o no utiliza	50	27	18

Fuente: CEDLA (2000)

Los cuatro elementos prioritarios en torno a los cuales deberían girar estas políticas según los empresarios, son: la generación de mayor información sobre los potenciales mercados en el exterior (11 empresas); aranceles más bajos (10); la simplificación de los procedimientos de exportación, y el acceso a préstamos para incrementar su capital de trabajo (5 empresas en ambos casos). Las políticas públicas de segunda prioridad más citadas son: acceso a préstamos para capital de trabajo (8); reducción al máximo de las barreras arancelarias (7); mayor información sobre los mercados (6), y ampliación de los servicios para las exportaciones (4). Esta última también se precisa como la más importante de tercera prioridad y le siguen en importancia el acceso a préstamos (4), y la reducción al máximo de barreras arancelarias y mayor información sobre los mercados externos (3 en ambos casos).

Por un lado, la respuesta a la demanda de mejores políticas arancelarias, si bien debe provenir del gobierno, también tiene un espacio de concertación importante en el empresariado organizado. Por otro, las políticas de perfeccionamiento de los procedimientos de exportación y de difusión de información, así como de facilitación del acceso a fuentes de financiamiento, implican una participación más amplia de otras instituciones tanto públicas como privadas, que obedecen a otro tipo de regulaciones y dependen de distintas fuentes de financiamiento y restricciones presupuestarias, en muchos casos de orden político.

No obstante, reducir las políticas públicas indispensables para la estabilidad de las exportaciones a aquéllas mencionadas como las más importantes en estos párrafos, es dejar a la deriva la búsqueda de políticas integrales y complementarias, sustentadas en el entendimiento y la responsabilidad conjunta que los distintos actores deben buscar y asumir para mantener y conseguir –según el caso– la estabilidad de las exportaciones manufactureras.

CAPITULO CUATRO

Conclusiones

El año 1985 marcó un cambio radical en el devenir económico, político y social del país: el gobierno ponía en práctica un modelo de desarrollo hacia afuera sustentado en políticas de mercado, esto es, apostaba por las exportaciones como motor del desarrollo del país. Se postuló que un nuevo patrón de inserción de la economía en los mercados internacionales permitiría superar la dependencia de los productos tradicionales de exportación, si se transformaba el perfil productivo vigente en uno de carácter manufacturero.

Fueron aplicadas políticas horizontales con énfasis en la apertura de mercados, la promoción de inversiones, la transferencia de tecnología, y la dotación de servicios de apoyo gubernamentales e institucionales para el productor exportador. Sin embargo, y tras quince años de 'ajuste estructural', los saldos de estas políticas son poco alentadores puesto que el sector exportador no se constituyó en motor del desarrollo; el país mantiene su perfil primario-exportador, una inserción comercial asimétrica y un alto grado de vulnerabilidad externa.

De hecho, el crecimiento que registraron las exportaciones se basó en productos provenientes de la agricultura y de las industrias extractivas, pero escasamente en productos manufacturados, al contrario de lo que ocurre en el mercado internacional. Dentro de las importaciones predominan los bienes manufacturados y, dentro de éstos, los suntuarios: vehículos, automotores y motocicletas.

Si se analiza la composición de la exportación de productos manufacturados, se comprueba que ésta se reduce a productos textiles y artículos de confección, y a madera y productos de madera, productos que se componen principalmente de recursos naturales y son intensivos en mano de obra, además que generan escaso valor agregado. De hecho, la oferta de exportación boliviana es poco diversificada. Se basa esencialmente en

productos primarios y se concentra en pocos mercados de la región, en los Estados Unidos y en algunos países de Europa.

A lo largo de estos quince años de aplicación de políticas de ajuste estructural, la balanza comercial fue siempre deficitaria debido a la preponderancia de productos primarios en la exportación y al deterioro de los términos de intercambio, lo que refleja el impacto del efecto-precio en las exportaciones nacionales.

A estas alturas, a principios del siglo XXI, se puede afirmar que el patrón productivo manufacturero nacional gira en torno a la producción de alimentos, textiles, madera y productos de madera, casi los mismos productos que conformaban el espectro de las inversiones industriales a fines del siglo XIX y principios del siglo XX¹.

Pese a este panorama desalentador, se ha podido evidenciar que en los últimos tres lustros el sector manufacturero exportador se ha caracterizado por un desempeño débil que denota, sin embargo, una tendencia a mejorar, al menos lo suficiente como para ser objeto de análisis en cuanto a la estabilidad o inestabilidad de su incursión en el mercado internacional se refiere. Al respecto se puede concluir lo siguiente:

Las empresas manufactureras que fueron encuestadas enfrentan una dicotomía particular. Por un lado, concentran casi la totalidad de sus ventas en el mercado externo y, por otro, importan gran cantidad de las materias primas e insumos necesarios para la producción. Sin embargo, su fijación en los mercados del exterior carece de fuentes de financiamiento privadas internacionales que garanticen la profundización del despegue que han emprendido y les permita el acceso a nuevos mercados.

El capital extranjero participa en sólo cuatro de las veintinueve empresas de la muestra, lo que refleja la debilidad del sector para atraer inversión extranjera directa. La atracción de este tipo de inversiones al sector manufacturero se da en la medida del potencial específico de la rama y del desempeño individual de las empresas pertenecientes a él. Por consiguiente es necesario conceder prioridad a la canalización de recursos no solamente hacia los exportadores manufactureros, sino también hacia las empresas que los proveen de insumos y materias primas, a partir del concepto de las *cadenas productivas*, articuladas en redes.

La atracción de inversión extranjera directa exige, además, de las empresas de cualquier tamaño, cumplir tres requisitos fundamentales: el

¹ Cf. Rodríguez Ostría (1999).

primero y que mayores dificultades presenta es el de la apertura interna, que consiste en profesionalizar y hacer transparente la administración de la empresa y su situación tributaria, como base para una apreciación real de su potencial económico. El segundo consiste en resolver los problemas de las garantías necesarias para la obtención de crédito y, de ser posible, incrementar el patrimonio de las empresas. A partir de estas medidas prioritarias, se puede emprender otro tipo de acciones que garanticen la afluencia de inversión extranjera directa al sector exportador manufacturero.

Las exportaciones de manufacturas se componen primordialmente de productos intensivos en mano de obra y están basadas en recursos naturales. Algunos de los principales factores que determinan su competitividad es el bajo costo de la mano de obra, la existencia de materias primas nacionales, y las particularidades propias de los productos intensivos en mano de obra. Hasta el momento estas ventajas comparativas han permitido conservar cierto nivel de estabilidad en las exportaciones manufactureras bolivianas, pero éstas están siendo severamente desafiadas por la competencia en los países asiáticos, cuyos efectos negativos sobre la demanda de las exportaciones nacionales se han hecho palpables en los últimos años, fundamentalmente en 1999. (Hay que tener en cuenta que la generación de ventajas competitivas más dinámicas en los países asiáticos representa un proceso cuyo inicio se remonta a principios de los años sesenta).

Los propios empresarios han reportado que la ventaja de contar con mano de obra barata es cada vez menor porque se van enfrentando a una competencia que aprovecha costos laborales también cada vez menores y que se basa en la eficiencia de mayores escalas de producción. Adicionalmente, la insuficiente producción y calidad de materia prima nacional relativiza las ventajas comparativas basadas en la existencia de materias primas "en bruto". El procesamiento de ciertas materias primas fuera del país para que alcancen niveles de calidad competitivos (como en el caso de los hilados de lana), y la importación de insumos y tecnología para el procesamiento de otras, disminuyen también las ventajas en los costos que suponen las materias primas nacionales.

Al respecto hay que considerar también la presión ejercida por los precios de productos sustitutos de la competencia, perceptible en la disminución de las exportaciones de varias empresas, tanto de productos estables como inestables. En conjunto, la inestabilidad del sector exportador manufacturero se ha incrementado no sólo de forma coyuntural, puesto que la caída de las exportaciones no es únicamente una expresión de la crisis sino,

fundamentalmente, el reflejo de la pérdida de competitividad de todo el sector ante productos que están desplazando exportaciones nacionales.

Esto último pone también en entredicho a dos de los elementos principales de la estabilidad de las exportaciones manufactureras nacionales, la "lealtad" de sus clientes, y la seguridad de sus nichos de mercado. El volumen de la oferta exportable no alcanza a abastecer a los mercados nacionales y mucho menos regionales. Según los entrevistados, la mayoría de sus exportaciones están destinadas a nichos de mercado donde la función de los intermediarios ha cobrado una importancia relevante. Por lo mismo, la estabilidad de dichos mercados tiene un límite en el punto en que los clientes consideren oportuno sustituir productos por otros que les ofrezcan, paulatinamente, mayores utilidades.

Las exportaciones de productos estables tienen como principal destino mercados más exigentes como los europeos. Por su parte, los productos inestables se exportan a mercados menos exigentes o con una gran demanda como la Comunidad Andina de Naciones y América del Norte, respectivamente.

Según los entrevistados la estabilidad de estas exportaciones radica fundamentalmente en factores relativos a los productos y las empresas: menor precio, mayor calidad y diversificación de los productos; mejores procesos productivos y mejores materias primas y, además, contratos de venta previos. La inestabilidad de las exportaciones se debe preponderantemente a factores relacionados con el mercado externo que están fuera del control de las empresas, por lo que sus estrategias de permanencia e inserción en nuevos mercados se constituyen en elementos fundamentales para sus ventas en el exterior.

Un elemento fundamental referido a la calidad de los productos y estimado por los empresarios como primordial para la estabilidad de las exportaciones, es el nivel de capacitación de la mano de obra. Los datos revelan deficiencias para la generalidad de las empresas. Aquéllas que cuentan con un mayor grado de tecnificación reclutan a personal medianamente capacitado y lo incorporan a un proceso de capacitación en la práctica que le permite alcanzar los niveles requeridos. La mayoría de las empresas carece de programas de capacitación continuos y en muy pocos casos ha introducido programas de 'calidad total' en esta área. Dos empresas que han emprendido este proceso revelan que enfrentan aprietos financieros como para cumplir las dimensiones necesarias de un programa de capacitación. Las deficiencias no solamente se refieren a la capacitación de la mano de

obra, sino también a la del personal administrativo: el trabajo rutinario inherente a sus funciones ha relegado, en la mayoría de los casos, la aplicación de programas de capacitación. Además, las empresas de menor tamaño concentran las funciones administrativas en muy pocas personas que, en la mayoría de los casos, son los propios dueños-gerentes. Por lo tanto, las debilidades administrativas no sólo son de orden numérico, sino que se refieren también a la especialización de las funciones, hecho que repercute en la dificultad de poner en práctica estrategias más precisas y exitosas en un entorno internacional de competencia especializada.

Por otro lado, si bien las empresas en general presentan avances tecnológicos en cuanto a la dotación de maquinaria y la informatización de oficinas, la ausencia de un mayor grado de empleo de tecnología caracteriza a la mayoría de ellas. Únicamente las empresas de mayor tamaño han emprendido cambios tecnológicos y han introducido más maquinaria y equipos. La automatización es un proceso incipiente en la mayoría de las empresas y lo que consideran una 'semiautomatización' de la producción se reduce a la incorporación de maquinaria que, en contados casos, es de última generación. En las actividades intensivas en mano de obra, principalmente en la producción de tejidos de punto, la falta de tecnología es aún mayor en la medida en que el tamaño de las empresas disminuye. Sólo las empresas de mayor tamaño han incorporado máquinas-herramientas y han tecnificado la función de la administración y la gerencia. Sin embargo, tal como ocurre en la generalidad de las empresas, la persistencia de mano de obra medianamente calificada en el control de calidad, y la falta de sistemas de organización del trabajo basados en los conceptos de 'calidad total' y 'justo tiempo', son las dificultades más relevantes que enfrentan las empresas exportadoras de manufacturas.

Menos de una tercera parte de las empresas exportadoras reporta haber introducido innovaciones tecnológicas como producto de las estrategias de desarrollo tecnológico que ha seguido. En la mayoría de los casos que sí lo ha reportado, se trata de incrementos en maquinaria; el diseño e ingeniería propios se reducen, en casi la totalidad de los casos, a la creación de nuevos diseños en la gama de productos que fabrican más que a la asimilación e innovación de tecnología (la ingeniería propia corresponde a adaptaciones de maquinaria o de partes de maquinarias existentes). Excepcionalmente las empresas del ramo 'productos manufacturados diversos', la mayoría de las empresas exportadoras visitadas presentan condiciones tecnológicas deficitarias. Las pequeñas empresas de tejidos de punto son las que más

deficiencias acusan en el campo de la tecnología. La innovación tecnológica en la administración, es decir, la informatización de las oficinas, tampoco es generalizada en estas empresas; por consiguiente, se ven disminuidas sus posibilidades de gestión de mercadeo.

En el plano de la organización del trabajo, a pesar de los avances significativos en áreas como la división del trabajo o la diferenciación de los procesos de producción, ciertas formas de organización que han demostrado elevar la competitividad internacional y, por tanto, la estabilidad de las exportaciones –nos referimos a las técnicas de ‘justo tiempo’ y ‘movimientos mínimos’, entre otras–, aún no se aplican en por lo menos la mitad de las empresas encuestadas. Estos métodos transversales implican, paralelamente, una reorganización de la función administrativa para hacerla más eficiente.

Las sencillas estructuras de organización que presentan las micro y pequeñas empresas, caracterizadas por pocos procesos administrativos formalizados y una alta concentración de poder en los dueños-gerentes, deberían permitirles una mayor flexibilidad ante los cambios y mayores posibilidades de una reacción más rápida ante las variaciones del entorno. Sin embargo, los resultados reflejan que esta condición constituye más bien una debilidad intrínseca porque relega la profesionalización y permanente capacitación del personal encargado de la gestión empresarial a un segundo plano. Consiguientemente, estas empresas son más débiles frente a la competencia, pues no han podido desarrollar estrategias suficientemente exitosas que se apoyen en sus potencialidades. La tarea que emerge de esto es el desarrollo de las capacidades de la gerencia para colaborar con los clientes (no sólo en las áreas de comercialización e investigación), sino también de las capacidades productivas para buscar alianzas con otras empresas y redistribuir las actividades conforme a las especialidades en las que cada cual sea más competitiva.

Procesos más complejos como la ‘reingeniería’ son entendidos por la mayoría de los empresarios que dicen haberla aplicado, como la reorganización parcial de algunos procesos característicos de las empresas. No obstante, esta reorganización, da cuenta de que en algunas empresas se han aplicado técnicas de gestión de mayor envergadura por parte de la gerencia.

Las empresas que requieren invertir para incrementar el volumen de sus exportaciones no tienen más alternativa que recurrir a las opciones que les ofrece el mercado financiero, principalmente el crédito bancario con todas sus difíciles condiciones, lamentablemente determinadas por un mercado de carácter oligopólico no competitivo. La concentración del

financiamiento en el crédito bancario; la importancia marginal de otras formas de financiamiento como el arrendamiento financiero o el 'factoraje'; la ausencia de un financiamiento otorgado en condiciones favorables para las exportaciones, y la falta (de propuestas) de sociedades de garantías recíprocas, entre otras carencias substanciales, evidencian la falta de fuentes de financiamiento que afrontan las empresas nacionales –particularmente las empresas exportadoras de menor tamaño– con relación a sus competidores.

Las alianzas estratégicas entre las empresas suponen expectativas de mayor estabilidad. Casi la totalidad de los empresarios ha manifestado tener buenas relaciones con buenos clientes y casi la mitad de ellos ha establecido alianzas en distintas áreas con otras empresas e instituciones. Esta es una particularidad positiva de la atención de nichos de mercado específicos. Sin embargo, los alcances de estas alianzas, o de la relación de trabajo coordinado mantenida con los clientes, dependen de las capacidades propias de la empresa en aspectos como la capacidad de producción; la calidad y el precio de los productos; el cumplimiento y la seriedad y, por supuesto, los servicios asociados con la venta. Por lo mismo, estas y otras actividades estratégicas (como la comercialización) van de la mano de un desarrollo estratégico integral de las empresas, que, según los datos arrojados por la encuesta, sólo existe en cerca de un 50% de ellas.

La subcontratación de otras empresas para la producción no representa una alternativa consistente para el incremento de la estabilidad de las exportaciones. La forma predominante de subcontratación es la de mano de obra mediante subcontratistas, y no aquélla para la provisión de partes o productos. Tampoco la subcontratación por parte de otras empresas ha sido identificada como un factor que fomente la estabilidad. Más bien, algunas empresas se han pronunciado sobre la precariedad ligada al hecho de ser subcontratadas, puesto que la subcontratación les equivale a ser simples proveedoras de mano de obra barata. Lo mismo se puede afirmar de los contratos de maquila cerrados por algunas empresas, sobre todo dedicadas a la producción de tejidos de punto.

Las estrategias de exportación aplicadas por las empresas de la muestra ponen de manifiesto la importancia de la estrategia perseguida con respecto al producto. La mayoría de los entrevistados menciona como elementos importantes de la estrategia la calidad y el precio de los productos, así como su diferenciación, pero también la capacidad de conseguir contratos de venta previos a la producción. En las empresas más débiles esto último ejerce una presión considerablemente mayor sobre los precios y

las utilidades, si no quieren ceder su participación en algunos mercados. Sólo las empresas que han diversificado en mayor medida sus productos han podido mantener los precios de manera satisfactoria. Algunos empresarios afirman que sus productos no son más baratos que los de la competencia, pero que son de calidad y demandados por este hecho.

No obstante, las estrategias de exportación están fuertemente determinadas por los intermediarios, que canalizan una proporción considerable de las exportaciones. A pesar de que las empresas realizan sus ventas en forma directa a los clientes en un porcentaje cercano al 63%, éstos no son consumidores finales, por lo que el menor control de los canales de distribución representa, en alguna medida, un factor de inestabilidad en sus exportaciones.

Las ventas a clientes distribuidores o detallistas vía intermediarios reduce aún más las posibilidades de control de los canales de distribución y de la estabilidad de las exportaciones de las empresas entrevistadas. Sin embargo, la utilización de intermediarios para acceder directamente a los consumidores finales ha resultado ser el canal a través del cual se ha encauzado más de un 36% de las exportaciones manufactureras según los entrevistados. En conclusión, podemos afirmar que a pesar de que las empresas se ven obligadas a recurrir a intermediarios para asegurarse el acceso a los mercados, ellos se han constituido en los agentes que posibilitan la concreción de sus exportaciones y en la llave de acceso a nichos de mercado.

Finalmente, la percepción que tienen los empresarios entrevistados del efecto de las políticas gubernamentales de promoción de exportaciones es prácticamente negativa; si bien se reconocen algunos avances en materia de política tributaria, se advierte que ellos padecen de un manejo deficiente que no termina de convencer a los exportadores del verdadero alcance de estas medidas. Lo preocupante con respecto a esta percepción es que no se advierte un espacio real de diálogo y concertación para la discusión de las verdaderas necesidades y capacidades del sector —y del gobierno y sus políticas—, por lo que no se vislumbran salidas claras en este terreno, más allá de las que ya se han llevado a la práctica.

Uno de los desafíos del presente trabajo ha consistido en determinar si existe o si se puede hablar de la existencia de un cierto “patrón de estabilidad” en lo que concierne a las exportaciones manufactureras bolivianas. La respuesta es que no se ha podido detectar la existencia de un patrón de este tipo puesto que la estabilidad de que gozan algunos productos manufactureros de exportación es tan frágil que depende en gran medida de los

precios o del mercado de destino de dichos productos: el escenario en el que se desenvuelven las exportaciones de manufacturas está sujeto a los vaivenes de la economía internacional.

De hecho se puede comprobar una serie de estrategias empresariales diversas y, en muchos casos, totalmente diferentes dentro de una misma actividad y para un mismo producto, estrategias que responden a una necesidad de supervivencia básica: mantener el nivel de ganancias de la empresa, al contrario de lo que nos sugiere la tendencia determinada por las empresas de la región, que buscan estrategias distintas con el objeto de responder a la competitividad global a partir de una visión de largo plazo. En suma, se extraña una real "conciencia exportadora" en el empresariado exportador nacional.

De otro lado, existen serias contradicciones en el manejo de la política de promoción de exportaciones y en la visión del gobierno del sector exportador: por un lado se habla de incentivar la exportación manufacturera pero, por otro, lo que se observa es un desempeño inestable y poco eficiente de las políticas que apuntan al logro de este fin. En la realidad se verifica más bien una política de apertura ilimitada a las importaciones y se observan grandes esfuerzos por atraer inversión extranjera directa a sectores como el de hidrocarburos y de servicios, y no así al sector manufacturero, todo esto con la idea de hacer del país una vía de tránsito para nuestros productos y aquéllos de los países que nos circundan.

Bibliografía

- Agosín, Manuel y Ricardo Ffrench-Davis, *Liberalización comercial y desarrollo en América Latina*, en: Nueva Sociedad, 133,5, Caracas 1994, 54-71.
- ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración), *Incentivos a las exportaciones aplicados por los países miembros*. Montevideo: Secretaría General de la ALADI, 1998.
- Altenburg, Tilman, Wolfgang Hillebrand, Dirk Messner y Jörg Meyer-Stamer, *Building Systemic Competitiveness. Concept and Case Studies from Mexico, Brazil, Paraguay, Korea and Thailand*. Berlín: German Development Institute, 1998.
- Arze, Carlos y Félix Maita, *Empleo y condiciones laborales en Bolivia*. Dossier Estadístico, nro. 1. La Paz: Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA), 1999.
- Banco Mundial, *Informe sobre el Desarrollo Mundial*. Washington, D.C. Varios números.
- Braidot, Nestor y Eduardo Soto, *Las Pymes latinoamericanas. Herramientas competitivas para un mundo globalizado*. Buenos Aires: Ifema Ediciones, 1999.
- Campero Prudencio, Fernando, (dir.), *Bolivia en el siglo XX. La formación de la Bolivia contemporánea*. La Paz: Harvard Club de Bolivia, 1999.
- Candia, Gaby, Humberto Zambrana, Eduardo Antelo y Freddy Valverde, *Determinantes de las exportaciones en Bolivia*, en: Análisis Económico, 6, La Paz 1993, 157-209.
- Carreón, Milton José y Carolina Pinto, *Patrón de inserción internacional, competitividad y política de apertura en la economía boliviana*. La Paz: Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA), 1997. Serie: Documentos de Trabajo, nro. 9. 1997a.

- Carreón, Milton José y Carolina Pinto, *Patrón de inserción internacional de Bolivia: evaluación y perspectivas de la economía boliviana*. La Paz: Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA), 1997. Serie: Documentos de Trabajo, nro. 10. 1997b.
- CEDLA (Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario), *Encuesta sobre factores de estabilidad e inestabilidad en la inserción externa del sector empresarial exportador*. (Esta encuesta fue efectuada por el CEDLA específicamente para el presente estudio en el año 2000).
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina), *El comercio de manufacturas de América Latina. Evolución y estructura 1962-1989*. Santiago de Chile, 1992. Serie: Estudios e informes de la CEPAL, nro. 88.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina), *América Latina y el Caribe. Políticas para mejorar la inserción en la economía mundial*. Santiago de Chile, 1996. www.cepal.org
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina), *Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe (1998)*. Santiago de Chile, 1997.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina), *Clasificaciones estadísticas internacionales incorporadas en el Banco de Datos del Comercio Exterior de América Latina y el Caribe de la CEPAL*. (Revisión I). Santiago de Chile, 1998. Serie: Cuadernos Estadísticos de la CEPAL, sin nro.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina), *Panorama de la inserción internacional de América Latina y el Caribe 1998*. Tomo II. Santiago de Chile, 1999.
- C-PROBOL (Centro de Promoción Bolivia) y Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia (CANEB), *Directorio de exportadores*. La Paz, 1999.
- C-PROBOL (Centro de Promoción Bolivia) y Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, *Bolivia - exportaciones, inversiones y turismo (1999-2000)*. La Paz, 2000. (Disco compacto).
- Esqueda, Raúl y Benito Sánchez, *Hacia un mejor desempeño empresarial en América Latina*. Caracas: Sistema Económico Latinoamericano (SELA), 1996. www.sela.org
- Esser, Klaus, Wolfgang Hillebrand, Dirk Messner y Jörg Meyer-Stamer, *Competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas*. Berlín: Instituto Alemán de Desarrollo, 1994.

- Heirman, Johannes y José Carlos Mattos, *Síntesis del seminario sobre la inserción económica internacional de la comunidad andina*. 1998. www.iadb.org
- Huarachi, Gualberto, V. Hugo Ayala, Gaby Candia y J. Carlos Requena, *Consideraciones y recomendaciones sobre la política económica y social en Bolivia*, en: *Análisis Económico*, 6, La Paz 1993, 7-31.
- INE (Instituto Nacional de Estadística) y Ministerio de Hacienda, *Desempeño exportador de las empresas bolivianas*. Permanencia y dinamismo, especialización comercial y mercados de destino. La Paz, 1996.
- INE (Instituto Nacional de Estadística), *Anuario Estadístico 1998*. La Paz, 1999.
- Larrazábal, Hernando, Carolina Pinto, Rodolfo Mayer y Patricia Vaca, *Ajuste estructural y desarrollo productivo en Bolivia*. La Paz: Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA), 2000.
- Mariña Müller, Manuel, *Impacto de las nuevas técnicas informáticas y organizacionales sobre la competitividad de las empresas latinoamericanas*. 1996. www.cepal.org
- Ministerio de Comercio Exterior e Inversión. Viceministerio de Exportaciones, *Cartilla Mensual*, octubre 1998. La Paz.
- Ministerio de Comercio Exterior e Inversión. Viceministerio de Exportaciones, *Cartilla Mensual*, julio 1999. La Paz.
- Ministerio de Comercio Exterior e Inversión. Viceministerio de Inversión y Privatización. Dirección General de Inversión, *Bolivia: Inversión Extranjera Directa (2000)*. La Paz, 2000.
- Montaño, Gary y Carlos Villegas, *Políticas y sector industrial*. La Paz: Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA), 1992. Serie: Documentos de Trabajo, nro. 3.
- Montaño, Gary y Carlos Villegas, *Industria boliviana*. Entre los resabios del pasado y la lógica de mercado. La Paz: Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA), 1993. Serie: Estudios e Investigaciones, nro. 4.
- Naciones Unidas/Instituto Nacional de Estadística (INE), *Clasificación Industrial Uniforme de todas las actividades económicas*. Segunda revisión. La Paz, 1986.
- Naciones Unidas, *Clasificación Industrial Uniforme de todas las actividades económicas*. Tercera revisión.
- OMC (Organización Mundial del Comercio), *Informe Anual 1998*. Ginebra, 1998.

- Pinto, Carolina y Rodolfo Mayer, *Acuerdos comerciales y exportación*. Bolivia en la Comunidad Andina y el Mercosur. La Paz: Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA), 1999.
- Requena, J. Carlos, Javier Comboni, Rubén Ferrufino y María Felix Delgadillo, *Proposiciones para una política de exportaciones en Bolivia*, en: *Análisis Económico*, 6, La Paz 1993, 33-43.
- Rodríguez Ostría, Gustavo J. A., *Producción, mercancía y empresarios*, en: *Campero Prudencio*, (dir. 1999), 291-304.
- Ugarteche, Oscar, *La recuperación económica latinoamericana*, en: *Nueva Sociedad*, 133,5, Caracas 1994, 164-179

**Anexo
metodológico**

Metodología de la encuesta

Dado que el objetivo del presente estudio consiste en contribuir al conocimiento de los factores determinantes que influyen en la estabilidad o inestabilidad de la inserción de *nuevos* productos manufacturados en el mercado internacional, se consideró necesario el diseño de una metodología para la identificación de estos productos.

De este modo, y disponiendo de información completa sobre las exportaciones nacionales totales (por producto) para el período 1990-1998, se procedió a clasificar éstas en exportaciones tradicionales y no tradicionales para posteriormente eliminar las tradicionales, así como las partidas correspondientes a 'servicios' y 'efectos personales' del conjunto, quedando para el análisis un total de 1.634 productos de exportación no tradicionales. Para éstos se planteó una metodología de discriminación entre productos de exportación *nuevos* y *viejos* (ambos *no tradicionales*); en ese marco se consideraron tres alternativas de identificación de éstos productos:

Alternativa 1

La Alternativa 1 consta de productos exportados *nuevos*:

- 1) si en el período 1990-1994 la frecuencia de exportación fue = 0 y
- 2) si en el período 1995-1998 la frecuencia de exportación fue ≥ 1

Por tanto, los productos exportados son clasificados como *viejos*:

- 1) si en el período 1990-1994 la frecuencia de exportación fue ≥ 1

Alternativa 2

La Alternativa 2 consta de productos exportados *nuevos*:

- 1) si en el período 1990-1994 la frecuencia de exportación fue ≥ 0 o ≤ 1 y
- 2) si en el período 1995-1998 la frecuencia de exportación fue ≥ 1

Por tanto, los productos exportados son clasificados como *viejos*:

- 1) si en el período 1990-1994 la frecuencia de exportación fue ≥ 2

Alternativa 3

La Alternativa 3 consta de productos exportados *nuevos*:

- 1) si en el período 1990-1994 la frecuencia de exportación fue ≥ 0 o ≤ 1 y
- 2) si en el período 1995-1998 la frecuencia de exportación fue ≥ 2

Por tanto, los productos exportados son clasificados como *viejos*:

- 1) si en el período 1990-1994 la frecuencia de exportación fue ≥ 2

Posteriormente se clasificaron los productos de cada Alternativa en productos agrícolas (Grupo I) y en productos manufacturados (Grupo II).

Dado la diversidad de productos que componen el Grupo I se procedió a su subdivisión en a), productos de ganadería, caza y pesca, b), productos alimentarios, y c), materias primas. Como sustento de dicha clasificación se utilizó la segunda y tercera revisión de la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de las Naciones Unidas (CIIU).

Luego se procedió a eliminar los *productos viejos* identificados en cada Alternativa. Ya con el saldo de *productos nuevos* se eliminaron también todos aquellos productos cuyo valor de exportación en el período 1995-1998

fuera menor o igual a 10.000 dólares. Todas estas operaciones redujeron, en cada Alternativa, la cantidad de *productos nuevos*.

El período de referencia para el análisis de la estabilidad e inestabilidad de los productos manufacturados de exportación comprende los años 1995-1998 (inclusive), y no incluye el año 1999 por dos razones: a), en el momento de la elaboración de esta metodología el Instituto Nacional de Estadística no contaba aún con datos oficiales y finales para ese año, y b), la crítica coyuntura por la que atravesaba el país en ese año tuvo su correspondiente reflejo en el comportamiento de las exportaciones nacionales, factor que de haber sido considerado hubiera introducido un sesgo importante en los resultados de la investigación.

Un segundo paso metodológico consistió en una etapa de análisis y evaluación de elementos que permitieran definir las condiciones de éxito y estabilidad para los *productos nuevos* identificados. Como resultado de esa etapa se plantearon los siguientes criterios:

A. Condiciones de éxito

I Primer criterio de éxito

1. Se obtiene la mediana¹ para el valor total exportado (por producto) en el período 1995-1998.
2. Luego se divide el valor total exportado en dicho período entre la mediana obtenida para el mismo período.
3. Se plantea la condición:
 - a) Si el valor resultante de la división efectuada en el punto 2 es mayor a uno (> 1), entonces el producto es considerado exitoso.
 - b) Si dicho valor es igual a 1 ($= 1$), entonces se trata de un producto que no puede ser considerado exitoso ni no exitoso.
 - c) Si el valor obtenido es menor a 1 (< 1), entonces el producto definitivamente no puede ser considerado exitoso.

¹ Se optó por la mediana después de haber probado con la media aritmética y la moda. Empero, y dada la dispersión y distribución de los datos considerados, el estadístico que se ajusta mejor a la serie de datos es la mediana.

II Segundo criterio de éxito

1. Se procede a calcular la tasa de crecimiento de los productos en el período 1995-1998 de la siguiente manera: del año 1996 respecto a 1995, de 1997 respecto a 1996, y de 1998 respecto a 1997.
2. Luego se observa si para los dos últimos períodos los productos registran tasas de crecimiento positivas (no importa si son decrecientes), con lo cual se determina el segundo criterio de éxito.

Se identifican los productos que pueden ser considerados 'exitosos' a partir de ambos criterios.

B. Condiciones de estabilidad

I Primer y único criterio de estabilidad

1. Se toma como criterio la frecuencia de exportación del período en cuestión. De este modo se establece si la frecuencia de exportación del producto es mayor o igual a tres (≥ 3). De ser así, el producto es considerado estable.

Para trabajar con ambos criterios (éxito y estabilidad) se decidió elegir la Alternativa 2 y sólo con relación a *productos manufacturados*. La elección de esta alternativa se debió a que resulta menos restrictiva que las otras dos. La restricción en la Alternativa 1 se refiere a la primera condición de determinación del período 1990-1994 con una frecuencia de exportación igual a cero. En el caso de la Alternativa 3 la restricción viene dada por la condición para el período 1995-1998: la frecuencia de exportación debe ser mayor o igual a dos veces, lo que reduce de manera considerable la cantidad de *productos nuevos*.

De este modo, los resultados obtenidos a partir de la utilización de la Alternativa 2 son los siguientes:

1. Total de productos exitosos y estables = 78
 - a) Total de productos exitosos (sólo un criterio) y estables = 58
 - b) Total de productos exitosos (ambos criterios) y estables = 20
2. Total de productos exitosos pero inestables = 48

De entre estos productos se procedió a elegir una muestra representativa para iniciar la fase de trabajo de campo con entrevistas y encuestas; los criterios de selección de la muestra son los siguientes:

Selección de la muestra

Se decidió la selección de una muestra total compuesta por tres submuestras:

Submuestra 1: se compone de aquellos productos que reúnen ambos criterios de éxito y el de estabilidad (total = 20 productos).

Submuestra 2: para determinar la segunda submuestra se decide tomar el 50% de los 58 productos exitosos (primer criterio) y estables. La selección de los productos se realiza considerando el mayor valor total exportado en el período 1995-1998 (total = 29 productos).

Submuestra 3: para este caso se considera el 50% de los 48 productos exitosos pero inestables. La selección también se efectúa a partir del mayor valor exportado en el período 1995-1998 (total = 24 productos). Por tanto, el total de la muestra está representado por 73 productos.

Posteriormente a ello se realizó el proceso de identificación de las empresas que exportan esos productos. Para tal efecto se empleó la información del directorio y disco compacto elaborados por C-PROBOL y CANEB y C-PROBOL y el Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, respectivamente, los que proporcionan datos por producto y empresa para el período 1997-1998. En este proceso se constató que algunos productos son exportados por un número considerable de empresas, hecho frente al cual se decidió seleccionar las tres empresas con mayor valor exportado respecto de cada uno de los productos de cada submuestra. También se decidió proceder a la identificación regional de las empresas.

Una vez efectuados estos pasos, se evaluó la consistencia de la información obtenida, arribándose a las siguientes conclusiones:

- 1) Se hace necesaria la revisión de la muestra total, concretamente el análisis de la composición de los productos y las empresas exportadoras en las tres submuestras.
- 2) Se hace necesaria la distinción entre empresas exportadoras productoras y empresas que comercializan exportaciones.
- 3) Se debe extraer una muestra representativa de empresas.

Con base en el análisis de las submuestras, se decidió que la muestra total debería estar compuesta por la Submuestra 1 y la Submuestra 3; por la primera porque integra los productos exitosos (ambos criterios de éxito) y estables, y por la segunda porque representa el segmento objeto de estudio: los productos inestables.

Paralelamente a este proceso se decidió efectuar una revisión de las empresas identificadas en ambas muestras (Submuestra 1 y Submuestra 3). Dado que la primera selección comprendía sólo a las empresas más grandes y con el fin de incluir en ella a las empresas pequeñas y medianas, se decidió considerar a todas las empresas exportadoras en la medida en que la información disponible lo permitió.

Finalmente, la distinción entre empresas productoras y de comercialización se resolvió analizando la información concerniente al tipo de productos exportados por cada empresa. En los casos en que se presentaron dudas al respecto, se estableció contacto con las empresas correspondientes para disiparlas.

Una vez que se identificaron las empresas por departamentos², se evaluó la pertinencia de una selección de muestras por empresas. Luego se efectúa una selección de muestra aleatoria que, sin embargo, considera criterios referentes a tipos, formas, y nuevas experiencias de producción; tipos de empresa, y a la diversidad de la producción.

De este modo se establece, para cada departamento, un número determinado de empresas:

- 1) La Paz: 25 empresas, de las cuales 20 son productoras y 5 de comercialización
- 2) Santa Cruz: 9 empresas, todas productoras
- 3) Cochabamba: 8 empresas, todas productoras

Una vez establecida la muestra, se optó por una revisión teórico-conceptual de los factores determinantes de una inserción estable o inestable de a), la economía nacional, b), de las empresas exportadoras, y c), de los productos manufacturados en el mercado internacional, con el objeto de precisar la elaboración de las encuestas y/o entrevistas previstas. Resultado de ello fue la elaboración de una encuesta-entrevista

² Se decidió trabajar exclusivamente con las empresas exportadoras localizadas a los departamentos de La Paz, Cochabamba, y Santa Cruz.

para empresas productoras con 43 preguntas, y una para empresas de comercialización con 22 preguntas.

La elaboración del cronograma de entrevistas se realizó en coordinación con CANEB, para La Paz; CAMEX, para Santa Cruz, y CADEXCO, para Cochabamba. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- 1) La Paz: se encuestaron 15 empresas productoras, no se encuestaron 5 empresas productoras porque no quisieron conceder entrevistas y/o el gerente a cargo estaba de viaje, o cerraron; 4 empresas de comercialización encuestadas, no se encuestó a una empresa de comercialización porque no se pudo ubicar su dirección ni teléfono.
- 2) Santa Cruz: se encuestaron 8 empresas productoras (a una no se la pudo ubicar).
- 3) Cochabamba: se encuestaron 6 empresas productoras, aunque se tuvieron que efectuar algunos cambios en la agenda de visitas debido a que las empresas elegidas no quisieron ser encuestadas.

Finalmente se procedió a efectuar la codificación de las encuestas y se elaboró una base de datos con el diseño de cuadros de frecuencia y tablas con cruces de variables que permitieron el análisis que sustenta el presente documento.

Anexo estadístico

Cuadro 1. Indicadores de apertura externa para Bolivia, la región y Norteamérica, 1980, 1985, 1990, 1995 y 1997

Indicadores	1980	1985	1990	1995	1997
<i>Índice de apertura externa I (X/PIB)</i>					
Bolivia	30,64	22,21	20,60	18,74	13,64
América Latina y el Caribe (1)	12,61	14,94	12,50	11,56	16,17
Norteamérica (2)	9,77	7,22	8,44	9,79	10,59
<i>Índice de apertura externa II (X+M)/PIB</i>					
Bolivia	52,28	40,67	36,58	40,70	37,43
América Latina y el Caribe (1)	25,97	25,20	22,31	24,74	35,66
Norteamérica (2)	20,48	17,43	19,08	22,02	23,77
<i>Relación exportaciones y población</i>					
Bolivia	188,40	103,44	128,19	143,33	138,24
América Latina y el Caribe (1)	268,74	240,66	285,06	395,24	538,59
Norteamérica (2)	966,56	938,90	1442,61	1958,67	2237,43
<i>Relación deuda externa y población</i>					
Bolivia	540,40	620,63	593,89	659,58	626,81
América Latina y el Caribe (1)	708,54	975,70	1004,98	1173,11	1349,81
Norteamérica (3)	179,31	283,64	266,91	339,15	404,20
<i>Relación deuda externa y PIB</i>					
Bolivia	0,88	1,33	0,95	0,86	0,62
América Latina y el Caribe (1)	0,33	0,61	0,44	0,34	0,37
Norteamérica (3)	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
<i>Relación deuda externa y exportaciones</i>					
Bolivia	2,87	6,00	4,63	4,60	4,53
América Latina y el Caribe (1)	2,64	4,05	3,53	2,97	2,51
Norteamérica (3)	0,19	0,30	0,19	0,17	0,18
<i>Posición comercial de Bolivia (4)</i>					
Bolivia/América Latina y el Caribe	1,02	0,71	0,76	0,58	0,42
Bolivia/Norteamérica	0,30	0,21	0,18	0,14	0,12

Fuentes: Banco Mundial, Informe sobre Desarrollo Mundial, varios números; CEPAL (1997)

Banco Central de Bolivia, Boletín del Sector Externo, 18 (1997); Carreón y Pinto (1997a). Elaboración propia

Notas: (1) No incluye a Cuba ni a México. Los datos corresponden a 1996.

(2) Canadá, Estados Unidos y México.

(3) Los datos sobre deuda se refieren sólo a México.

(4) Estos datos corresponden a 1996.

X=exportaciones (se trabajó con exportaciones FOB: free on board=libres de cargas antes del embarque); M=importaciones; PIB=Producto Interno Bruto.

Cuadro 2. Exportaciones nacionales, participación y estructura porcentual, 1981, 1985 y 1990-1998 (en millones de dólares y porcentajes)

Productos	1981	%	1985	%	1990	%	1991	%	1992	%	1993	%	1994	%	1995	%
Tradicional	902,5	90,7	638,3	94,9	634,1	68,4	597,3	70,4	505,9	71,0	458,5	60,8	511,1	49,5	621,6	56,5
Minerales	556,0	55,9	263,8	39,2	407,1	43,9	356,1	42,0	379,7	53,3	362,0	48,0	412,9	40,0	479,8	43,6
Hydrocarburos	346,5	34,8	374,5	55,7	226,9	24,5	241,2	28,4	126,3	17,7	96,5	12,8	98,2	9,5	141,8	12,9
No tradicionales	92,8	9,3	34,3	5,1	292,5	31,6	251,3	29,6	206,3	29,0	296,1	39,2	521,3	50,5	479,1	43,5
Artesanías	4,8	0,5	0,3	0,0	4,5	0,5	7,7	0,9	8,1	1,1	7,9	1,0	7,9	0,8	8,5	0,8
Azúcar	5,7	0,6	1,8	0,3	31,7	3,4	30,8	3,6	25,3	3,5	18,5	2,5	45,4	4,4	17,9	1,6
Café	15,8	1,6	13,8	2,0	14,3	1,5	7,2	0,8	6,8	1,0	3,7	0,5	15,0	1,5	16,9	1,5
Castaña	2,5	0,3	1,4	0,2	15,6	1,7	11,5	1,4	11,3	1,6	14,9	2,0	15,5	1,5	18,8	1,7
Cueros	5,2	0,5	1,4	0,2	26,5	2,9	12,5	1,5	10,3	1,4	12,2	1,6	10,5	1,0	10,1	0,9
Ganado	0,9	0,1	1,2	0,2	49,4	5,3	14,9	1,8	--	--	0,4	0,1	4,4	0,4	0,0	0,0
Goma	3,2	0,3	0,5	0,1	2,0	0,2	1,0	0,1	0,7	0,1	1,3	0,2	0,1	0,0	0,1	0,0
Maderas	18,0	1,8	5,8	0,9	49,9	5,4	48,8	5,7	49,9	7,0	52,3	6,9	82,1	8,0	72,0	6,5
Soya	3,6	0,4	5,3	0,8	48,2	5,2	69,3	8,2	51,5	7,2	68,9	9,1	99,4	9,6	115,5	10,5
Algodón	--	--	--	--	--	--	13,1	1,5	6,5	0,9	10,3	1,4	14,9	1,4	32,0	2,9
Prendas de vestir	--	--	--	--	--	--	6,8	0,8	6,6	0,9	8,3	1,1	12,8	1,2	13,2	1,2
Aceite	--	--	--	--	--	--	7,4	0,9	3,9	0,5	7,3	1,0	21,8	2,1	37,4	3,4
Artículos de joyería	--	--	--	--	--	--	--	--	5,9	0,8	58,0	7,7	141,7	13,7	78,3	7,1
Otros	33,1	3,3	2,8	0,4	50,5	5,4	20,3	2,4	19,4	2,7	32,1	4,2	49,7	4,8	58,5	5,3
Total	995,3	100,0	672,5	100,0	926,5	100,0	848,6	100,0	712,2	100,0	754,5	100,0	1.032,4	1.00,0	1.100,7	100,0

(Continúa)

Cuadro 2. Exportaciones nacionales, participación y estructura porcentual, 1981, 1985 y 1990-1998 (en millones de dólares y porcentajes) (Continuación)

Productos	1996	%	1997	%	1998	%	TCCA 81/95	TCCA 81/98	TCCA 85/95	TCCA 85/98	TCCA 95/98
Tradicional	548,1	49,9	578,6	49,3	523,3	50,7	-2,6	-3,2	-0,3	-1,5	-5,6
Minerales	453,6	41,3	480,9	41,0	435,6	42,2	-1,0	-1,4	6,2	3,9	-3,2
Hydrocarburos	94,5	8,6	97,8	8,3	87,7	8,5	-6,2	-7,8	-9,3	-10,6	-14,8
No tradicionales	550,3	50,1	594,8	50,7	507,8	49,3	12,4	10,5	30,2	23,0	2,0
Artesanías	8,3	0,8	8,0	0,7	7,1	0,7	4,2	2,3	39,8	27,6	-5,9
Azúcar	29,4	2,7	22,1	1,9	24,7	2,4	8,5	9,0	26,1	22,5	11,3
Café	16,4	1,5	26,5	2,3	14,4	1,4	0,5	-0,5	2,0	0,4	-5,1
Castaña	28,7	2,6	31,5	2,7	31,0	3,0	15,4	15,9	29,3	26,7	18,2
Cueros	8,8	0,8	14,8	1,3	9,4	0,9	4,9	3,6	21,7	15,6	-2,5
Ganado	0,5	0,0	0,9	0,1	1,0	0,1	-20,3	0,4	-29,0	-1,3	195,5
Goma	0,0	0,0	--	--	0,0	0,0	-20,5	-100,0	-12,8	-100,0	-100,0
Maderas	78,9	7,2	73,4	6,3	51,4	5,0	10,4	6,4	28,6	18,2	-10,6
Soya	162,3	14,8	184,7	15,7	150,8	14,6	28,2	24,6	36,1	29,4	9,3
Algodón	32,8	3,0	40,7	3,5	17,5	1,7	0,0	0,0	0,0	0,0	-18,2
Prendas de vestir	15,2	1,4	13,2	1,1	16,6	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	7,9
Aceite	41,5	3,8	60,0	5,1	64,3	6,2	0,0	0,0	0,0	0,0	19,8
Artículos de joyería	39,9	3,6	19,3	1,6	3,7	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	-63,8
Otros	87,7	8,0	99,7	8,5	115,9	11,2	4,1	7,7	35,7	33,3	25,6
Total	1.098,4	100,0	1.173,4	100,0	1.031,1	100,0	0,7	0,2	5,1	3,3	-2,2

Fuentes: Banco Central de Bolivia, Boletín del Sector Externo, varios números. Elaboración propia

Notas: TCCA=tasa de crecimiento acumulativa; --=no disponible

Cuadro 3. Inserción asimétrica de Bolivia, 1981, 1995 y 1998 (en porcentajes)

Sectores (*)	1981		1995		1998	
	Exportación	Importación	Exportación	Importación	Exportación	Importación (***)
1. Primario	97	19	87	19	52	10
1.1 Agrícola	6	16	29	11	12	9
1.2 Industria extractiva	91	3	58	8	40	2
2. Semimanufacturas (**)	33	12	34	16	38	8
3. Manufacturas	3	81	13	81	10	84
3.1 Basadas en recursos naturales	1	28	12	21	9	14
3.2 No basadas en recursos naturales	2	53	1	60	1	70
Total	100	100	100	100	100	100

Fuentes: Carreón y Pinto (1997a); Larrazábal et al. (2000)

Nota: (*) Esta clasificación corresponde a la Clasificación Uniforme del Comercio Internacional (CUCI)

(**) Son commodities. Comprenden, por ejemplo, azúcar, aceites vegetales, bebidas y otros productos. Para este sector se realizó un cálculo adicional.

(***) Error de cálculo en la fuente citada para el sector primario.

Cuadro 4. Saldo de la balanza comercial: estructura porcentual, 1981, 1985 y 1990-1998 (en millones de dólares)

	1981	1985	% 85/81	1990	% 90/85	1991	%	1992	%	1993	%
Exportaciones <i>job</i>	912,4	628,4	-8,9	845,2	6,1	776,6	-8,1	637,6	-17,9	709,7	11,3
Importaciones <i>cif</i>	917,1	690,9	-6,8	702,7	0,3	993,7	41,4	1.130,4	13,8	1.176,9	4,1
Saldo	-4,7	-62,5		142,5		-217,1		-492,8		-467,2	

	1994	%	1995	%	1996	%	1997	%	1998	%	%85/98
Exportaciones <i>job</i>	997,6	40,6	1.041,5	4,4	1.132,0	8,7	1.166,5	3,0	1.104,0	-5,4	4,4
Importaciones <i>cif</i>	1.196,3	1,6	1.385,4	15,8	1.536,3	10,9	1.850,9	20,5	1.983,1	7,1	8,4
Saldo	-198,7		-343,9		-404,3		-684,4		-879,1		

Fuentes: Banco Central de Bolivia, Boletín del Sector Externo, varios números. Elaboración propia

Notas: *job*=free on board (libres de cargas antes del embarque); *cif*=cost, insurance and freight (costes, seguros y transportes)

Cuadro 5. Importaciones según CUCI, 1995 y 1999 (en dólares y porcentajes)

	1995	%	1999	%
A. <i>Productos primarios</i>	90.979.594	6,40	93.476.072	5,04
1. <i>Productos agrícolas</i>	62.372.545	4,39	91.002.764	4,91
2. <i>Productos mineros</i>	28.577.043	2,01	2.429.409	0,13
3. <i>Productos energéticos</i>	30.006	0,00	43.899	0,00
B. <i>Productos industrializados</i>	1.313.475.024	92,43	1.721.985.350	92,86
1. <i>Semimanufacturas</i>	258.973.012	18,22	296.839.423	16,01
1.1. <i>Basadas en recursos agrícolas e intensivas en trabajo</i>	76.152.010	5,36	111.145.923	5,99
1.2. <i>Basadas en recursos agrícolas e intensivas en capital</i>	42.195.517	2,97	53.969.371	2,91
1.3. <i>Basadas en recursos mineros</i>	80.165.497	5,64	65.511.221	3,53
1.4. <i>Basadas en recursos energéticos</i>	60.459.988	4,25	66.212.908	3,57
2. <i>Bienes manufacturados</i>	1.054.502.012	74,20	1.425.145.927	76,85
2.1. <i>Industrias tradicionales</i>	83.238.230	5,86	114.601.180	6,18
2.2. <i>Industrias de insumos básicos</i>	103.407.847	7,28	235.243.297	12,69
2.3. <i>Industrias nuevas intensivas en trabajo</i>	378.527.401	26,64	613.182.988	33,07
2.4. <i>Industrias nuevas intensivas en capital</i>	489.328.534	34,43	462.118.462	24,92
C. <i>Otros</i>	16.644.032	1,17	39.007.460	2,10
Total	1.421.098.650	100,00	1.854.468.882	100,00

Fuenne: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia

Cuadro 6. Exportaciones e importaciones clasificadas por sectores (público y privado), 1981, 1985 y 1990-1998 (en millones de dólares)

Clasificación	1981	1985	%85/81	1990	%90/85	1991	1992	1993
<i>Sector público</i>								
Exportación	821,2	568,3	-30,8	391,9	-31,0	377,9	263,9	197,2
Importación	64,0	103,1	61,1	61,4	-40,4	86,5	98,3	102,2
<i>Sector privado</i>								
Exportación	174,1	104,2	-40,1	549,1	427,0	487,2	475,9	591,3
Importación	853,1	587,8	-31,1	625,8	6,5	882,9	992,0	1.031,3
<i>Balanza comercial</i>								
Sector público	757,2	465,2	-38,6	330,5	-29,0	291,4	165,6	95,0
Sector privado	-679,0	-483,6	-28,8	-76,7	-84,1	-395,7	-516,1	-440,0
Total exportado	995,3	672,5	-32,4	941,0	39,9	865,1	739,8	788,5
Total importado	917,1	690,9	-24,7	687,2	-0,5	969,4	1.090,3	1.133,5
% Exportaciones sector público	82,5	84,5	--	41,6	--	43,7	35,7	25,0
% Exportaciones sector privado	17,5	15,5	--	58,4	--	56,3	64,3	75,0
% Importaciones sector público	7,0	14,9	--	8,9	--	8,9	9,0	9,0
% Importaciones sector privado	93,0	85,1	--	91,1	--	91,1	91,0	91,0

(Continúa)

Cuadro 6. Exportaciones e importaciones clasificadas por sectores (público y privado), 1981, 1985 y 1990-1998 (en millones de dólares) (Continuación)

Clasificación	1994	1995	%95/85	1996	1997	1998	%98/85	%98/95
Sector público								
Exportación	201,3	192,1	-66,2	185,7	145,3	121,3	-78,7	-36,9
Importación	107,0	130,9	27,0	157,8	180,4	227,3	120,5	73,6
Sector privado								
Exportación	862,7	957,8	819,2	1043,6	1.129,8	1.075,5	932,1	12,3
Importación	1.039,9	1.254,3	113,4	1378,6	1.670,5	1.755,8	198,7	40,0
Balanza comercial								
Sector público	94,3	61,2	-86,8	27,9	-35,1	-106,0	-122,8	-273,2
Sector privado	-177,2	-296,5	-38,7	335,0	-540,6	-680,3	40,7	129,4
Total exportado	1.064,0	1.149,9	71,0	1229,3	1.275,1	1.196,8	78,0	4,1
Total importado	1.146,9	1.385,2	100,5	1536,4	1.850,9	1.983,1	187,0	43,2
% Exportaciones sector público	18,9	16,7	--	15,1	11,4	10,1	--	--
% Exportaciones sector privado	81,1	83,3	--	84,9	88,6	89,9	--	--
% Importaciones sector público	9,3	9,4	--	10,3	9,7	11,5	--	--
% Importaciones sector privado	90,7	90,6	--	89,7	90,3	88,5	--	--

Fuente: Banco Central de Bolivia, *Boletín del Sector Externo*, varios números. Elaboración propia

Nota: --=no disponible

Cuadro 7. Índices de comercio exterior, 1980, 1985, 1990, 1995 y 1998 (año base=1990)

	1980	1985	1990	1995	1998
Índice de cantidad de las exportaciones	75,79	55,59	100	148,92	154,50
Índice de cantidad de las importaciones	148,22	118,03	100	178,70	280,84
Índice de precios de las exportaciones	148,28	131,12	100	81,59	75,46
Índice de precios de las importaciones	59,27	74,92	100	118,20	118,40
Índice de precios de intercambio	250,17	175,02	100	89,01	63,73

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia

Cuadro 8. Comercio de Bolivia por regiones económicas, 1981, 1990, 1995 y 1998 (estructura porcentual)

Regiones	1981			1990			1995			1998		
	X	M	X+M									
Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)	41	33	37	45	46	45	35	39	37	43	34	37
Mercado Común del Sur (Mercosur)	36	24	30	--	--	--	14	21	18	18	20	19
Comunidad Andina de Naciones (CAN)	5	4	4	7	4	5	19	8	13	22	7	11
Tratado de Libre Comercio Norteamericano (TLC)	28	24	26	--	--	--	28	25	26	19	29	26
Unión Europea (UE)	21	24	22	29	14	23	27	19	23	28	13	18
Asia	2	15	8	0,8	12	5	0,7	16	9	1	22	16
Resto del mundo	15	17	17	5	5	5	9	6	7	12	9	10
Total	100											

Fuente: INE (1999). Elaboración propia

Nota: --=no disponible

Cuadro 9. Matriz de insumo-producto a precios de adquisición de 1988 (participación porcentual)

Rama/Producto	Producción PA	Importación PA	Importación PA/OT	Importación PA/OT	Exportación job	Exportación job/DT	Consumo final	Consumo intermedio	Consumo final/DT	Consumo intermedio/DT
1. Agricultura, silvicultura, caza y pesca	0.15	0.05	0.95	0.05	0.11	0.09	0.09	0.19	0.34	0.52
Productos agrícolas no industriales	0.07	0.04	0.91	0.09	0.00	0.00	0.08	0.08	0.55	0.42
Productos agrícolas industriales	0.01	0.00	0.96	0.04	0.00	0.05	0.00	0.02	0.08	0.79
Caza	0.01	0.00	1.00	0.00	0.06	0.86	0.00	0.00	0.14	0.00
Productos pecuarios	0.05	0.00	0.99	0.01	0.02	0.06	0.01	0.08	0.13	0.70
Silvicultura, caza y pesca	0.01	0.00	0.99	0.01	0.02	0.25	0.00	0.02	0.07	0.65
2. Extracción de minas y canteras	0.09	0.00	1.00	0.00	0.51	0.67	0.00	0.06	0.00	0.29
Petróleo crudo y gas natural	0.05	0.00	1.00	0.00	0.25	0.64	0.00	0.04	0.00	0.36
Minerales metálicos y no metálicos	0.04	0.00	1.00	0.00	0.26	0.70	0.00	0.02	0.00	0.21
3. Industrias manufactureras	0.35	0.85	0.71	0.29	0.24	0.06	0.43	0.47	0.48	0.40
3.1 Industrias alimenticias, bebidas y tabaco	0.18	0.08	0.93	0.07	0.05	0.03	0.24	0.13	0.70	0.29
Carnes frescas y elaboradas	0.05	0.00	0.99	0.01	0.00	0.00	0.07	0.02	0.84	0.16
Productos lácteos	0.02	0.01	0.93	0.07	0.00	0.00	0.03	0.01	0.87	0.14
Productos de molinería y panadería	0.05	0.03	0.90	0.10	0.02	0.04	0.07	0.04	0.66	0.29
Azúcar y confitería	0.01	0.00	0.96	0.04	0.01	0.07	0.02	0.01	0.84	0.24
Productos alimenticios diversos	0.01	0.02	0.79	0.21	0.02	0.14	0.01	0.02	0.51	0.46
Bebidas	0.04	0.01	0.96	0.04	0.00	0.00	0.03	0.04	0.51	0.48
Tabaco elaborado	0.00	0.00	0.93	0.07	0.00	0.00	0.00	0.00	0.96	0.04
3.2 Otras industrias	0.17	0.77	0.56	0.44	0.19	0.07	0.19	0.34	0.35	0.47
Textiles, prendas de vestir y productos de cuero	0.04	0.17	0.55	0.45	0.05	0.09	0.07	0.04	0.60	0.28
Madera y productos de madera	0.02	0.00	0.98	0.02	0.03	0.14	0.02	0.02	0.37	0.41
Papel y productos de papel	0.01	0.05	0.59	0.41	0.00	0.00	0.01	0.03	0.34	0.63
Sustancias y productos químicos	0.02	0.14	0.39	0.61	0.00	0.01	0.03	0.06	0.38	0.65
Productos de refinación del petróleo	0.05	0.01	0.96	0.04	0.02	0.04	0.03	0.08	0.29	0.67
Productos de minerales no metálicos	0.01	0.02	0.77	0.23	0.00	0.00	0.00	0.04	0.08	0.98
Productos básicos de metales	0.01	0.03	0.65	0.35	0.05	0.45	0.00	0.02	0.00	0.56
Productos metálicos, maquinaria y equipos	0.01	0.32	0.15	0.85	0.01	0.02	0.03	0.04	0.26	0.28
Productos manufacturados diversos	0.00	0.03	0.49	0.51	0.02	0.24	0.01	0.00	0.38	0.13
4. Electricidad, gas y agua	0.01	0.00	0.99	0.01	0.00	0.00	0.01	0.02	0.48	0.52
5. Construcción y obras públicas	0.05	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.06
6. Otros servicios	0.28	0.10	0.94	0.06	0.12	0.05	0.33	0.25	0.61	0.34
7. Servicios de la administración pública	0.08	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.14	0.00	1.00	0.00
8. Compras directas de otros bienes	0.00	0.01	0.00	1.00	0.01	1.11	0.00	0.00	-0.86	0.75
Total	1.00	1.00	0.85	0.15	1.00	0.10	1.00	1.00	0.47	0.35

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia. (Participación porcentual calculada con base en el Cuadro 9-A).

Notas: PA=precios de adquisición; OT=oferta total; job=free on board (libres de cargas antes del embarque); DT=demanda total

Cuadro 9-A. Matriz de insumo-producto a precios de adquisición de 1988 (en miles de Bolivianos)

Rama/Producto	Producción	Importación	Oferta	Consumo	Consumo	FBKF	Variación	Exportaciones	Demanda	Balanza
	PA	PA	total	intermedio	final		existencias	job	total	comercial
1. Agricultura, silvicultura, caza y pesca	2.576.984	141.241	2.718.225	1.417.814	919.609	39.862	109.098	231.842	2.718.225	90.601
Productos agrícolas no industriales	1.267.187	126.365	1.393.552	584.165	768.417	0	35.073	5.897	1.393.552	-120.468
Productos agrícolas industriales	194.210	8.224	202.434	159.889	16.611	1.495	14.680	9.759	202.434	1.555
Caza	142.529	0	142.529	218	19.486	0	0	122.825	142.529	122.825
Productos pecuarios	800.867	4.661	805.528	560.672	102.228	32.858	59.345	0	805.528	45.764
Silvicultura, caza y pesca	172.192	1.990	174.182	112.870	12.867	5.509	0	42.936	174.182	40.946
2. Extracción de minas y canchales	1.557.439	1.841	1.559.280	452.873	0	0	65.638	1.040.769	1.559.280	1.038.929
Petróleo crudo y gas natural	795.182	0	795.182	289.882	0	0	0	505.300	795.182	505.300
Minerales metálicos y no metálicos	762.257	1.841	764.098	162.991	0	0	65.638	535.469	764.098	533.628
3. Industrias manufactureras	6.082.950	2.544.441	8.627.391	3.465.286	4.180.044	533.496	-36.473	485.037	8.627.391	2.059.403
3.1. Industrias alimenticias, bebidas y tabaco	3.105.725	228.601	3.334.326	968.067	2.327.927	0	-61.683	100.016	3.334.326	-128.586
Carnes frescas y elaboradas	799.918	7.802	807.720	126.999	679.798	0	765	158	807.720	-7.644
Productos lácteos	292.448	21.271	313.718	43.357	271.769	0	-1.407	0	313.718	-21.271
Productos de molinería y panadería	909.955	100.507	1.010.462	297.287	670.555	0	2.536	40.084	1.010.462	-60.423
Azúcar y confitería	212.627	9.782	222.409	52.586	187.461	0	-34.292	16.654	222.409	6.872
Productos alimenticios diversos	229.361	62.127	291.488	134.570	145.670	0	-29.843	41.091	291.488	-21.036
Bebidas	621.356	24.098	645.454	311.735	331.255	0	488	1.975	645.454	-22.123
Tabaco elaborado	40.060	3.016	43.076	11.534	41.419	0	69	54	43.076	-2.962
3.2. Otras industrias	2.977.225	2.315.839	5.293.064	2.497.219	1.852.117	533.496	25.210	385.022	5.293.064	-1.930.818
Textiles, prendas de vestir y productos de cuero	623.989	505.838	1.129.827	314.808	674.997	0	35.328	104.694	1.129.827	-401.144
Madera y productos de madera	395.851	7.683	403.534	166.889	149.675	12.801	16.817	57.352	403.534	49.669
Papel y productos de papel	203.877	138.963	342.840	214.329	118.001	0	9.572	988	342.840	-137.975
Substancias y productos químicos	274.194	434.098	708.292	462.739	271.656	0	-32.382	6.279	708.292	-427.819
Productos de refinación del petróleo	860.976	35.467	896.443	604.890	260.452	0	-5.255	36.356	896.443	889
Productos de minerales no metálicos	206.164	62.125	268.289	262.679	22.032	0	-17.344	922	268.289	-61.203
Productos básicos de metales	156.186	84.125	240.310	133.885	0	0	-2.201	108.627	240.310	24.503
Productos metálicos, maquinaria y equipos	171.013	957.606	1.128.620	314.203	288.985	478.306	19.303	27.813	1.128.620	-929.793
Productos manufacturados diversos	84.975	89.934	174.909	22.798	66.309	42.390	1.422	41.991	174.909	-47.944
4. Electricidad, gas y agua	222.245	1.804	224.049	177.572	106.477	0	0	0	224.049	-1.804
5. Construcción y otras públicas	846.160	0	846.160	47.089	0	799.071	0	0	846.160	0
6. Otros servicios	4.952.581	298.480	5.251.061	1.796.570	3.205.246	0	0	249.245	5.251.061	-49.235
7. Servicios de la administración pública	1.371.993	0	1.371.993	0	1.371.993	0	0	0	1.371.993	0
8. Compras directas de otros bienes	0	18.934	18.934	14.125	-16.214	0	0	21.023	18.934	2.089
Total	17.610.353	3.006.740	20.617.093	7.311.329	9.767.155	1.372.429	138.263	2.027.916	20.617.093	-978.823

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia

Notas: PA=precios de adquisición; FBKF=formación bruta de capital fijo, job=free on board (libres de cargas antes del embarque)

Cuadro 10. Matriz de insumo-producto a precios de adquisición de 1990 (participación porcentual)

Rama/Producto	Producción PA	Importación PA	Producción PAOT	Importación PAOT	Exportación job	Exportación job/DT	Consumo final	Consumo intermedio	Consumo final/DT	Consumo intermedio/DT
1. Agricultura, silvicultura, caza y pesca	0.14	0.04	0.95	0.05	0.10	0.10	0.09	0.19	0.33	0.56
Productos agrícolas no industriales	0.07	0.03	0.92	0.08	0.01	0.01	0.08	0.08	0.56	0.45
Productos agrícolas industriales	0.01	0.00	0.95	0.05	0.02	0.16	0.00	0.03	0.06	0.81
Coca	0.01	0.00	1.00	0.00	0.06	0.86	0.00	0.00	0.13	0.00
Productos pecuarios	0.04	0.00	0.99	0.01	0.01	0.02	0.01	0.07	0.13	0.76
Silvicultura, caza y pesca	0.01	0.00	0.99	0.01	0.02	0.21	0.00	0.02	0.09	0.67
2. Extracción de minas y canteras	0.10	0.00	1.00	0.00	0.45	0.61	0.00	0.09	0.00	0.38
Petróleo crudo y gas natural	0.05	0.00	1.00	0.00	0.21	0.54	0.00	0.06	0.00	0.46
Minerales metálicos y no metálicos	0.05	0.00	1.00	0.00	0.24	0.69	0.00	0.03	0.00	0.29
3. Industrias manufactureras	0.35	0.86	0.71	0.29	0.33	0.09	0.42	0.46	0.45	0.40
3.1 Industrias alimenticias, bebidas y tabaco	0.18	0.06	0.94	0.06	0.09	0.06	0.23	0.12	0.66	0.28
Carnes frescas y elaboradas	0.05	0.00	0.99	0.01	0.00	0.01	0.08	0.02	0.83	0.16
Productos lácteos	0.02	0.00	0.95	0.05	0.00	0.00	0.03	0.01	0.87	0.15
Productos de molinería y panadería	0.05	0.03	0.91	0.09	0.02	0.05	0.06	0.03	0.65	0.29
Azúcar y confitería	0.02	0.00	0.97	0.03	0.03	0.23	0.02	0.01	0.62	0.17
Productos alimenticios diversos	0.02	0.02	0.83	0.17	0.03	0.23	0.02	0.01	0.44	0.34
Bebidas	0.03	0.01	0.97	0.03	0.00	0.01	0.03	0.04	0.45	0.52
Tabaco elaborado	0.00	0.00	0.83	0.17	0.00	0.00	0.00	0.00	0.97	0.04
3.2 Otras Industrias	0.18	0.80	0.57	0.43	0.25	0.11	0.19	0.34	0.25	0.47
Textiles, prendas de vestir y productos de cuero	0.03	0.16	0.56	0.44	0.04	0.10	0.07	0.04	0.59	0.31
Madera y productos de madera	0.02	0.00	0.98	0.02	0.05	0.25	0.02	0.02	0.32	0.38
Papel y productos de papel	0.01	0.04	0.62	0.38	0.00	0.00	0.01	0.03	0.34	0.65
Substancias y productos químicos	0.01	0.14	0.38	0.62	0.01	0.02	0.02	0.06	0.34	0.65
Productos de refinación del petróleo	0.05	0.01	0.96	0.04	0.01	0.03	0.03	0.08	0.28	0.68
Productos de minerales no metálicos	0.01	0.02	0.80	0.20	0.00	0.00	0.00	0.03	0.07	0.93
Productos básicos de metales	0.01	0.05	0.61	0.39	0.08	0.52	0.00	0.02	0.00	0.47
Productos metálicos, maquinaria y equipo	0.01	0.35	0.15	0.85	0.02	0.04	0.04	0.04	0.27	0.27
Productos manufacturados diversos	0.01	0.03	0.58	0.42	0.04	0.51	0.01	0.00	0.33	0.14
4. Electricidad, gas y agua	0.02	0.00	0.99	0.01	0.00	0.00	0.02	0.02	0.51	0.49
5. Construcción y obras públicas	0.04	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.06
6. Otros servicios	0.27	0.09	0.94	0.06	0.11	0.05	0.32	0.24	0.59	0.36
7. Servicios de la administración pública	0.08	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.15	0.00	1.00	0.00
8. Compras directas de otros bienes	0.00	0.01	0.00	1.00	0.01	1.13	0.00	0.00	-1.08	0.95
Total	1.00	1.00	0.86	0.14	1.00	0.12	1.00	1.00	0.45	0.37

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético; Elaboración propia. (Participación porcentual calculada con base en el Cuadro 10-A).

Notas: PA=precios de adquisición; OT=oferta total; job=free on board (libres de cargas antes del embarque); DT=demanda total

Cuadro 10-A. Matriz de insumo-producto a precios de adquisición de 1990 (en miles de Bolivianos)

Rama/Producto	Producción PA	Importación PA	Otera total	Consumo intermedio	Consumo final	FBKF	Variación existencias	Exportaciones fob	Demanda total	Balanza comercial
1. Agricultura, silvicultura, caza y pesca	3.564.122,26	172.053,74	3.736.176,00	2.092.431,66	1.339.094,01	57.949,00	-13.372,99	360.075,00	3.736.176,68	188.021,26
Productos agrícolas no industriales	1.697.117,13	147.651,87	1.844.769,00	839.325,41	1.032.363,00	3.038,00	-55.376,99	25.420,00	1.844.769,41	-122.231,87
Productos agrícolas industriales	339.405,31	17.278,69	356.584,00	287.978,82	20.871,00	6.861,00	-16.833,00	57.707,00	356.584,82	40.462,31
Caza	232.091,00	0,00	232.091,00	352,88	1.131,00	0,00	0,00	200.607,00	232.090,88	200.607,00
Productos pecuarios	1.034.782,97	5.531,03	1.040.312,00	789.639,56	3.045,00	40.018,00	58.837,00	20.732,00	1.040.311,56	15.200,97
Silvicultura, caza y pesca	2.650.827,84	1.592,16	2.652.420,00	175.135,00	23.644,01	8.032,00	0,00	55.659,00	2.652.420,01	54.016,84
2. Extracción de minas y canteras	2.573.900,28	2.281,37	2.576.181,64	976.237,76	0,00	0,00	28.149,00	1.571.795,08	2.576.181,83	1.569.513,71
Petróleo crudo y gas natural	1.345.890,97	0,00	1.345.890,97	621.460,81	0,00	0,00	0,00	724.430,08	1.345.890,89	724.430,08
Minerales metálicos y no metálicos	1.228.009,31	2.281,37	1.230.290,67	354.776,94	0,00	0,00	28.149,00	847.365,00	1.230.290,94	845.083,63
3. Industrias manufactureras	9.077.124,18	3.748.077,15	12.825.201,34	5.083.521,86	5.781.573,31	801.209,56	-18.876,54	1.177.772,24	12.825.200,42	-2.570.304,92
Industrias manufactureras	4.533.139,15	2.72.900,28	4.806.039,43	1.328.179,34	3.179.034,87	0,00	-10.601,54	310.026,77	4.806.039,44	37.126,49
3.1. Industrias alimenticias, bebidas y tabaco	1.231.519,65	6.479,69	1.237.999,34	196.622,34	1.032.012,50	0,00	-2.451,00	10.806,98	1.237.999,78	4.327,29
Productos lácteos	389.939,87	21.460,73	411.400,60	62.725,94	358.338,08	0,00	-10.715,78	1.031,98	411.400,22	-40.228,75
Productos de molinería y panadería	1.186.962,36	112.000,03	1.298.962,39	383.121,37	844.358,03	0,00	2.612,19	68.870,67	1.298.962,27	-43.129,35
Azúcar y confitería	440.992,01	14.902,18	455.894,19	76.915,54	281.283,25	0,00	-9.252,93	106.948,00	455.893,86	92.044,82
Productos alimenticios diversos	406.520,64	81.144,36	487.665,00	164.544,18	212.496,00	0,00	0,00	110.625,00	487.665,18	29.480,64
Bebidas	819.039,61	25.116,30	844.125,91	441.597,19	381.392,01	0,00	9.447,73	11.689,14	844.126,06	19.422,16
Tabaco elaborado	58.795,01	11.796,99	70.592,00	2.652,77	68.126,00	0,00	-241,71	55,00	70.592,07	-11.741,99
3.2. Otras industrias	4.543.894,03	3.475.176,87	8.018.560,90	3.755.142,52	2.602.538,44	801.209,56	-8.275,00	867.745,47	8.018.560,98	-2.607.431,41
Textiles, prendas de vestir y productos de cuero	866.979,57	689.428,43	1.556.408,00	479.712,72	921.356,00	0,00	1,00	153.338,00	1.556.407,72	-534.090,45
Madera y productos de madera	624.173,03	15.828,97	640.002,00	241.937,67	205.988,00	16.625,00	16.389,88	158.861,00	640.001,55	143.032,03
Papel y productos de papel	288.588,98	176.330,18	464.919,17	303.972,86	158.425,17	0,00	598,00	1.924,00	464.920,03	-174.406,18
Subsancias y productos químicos	375.624,32	608.280,68	983.905,00	644.436,09	335.424,00	0,00	-16.759,39	20.804,00	983.904,70	-587.476,68
Productos de refinación del petróleo	1.313.236,67	54.794,53	1.368.031,20	929.796,73	382.902,00	0,00	9.919,56	45.414,00	1.368.032,29	-9.380,53
Productos de minerales no metálicos	332.124,09	216.524,86	548.665,55	255.630,18	0,00	0,00	-1.582,41	1.617,00	548.665,26	66.510,14
Productos básicos de metales	661.875,30	1.518.719,29	2.180.594,59	485.209,18	481.964,88	766.061,25	-14.979,24	62.339,00	1.780.595,08	-1.456.380,29
Productos metálicos, maquinaria y equipos	156.539,39	113.927,56	270.466,95	36.774,64	88.818,12	18.523,30	-12.062,02	138.413,47	270.467,50	24.485,90
Productos manufacturados diversos	440.367,00	4.171,00	434.738,00	214.545,95	219.764,00	0,00	0,00	430,00	434.737,95	-3.741,00
4. Electricidad, gas y agua	1.143.877,00	0,00	1.143.877,00	63.610,80	0,00	1.080.266,00	0,00	0,00	1.143.876,80	0,00
5. Construcción y otras públicas	7.007.505,00	409.927,00	7.417.279,00	2.645.424,93	4.397.177,83	0,00	0,00	374.675,00	7.417.277,76	-35.252,00
6. Otros servicios	2.078.905,00	0,00	2.078.905,00	0,00	2.078.905,00	0,00	0,00	0,00	2.078.905,00	0,00
7. Servicios de la administración pública	0,00	28.851,00	28.851,00	27.331,00	-31.213,00	0,00	0,00	32.733,00	28.851,00	3.882,00
8. Campañas de otros países	25.875.946,72	4.365.361,26	30.241.207,98	11.031.001,96	13.685.301,15	1.939.424,56	-4.100,54	3.517.480,31	30.241.207,45	-847.880,95
Total										

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia

Notas: PA=precios de adquisición; FBKF=formación bruta de capital fijo; fob=free on board (libres de cargas antes del embarque)

Cuadro 11. Matriz de insumo-producto a precios de adquisición de 1995 (participación porcentual)

Rama/Producto	Producción PA	Impreciación PA	Producción PA/OT	Impreciación PA/OT	Exportación fob	Exportación fob/DT	Consumo final	Consumo intermedio	Consumo final/DT	Consumo intermedio/DT
1. Agricultura, silvicultura, caza y pesca	0.13	0.05	0.93	0.07	0.14	0.13	0.08	0.18	0.30	0.56
Producto: Agrícolas No Industriales	0.06	0.05	0.86	0.14	0.01	0.02	0.07	0.07	0.53	0.46
Productos Agrícolas Industriales	0.02	0.00	1.00	0.00	0.08	0.45	0.00	0.03	0.02	0.52
Coca	0.01	0.00	1.00	0.00	0.04	0.81	0.00	0.00	0.19	0.00
Productos Pecuarios	0.04	0.00	0.99	0.01	0.01	0.04	0.01	0.07	0.13	0.77
Silvicultura, caza y pesca	0.01	0.00	0.99	0.01	0.00	0.06	0.00	0.02	0.07	0.84
Extracción de minas y canchales	0.07	0.01	0.97	0.03	0.30	0.55	0.00	0.08	0.00	0.48
Petróleo crudo y gas natural	0.03	0.00	1.00	0.00	0.09	0.45	0.00	0.04	0.00	0.64
Minerales metálicos y no metálicos	0.04	0.01	0.95	0.05	0.20	0.61	0.00	0.04	0.00	0.38
Industrias manufactureras	0.36	0.84	0.70	0.30	0.44	0.11	0.41	0.45	0.42	0.39
3.1. Industrias alimenticias, bebidas y tabaco	0.18	0.05	0.95	0.05	0.16	0.11	0.22	0.11	0.62	0.26
Carnes frescas y elaboradas	0.05	0.00	1.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.02	0.83	0.16
Productos lácteos	0.01	0.01	0.89	0.11	0.00	0.01	0.02	0.00	0.84	0.15
Productos de molinería y panadería	0.04	0.01	0.96	0.04	0.02	0.07	0.05	0.03	0.64	0.29
Azúcar y confitería	0.02	0.01	0.93	0.07	0.03	0.27	0.02	0.01	0.55	0.15
Productos alimenticios diversos	0.02	0.02	0.90	0.10	0.09	0.42	0.02	0.02	0.31	0.27
Bebidas	0.03	0.00	0.97	0.03	0.01	0.02	0.03	0.04	0.46	0.51
Tabaco elaborado	0.00	0.00	0.87	0.13	0.00	0.08	0.01	0.00	0.89	0.03
3.2. Otras industrias	0.18	0.79	0.56	0.44	0.29	0.11	0.19	0.34	0.30	0.46
Textiles, prendas de vestir y productos de cuero	0.03	0.11	0.60	0.40	0.03	0.08	0.06	0.04	0.57	0.36
Madera y productos de madera	0.02	0.00	0.97	0.03	0.05	0.30	0.01	0.02	0.33	0.37
Papel y productos de papel	0.01	0.03	0.66	0.34	0.00	0.02	0.01	0.03	0.30	0.69
Substancias y productos químicos	0.01	0.14	0.66	0.64	0.01	0.02	0.03	0.06	0.34	0.64
Productos de refinación del petróleo	0.05	0.04	0.88	0.12	0.01	0.03	0.03	0.09	0.28	0.69
Productos de minerales no metálicos	0.02	0.01	0.88	0.12	0.01	0.04	0.00	0.04	0.07	0.91
Productos básicos de metales	0.01	0.04	0.66	0.34	0.09	0.54	0.00	0.02	0.00	0.44
Productos metálicos, maquinaria y equipos	0.01	0.39	0.16	0.84	0.03	0.04	0.04	0.04	0.25	0.23
Productos manufacturados diversos	0.01	0.03	0.67	0.33	0.06	0.53	0.01	0.00	0.25	0.13
Electricidad, gas y agua	0.03	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.55	0.44
5. Construcción y obras públicas	0.05	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.05
6. Otros servicios	0.28	0.09	0.95	0.05	0.11	0.05	0.31	0.26	0.55	0.40
7. Servicios de la administración pública	0.08	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.16	0.00	1.00	0.00
8. Compras directas de otros bienes	0.00	0.01	0.00	1.00	0.01	1.07	0.00	0.00	-0.94	0.87
Total	1.00	1.00	0.85	0.15	1.00	0.11	1.00	1.00	0.44	0.38

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia. (Participación porcentual calculada con base en el Cuadro 11-A).

Notas: PA = precios de adquisición; OT = oferta total; fob = free on board (libres de cargas antes del embarque); DT = demanda total

Cuadro 11-A. Matriz de insumo-producto a precios de adquisición de 1995 (en miles de Bolivianos)

Rama/Producto	Producción		Importación		Oferta		Consumo		FBKF		Variación existencias		Exportaciones		Demanda total		Balanza comercial		
	PA	PA	PA	PA	total	intermedio	final	total	total	total	total	total	total	total	total	total	total	total	
1. Agricultura, silvicultura, caza y pesca	7.366.738	545.968	7.912.706	4.405.336	2.360.003	106.901	27.182	1.013.284	7.912.706	467.316									
Productos agrícolas no industriales	3.152.784	518.879	3.671.663	1.680.143	1.951.975	2.701	-26.566	63.411	3.671.663	-455.469									
Productos agrícolas industriales	1.220.298	3.870	1.224.168	636.588	24.754	6.927	0	555.899	1.224.168	552.029									
Caca	356.571	0	356.571	725	66.427	0	0	289.419	356.571	289.419									
Productos pecuarios	2.113.264	15.756	2.129.021	1.639.934	279.893	80.500	53.748	74.956	2.129.021	59.200									
Silvicultura, caza y pesca	523.821	7.462	531.283	447.957	36.955	16.772	0	29.600	531.283	22.137									
Extracción de minas y canchales	3.783.380	131.481	3.914.861	1.876.977	0	0	-111.380	2.149.264	3.914.861	2.017.783									
Petróleo crudo y gas natural	1.515.328	0	1.515.328	967.857	0	0	-127.894	675.465	1.515.328	675.465									
Minerales metálicos y no metálicos	2.268.052	131.481	2.399.533	909.120	0	0	16.514	1.473.899	2.399.533	1.342.418									
3. Industrias manufactureras	20.037.261	8.565.565	28.602.826	11.161.806	11.884.939	2.354.876	-9.131	3.210.910	28.602.826	-5.354.655									
Industrias alimenticias, bebidas y tabaco	9.857.560	484.780	10.342.340	2.735.187	6.429.677	0	41.279	1.136.197	10.342.340	651.417									
Carnes frescas y elaboradas	2.735.253	10.851	2.746.104	441.730	2.288.995	0	0	15.379	2.746.104	4.528									
Productos lácteos	667.384	79.777	747.161	111.806	626.699	0	2.889	5.767	747.161	-74.010									
Productos de molinería y panadería	2.287.291	102.173	2.389.463	696.526	1.524.146	0	0	168.812	2.389.463	66.639									
Azúcar y confitería	859.674	65.941	925.615	142.767	508.777	0	20.191	253.880	925.615	187.939									
Productos alimenticios diversos	1.361.874	155.396	1.517.270	405.143	471.178	0	-2.709	637.657	1.517.270	482.261									
Bebidas	1.776.851	45.901	1.822.751	930.937	871.648	0	20.907	39.259	1.822.751	-6.642									
Tabaco elaborado	1.69.234	24.741	193.975	6.299	172.233	0	0	15.443	193.975	-9.298									
3.2. Otras industrias	10.180.271	8.080.285	18.260.556	8.426.620	5.455.257	2.354.876	-50.410	2.074.713	18.260.556	-6.006.072									
Textiles, prendas de vestir y productos de cuero	1.686.038	1.146.576	2.832.614	1.009.036	1.604.183	0	0	219.395	2.832.614	-977.181									
Madera y productos de madera	1.241.844	37.795	1.279.639	472.916	422.312	31.276	-28.016	381.151	1.279.639	343.356									
Papel y productos de papel	626.224	33.690	659.914	653.832	287.241	0	-5.542	14.383	659.914	-309.307									
Sustancias y productos químicos	809.864	1.409.913	2.219.777	1.420.612	761.649	0	-15.984	53.500	2.219.777	-1.356.413									
Productos de refinación del petróleo	2.808.559	379.705	3.188.264	2.211.216	888.822	0	-1	88.227	3.188.264	-291.478									
Productos de minerales no metálicos	888.368	125.716	1.014.085	919.928	73.701	0	-21.758	42.214	1.014.085	-83.502									
Productos básicos de metales	768.227	391.968	1.160.195	514.130	0	0	20.891	625.174	1.160.195	233.206									
Productos metálicos, maquinaria y equipos	773.986	3.977.066	4.751.052	1.115.736	1.203.836	2.241.540	0	189.941	4.751.052	-3.787.125									
Productos manufacturados diversos	577.161	288.356	865.517	109.214	313.514	82.061	0	460.728	865.517	172.373									
Electricidad, gas y agua	1.567.097	0	1.567.097	696.286	869.413	0	0	1.398	1.567.097	1.398									
Construcción y obras públicas	2.673.393	0	2.673.393	127.926	0	2.545.467	0	822.056	2.673.393	0									
Otros servicios	15.592.584	866.996	16.459.579	6.603.559	9.033.988	0	0	4.730.988	16.459.579	-44.940									
Servicios de la administración pública	4.730.988	0	4.730.988	0	4.730.988	0	0	0	4.730.988	0									
Compras directas de otros bienes	0	67.895	67.895	59.343	64.003	0	0	72.555	67.895	0									
Total	55.752.010	10.177.905	65.929.915	24.931.233	28.815.300	5.007.244	-93.329	7.269.467	65.929.915	-2.908.438									

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia

Notas: PA=precios de adquisición; FBKF=formación bruta de capital fijo; *FOB*=free on board (libres de cargas antes del embarque)

Cuadro 12. Matriz de insumo-producto a precios de adquisición de 1997 (participación porcentual)

Rama/Producto	Producción	Importación	Producción	Importación	PA/OT	Exportación	Exportación	Consumo	Consumo	Consumo	Consumo
	PA	PA	PA/OT	PA/OT	PA/OT	Exp/DT	Exp/DT	final	intermedio	final	intermedio/DT
1. Agricultura, silvicultura, caza y pesca	0.13	0.05	0.94	0.06	0.19	0.17	0.08	0.17	0.28	0.55	0.55
Productos agrícolas no industriales	0.05	0.04	0.89	0.11	0.01	0.02	0.06	0.07	0.53	0.48	0.48
Productos agrícolas industriales	0.03	0.01	0.97	0.03	0.12	0.50	0.00	0.03	0.01	0.47	0.47
Coca	0.01	0.00	1.00	0.00	0.04	0.81	0.00	0.00	0.19	0.00	0.00
Productos pecuarios	0.03	0.00	1.00	0.00	0.01	0.04	0.01	0.06	0.13	0.77	0.77
Silvicultura, caza y pesca	0.01	0.00	0.97	0.03	0.01	0.12	0.00	0.02	0.07	0.78	0.78
2. Extracción de minas y canteras	0.06	0.01	0.98	0.02	0.24	0.45	0.00	0.07	0.00	0.49	0.49
Petróleo crudo y gas natural	0.03	0.00	1.00	0.00	0.06	0.24	0.00	0.04	0.00	0.62	0.62
Minerales metálicos y no metálicos	0.03	0.01	0.96	0.04	0.19	0.63	0.00	0.03	0.00	0.38	0.38
3. Industrias manufactureras	0.34	0.96	0.67	0.33	0.43	0.10	0.40	0.44	0.39	0.39	0.39
3.1 Industrias alimenticias, bebidas y tabaco	0.17	0.06	0.94	0.06	0.20	0.13	0.22	0.11	0.60	0.26	0.26
Carnes frescas y elaboradas	0.05	0.00	0.99	0.01	0.00	0.01	0.08	0.02	0.83	0.16	0.16
Productos lácteos	0.01	0.01	0.88	0.12	0.00	0.00	0.02	0.00	0.86	0.14	0.14
Productos de molinería y panadería	0.04	0.01	0.96	0.04	0.04	0.10	0.05	0.03	0.62	0.29	0.29
Azúcar y confitería	0.01	0.01	0.89	0.11	0.02	0.17	0.01	0.01	0.59	0.20	0.20
Productos alimenticios diversos	0.03	0.02	0.91	0.09	0.14	0.50	0.01	0.02	0.22	0.24	0.24
Bebidas	0.03	0.01	0.96	0.04	0.01	0.03	0.03	0.03	0.46	0.49	0.49
Tabaco elaborado	0.00	0.00	0.84	0.16	0.00	0.07	0.01	0.00	0.90	0.03	0.03
3.2 Otras industrias	0.17	0.90	0.51	0.49	0.23	0.08	0.18	0.34	0.27	0.46	0.46
Textiles, prendas de vestir y productos de cuero	0.03	0.10	0.62	0.38	0.04	0.10	0.05	0.04	0.54	0.37	0.37
Madera y productos de madera	0.02	0.00	0.97	0.03	0.06	0.32	0.01	0.02	0.28	0.39	0.39
Papel y productos de papel	0.01	0.03	0.63	0.37	0.00	0.02	0.01	0.03	0.22	0.76	0.76
Subsancias y productos químicos	0.01	0.14	0.36	0.64	0.00	0.01	0.03	0.06	0.34	0.64	0.64
Productos de refinación del petróleo	0.05	0.06	0.82	0.18	0.01	0.02	0.04	0.09	0.29	0.69	0.69
Productos de minerales no metálicos	0.02	0.01	0.86	0.14	0.00	0.02	0.00	0.04	0.07	0.91	0.91
Productos básicos de metales	0.01	0.05	0.50	0.50	0.06	0.40	0.00	0.02	0.00	0.55	0.55
Productos metálicos, maquinaria y equipos	0.01	0.48	0.14	0.86	0.01	0.01	0.04	0.04	0.21	0.20	0.20
Productos manufacturados diversos	0.01	0.03	0.63	0.37	0.05	0.47	0.01	0.00	0.27	0.14	0.14
4. Electricidad, gas y agua	0.02	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.02	0.57	0.43	0.43
5. Construcción y obras públicas	0.05	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
6. Otros servicios	0.29	0.08	0.96	0.04	0.12	0.05	0.33	0.28	0.54	0.41	0.41
8. Servicios de la administración pública	0.08	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.17	0.00	1.00	0.00	0.00
9. Compras directas de otros bienes	1.00	1.00	0.00	1.00	0.01	2.05	0.00	0.00	-2.88	1.83	1.83
Total	1.00	1.00	0.85	1.15	1.00	1.10	1.00	1.00	1.00	0.43	0.38

Fuente: Información provista por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia. (Participación porcentual calculada con base en el Cuadro 12-A).

Notas: PA=precios de adquisición; OT=oferta total; Exp=free on board (libres de cargas antes del embarque); DT=demanda total

Cuadro 12-A. Matriz de insumo-producto a precios de adquisición de 1997 (en miles de Bolivianos)

Rama/Producto	Producción		Importación		Otra		Consumo		FBKF	Variación		Exporaciones		Balanza comercial
	PA	PA	PA	PA	total	intermedio	final	existencias		FOB	total			
1. Agricultura, silvicultura, caza y pesca	9.567.587	603.282	10.170.869	5.566.536	2.815.811	135.125	1.692.487	-39.091	10.170.869	1.089.205				
Productos agrícolas no industriales	3.926.986	500.363	4.427.348	2.127.186	2.362.546	3.325	-150.821	85.113	4.427.348	4.152.250				
Productos agrícolas industriales	2.070.781	74.116	2.144.897	1.005.946	11.432	11.562	52.920	0	2.144.897	988.920				
Caca	453.439	0	453.439	927	85.811	0	0	0	453.439	366.701				
Productos pecuarios	2.469.513	11.134	2.480.649	1.915.879	310.450	95.885	58.810	99.626	2.480.649	88.492				
Silvicultura, caza y pesca	646.866	17.669	664.535	516.597	45.573	24.353	0	78.011	664.535	60.342				
2. Extracción de minas y canchales	4.643.974	94.592	4.738.566	2.311.047	0	350.664	-68.402	2.145.257	4.738.566	2.050.665				
Petróleo crudo y gas natural	2.145.855	28	2.145.883	1.335.058	0	0	-13.318	1.630.012	2.145.883	1.535.446				
Minerales metálicos y no metálicos	2.498.119	94.564	2.592.683	975.989	0	0	0	0	2.592.683	1.355.446				
3. Industrias manufactureras	12.953.315	12.348.564	13.407.476	14.497.135	14.585.304	4.048.983	8.050.221	111.089	13.407.476	8.559.910				
Industrias alimenticias, bebidas y tabaco	12.688.346	759.142	13.447.489	3.498.509	8.050.221	2.861.571	0	0	13.447.489	10.288.527				
3.1. Industrias alimenticias, bebidas y tabaco	3.405.198	38.028	3.443.226	563.889	2.861.571	0	0	0	3.443.226	20.362				
Carnes frescas y elaboradas	915.800	127.034	1.042.834	150.699	895.684	0	-7.770	4.221	1.042.834	-122.813				
Productos lácteos	3.090.353	140.199	3.230.553	946.300	2.017.877	0	-48.442	314.817	3.230.553	174.618				
Productos de molinería y panadería	746.232	95.818	842.050	172.122	496.182	0	27.591	146.155	842.050	50.338				
Azúcar y confitería	2.203.317	226.786	2.429.103	590.009	543.316	0	83.925	1.211.853	2.429.103	985.067				
Productos alimenticios diversos	2.109.599	89.432	2.199.031	1.067.794	1.001.701	0	55.784	73.752	2.199.031	-15.680				
Bebidas	218.847	41.845	260.692	7.696	233.891	0	19.105	260.692	-22.740	0				
Tabaco elaborado	12.266.766	11.589.222	23.855.987	10.998.626	6.535.083	4.048.983	272.511	2.000.784	23.855.987	-9.588.437				
3.2. Otras industrias	2.033.962	1.229.157	3.263.119	1.195.957	1.745.973	0	0	0	3.263.119	908.968				
Textiles, prendas de vestir y productos de cuero	1.473.310	39.295	1.512.604	591.921	429.120	55.702	-52.197	488.058	1.512.604	448.763				
Madera y productos de madera	694.427	399.298	1.093.725	833.539	239.594	0	20.592	1.093.725	-378.706	0				
Papel y productos de papel	1.797.641	1.229.157	3.026.798	1.820.177	949.526	0	16.845	37.051	3.026.798	-1.760.590				
Substancias y productos químicos	3.677.302	804.253	4.481.555	3.083.912	1.307.991	0	0	89.652	4.481.555	-714.601				
Productos de refinación del petróleo	1.123.924	186.520	1.310.445	1.193.340	89.230	0	0	27.874	1.310.445	-158.647				
Productos de minerales no metálicos	658.739	657.503	1.316.242	720.260	0	0	64.741	527.241	1.316.242	-130.262				
Productos básicos de metales	1.036.631	6.154.223	7.190.854	1.435.947	1.541.983	3.881.800	246.869	84.255	7.190.854	-6.069.968				
Productos metálicos, maquinaria y equipos	1.811.281	321.131	2.132.412	778.501	1.032.421	0	-3.748	405.673	2.132.412	868.645				
Productos manufacturados diversos	3.549.973	0	3.549.973	157.838	0	3.392.135	0	0	3.549.973	0				
4. Electricidad, gas y agua	21.684.404	1.013.588	22.697.992	9.287.250	12.335.985	0	0	0	22.697.992	61.168				
5. Construcción y obras públicas	6.360.153	0	6.360.153	80.182	-126.343	0	0	0	6.360.153	0				
6. Otros servicios	0	43.797	43.797	0	0	0	0	0	43.797	43.797				
7. Servicios de la administración pública	73.762.898	12.813.208	86.576.107	32.678.490	36.903.332	7.926.908	276.106	8.791.271	86.576.107	-4.021.937				
8. Compras directas de otros bienes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
Total														

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia.
 Notas: PA=precios de adquisición; FBKF=formación bruta de capital fijo; FOB=free on board (libras de cargas antes del embarque).

Cuadro 13. Cuadrante del valor agregado, 1988 (participación porcentual)

Rama/Producto	VA	WW	IINS	EBE	WW/VA	IINS/VA	EBE/VA
1. <i>Agricultura, silvicultura, caza y pesca</i>	0,19	0,12	0,01	0,23	0,19	0,00	0,81
Producto agrícolas no industriales	0,09	0,04	0,00	0,12	0,12	0,00	0,88
Productos agrícolas industriales	0,02	0,01	0,00	0,02	0,16	0,00	0,84
Coca	0,01	0,04	0,00	0,00	0,98	0,00	0,02
Productos pecuarios	0,06	0,03	0,00	0,07	0,14	0,00	0,86
Silvicultura, caza y pesca	0,01	0,00	0,01	0,02	0,09	0,00	0,91
2. <i>Extracción de minas y canteras</i>	0,11	0,07	-0,05	0,12	0,21	0,00	0,79
Petróleo crudo y gas natural	0,04	0,02	-0,09	0,05	0,15	-0,01	0,85
Minerales metálicos y no metálicos	0,07	0,05	0,04	0,07	0,24	0,00	0,75
3. <i>Industrias manufactureras</i>	0,22	0,23	0,07	0,21	0,34	0,00	0,66
3.1 <i>Industrias alimenticias, bebidas y tabaco</i>	0,09	0,10	0,08	0,09	0,33	0,00	0,67
Carnes frescas y elaboradas	0,01	0,03	0,00	0,01	0,55	0,00	0,45
Productos lácteos	0,01	0,01	0,01	0,01	0,38	0,00	0,61
Productos de molinería y panadería	0,03	0,02	0,03	0,03	0,23	0,00	0,76
Azúcar y confitería	0,01	0,01	0,01	0,00	0,38	0,00	0,62
Productos alimenticios diversos	0,01	0,01	0,01	0,01	0,33	0,01	0,66
Bebidas	0,03	0,03	0,02	0,03	0,31	0,00	0,69
Tabaco elaborado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,09	0,00	0,91
3.2 <i>Otras industrias</i>	0,13	0,14	-0,01	0,12	0,34	0,00	0,66
Textiles, prendas de vestir y productos de cuero	0,03	0,05	0,02	0,02	0,57	0,00	0,42
Madera y productos de madera	0,01	0,02	0,01	0,01	0,51	0,00	0,49
Papel y productos de papel	0,01	0,01	0,01	0,01	0,53	0,00	0,47
Substancias y productos químicos	0,01	0,01	0,01	0,01	0,36	0,00	0,64
Productos de refinación del petróleo	0,04	0,01	-0,09	0,06	0,06	-0,01	0,95
Productos de minerales no metálicos	0,01	0,02	0,01	0,01	0,47	0,00	0,52
Productos básicos de metales	0,01	0,00	0,01	0,01	0,27	0,01	0,73
Productos metálicos, maquinaria y equipos	0,00	0,01	0,00	0,00	0,43	0,00	0,57
Productos manufacturados diversos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,41	0,00	0,59
4. <i>Electricidad, gas y agua</i>	0,01	0,01	0,02	0,01	0,26	0,00	0,74
5. <i>Construcción y obras públicas</i>	0,04	0,07	0,03	0,03	0,54	0,00	0,45
6. <i>Comercio</i>	0,10	0,11	0,41	0,10	0,32	0,01	0,67
7. <i>Servicios</i>	0,34	0,38	0,50	0,32	0,35	0,00	0,65
8. <i>Servicios de la administración pública</i>	0,12	0,38	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
9. <i>Imputación bancaria</i>	-0,02	0,00	0,00	-0,02	0,00	0,00	1,00
Total	1,00	1,00	1,00	1,00	0,31	0,00	0,69

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia (Participación porcentual calculada con base en el Cuadro 13-A).

Notas: VA=valor agregado; WW=salarios; IINS=impuestos indirectos netos subsidiados; EBE=excedente bruto de explotación

Cuadro 13-A. Cuadrante del valor agregado, 1988 (en miles de Bolivianos)

Rama/Producto	VA	WW	IINS	EBE
1. <i>Agricultura, silvicultura, caza y pesca</i>	1.700.287	318.659	287	1.381.341
Productos agrícolas no industriales	831.291	100.491	0	730.800
Productos agrícolas industriales	143.426	23.195	114	120.117
Coca	118.273	116.298	0	1.975
Productos pecuarios	500.145	69.381	0	430.764
Silvicultura, caza y pesca	107.152	9.294	173	97.685
2. <i>Extracción de minas y canteras</i>	940.854	198.674	-1.147	743.327
Petróleo crudo y gas natural	344.631	53.416	-2.147	293.362
Minerales metálicos y no metálicos	596.223	145.258	1.000	449.964
3. <i>Industrias manufactureras</i>	1.926.417	646.321	1.811	1.278.285
3.1 <i>Industrias alimenticias, bebidas y tabaco</i>	817.422	271.665	2.047	543.710
Carnes frescas y elaboradas	126.846	69.192	120	57.534
Productos lácteos	97.492	37.422	126	59.944
Productos de molinería y panadería	248.379	57.739	630	190.010
Azúcar y confitería	48.108	18.283	232	29.593
Productos alimenticios diversos	52.193	17.224	329	34.640
Bebidas	230.807	70.572	570	159.664
Tabaco elaborado	13.597	1.233	38	12.325
3.2 <i>Otras industrias</i>	1.108.995	374.656	-236	734.575
Textiles, prendas de vestir y productos de cuero	229.767	131.735	532	97.500
Madera y productos de madera	115.393	58.495	315	56.583
Papel y productos de papel	66.033	35.047	221	30.765
Substancias y productos químicos	96.630	34.429	280	61.921
Productos de refinación del petróleo	378.035	22.532	-2.267	357.770
Productos de minerales no metálicos	105.084	49.742	247	55.094
Productos básicos de metales	45.982	12.188	307	33.488
Productos metálicos, maquinaria y equipos	40.658	17.573	102	22.983
Productos manufacturados diversos	31.410	12.913	27	18.470
4. <i>Electricidad, gas y agua</i>	120.318	31.128	385	88.805
5. <i>Construcción y obras públicas</i>	378.779	205.849	787	172.143
6. <i>Comercio</i>	929.951	299.989	10.417	619.545
7. <i>Servicios</i>	3.016.368	1.054.793	12.622	1.948.953
8. <i>Servicios de la administración pública</i>	1.037.288	1.037.288	0	0
9. <i>Imputación bancaria</i>	-143.979	0	0	-143.979
Total	8.868.995	2.755.413	25.161	6.088.420

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia.

Notas: VA=valor agregado; WW=salarios; IINS=impuestos indirectos netos subsidiados; EBE=excedente bruto de explotación

Cuadro 15. Cuadrante del valor agregado, 1995 (participación porcentual)

Rama/Producto	VA	WW	IINS	EBE	WW/VA	IINS/VA	EBE/VA
1. <i>Agricultura, silvicultura, caza y pesca</i>	0,17	0,07	0,01	0,23	0,17	0,00	0,83
Producto agrícolas no industriales	0,07	0,02	0,00	0,11	0,12	0,00	0,88
Productos agrícolas industriales	0,03	0,01	0,01	0,04	0,16	0,00	0,84
Coca	0,01	0,02	0,00	0,01	0,71	0,00	0,29
Productos pecuarios	0,05	0,02	0,00	0,07	0,14	0,00	0,86
Silvicultura, caza y pesca	0,01	0,00	0,01	0,02	0,09	0,00	0,91
2. <i>Extracción de minas y canteras</i>	0,07	0,04	0,03	0,09	0,24	0,00	0,76
Petróleo crudo y gas natural	0,01	0,01	-0,01	0,02	0,21	0,00	0,79
Minerales metálicos y no metálicos	0,05	0,03	0,03	0,07	0,25	0,00	0,75
3. <i>Industrias manufactureras</i>	0,19	0,17	0,12	0,20	0,36	0,00	0,64
3.1 <i>Industrias alimenticias, bebidas y tabaco</i>	0,09	0,08	0,08	0,09	0,38	0,00	0,62
Carnes frescas y elaboradas	0,02	0,02	0,00	0,02	0,39	0,00	0,61
Productos lácteos	0,00	0,01	0,00	0,00	0,53	0,00	0,47
Productos de molinería y panadería	0,02	0,01	0,02	0,02	0,31	0,00	0,69
Azúcar y confitería	0,01	0,01	0,01	0,00	0,62	0,01	0,37
Productos alimenticios diversos	0,01	0,01	0,02	0,01	0,29	0,01	0,71
Bebidas	0,02	0,02	0,02	0,02	0,36	0,00	0,63
Tabaco elaborado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,10	0,00	0,90
3.2 <i>Otras industrias</i>	0,10	0,09	0,04	0,11	0,34	0,00	0,66
Textiles, prendas de vestir y productos de cuero	0,02	0,03	0,01	0,01	0,59	0,00	0,41
Madera y productos de madera	0,01	0,01	0,01	0,01	0,53	0,00	0,47
Papel y productos de papel	0,01	0,01	0,01	0,01	0,47	0,00	0,53
Substancias y productos químicos	0,01	0,01	0,01	0,01	0,35	0,00	0,64
Productos de refinación del petróleo	0,03	0,01	-0,02	0,05	0,07	0,00	0,93
Productos de minerales no metálicos	0,01	0,02	0,01	0,01	0,41	0,00	0,59
Productos básicos de metales	0,00	0,00	0,01	0,00	0,33	0,01	0,66
Productos metálicos, maquinaria y equipos	0,00	0,01	0,00	0,00	0,56	0,00	0,44
Productos manufacturados diversos	0,01	0,01	0,00	0,01	0,44	0,00	0,56
4. <i>Electricidad, gas y agua</i>	0,04	0,02	0,03	0,05	0,21	0,00	0,78
5. <i>Construcción y obras públicas</i>	0,03	0,04	0,02	0,03	0,51	0,00	0,49
6. <i>Comercio</i>	0,10	0,14	0,11	0,07	0,57	0,00	0,43
7. <i>Otros servicios</i>	0,31	0,38	0,58	0,26	0,48	0,01	0,51
8. <i>Servicios de la administración pública</i>	0,13	0,18	0,14	0,09	0,57	0,00	0,43
9. <i>Imputación bancaria</i>	-0,03	-0,04	-0,03	-0,02	0,57	0,00	0,43
Total	1,00	1,00	1,00	1,00	0,40	0,00	0,60

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia. (Participación porcentual calculada con base en el Cuadro 15-A).

Notas: VA=valor agregado; WW=salarios; IINS=impuestos indirectos netos subsidiados; EBE=excedente bruto de explotación

Cuadro 15-A. Cuadrante del valor agregado, 1995 (en miles de Bolivianos)

Rama/Producto	VA	WW	IINS	EBE
1. <i>Agricultura, silvicultura, caza y pesca</i>	4.789.906	799.130	1.121	3.989.655
Productos agrícolas no industriales	2.083.780	251.052	0	1.832.728
Productos agrícolas industriales	711.549	113.293	601	597.654
Coca	297.286	209.653	0	87.633
Productos pecuarios	1.372.805	196.943	0	1.175.862
Silvicultura, caza y pesca	324.487	28.189	519	295.778
2. <i>Extracción de minas y canteras</i>	1.944.878	468.031	2.546	1.474.302
Petróleo crudo y gas natural	386.553	82.316	-566	304.804
Minerales metálicos y no metálicos	1.558.325	385.716	3.111	1.169.498
3. <i>Industrias manufactureras</i>	5.392.740	1.930.701	11.412	3.450.627
3.1 <i>Industrias alimenticias, bebidas y tabaco</i>	2.441.919	919.949	7.408	1.514.562
Carnes frescas y elaboradas	670.963	259.808	483	410.672
Productos lácteos	130.542	68.619	218	61.705
Productos de molinería y panadería	449.366	137.736	1.616	310.014
Azúcar y confitería	222.765	138.368	1.380	83.017
Productos alimenticios diversos	293.805	84.123	1.719	207.963
Bebidas	618.668	225.774	1.852	391.042
Tabaco elaborado	55.811	5.522	140	50.149
3.2 <i>Otras industrias</i>	2.950.821	1.010.752	4.004	1.936.065
Textiles, prendas de vestir y productos de cuero	484.317	286.440	1.411	196.466
Madera y productos de madera	299.525	157.355	922	141.249
Papel y productos de papel	186.004	87.359	671	97.974
Substancias y productos químicos	235.344	83.044	744	151.556
Productos de refinación del petróleo	985.780	68.839	-1.697	918.637
Productos de minerales no metálicos	424.419	173.760	900	249.759
Productos básicos de metales	52.271	17.115	492	34.664
Productos metálicos, maquinaria y equipos	105.927	58.954	403	46.571
Productos manufacturados diversos	177.234	77.886	157	99.190
4. <i>Electricidad, gas y agua</i>	1.101.563	235.176	2.577	863.810
5. <i>Construcción y obras públicas</i>	955.008	488.631	2.217	464.160
6. <i>Comercio</i>	2.713.548	1.548.685	10.353	1.154.510
7. <i>Otros servicios</i>	8.764.559	4.244.719	56.426	4.463.414
8. <i>Servicios de la administración pública</i>	3.585.607	2.046.389	13.680	1.525.538
9. <i>Imputación bancaria</i>	-877.663	-500.903	-3.349	-373.412
Total	28.370.147	11.260.560	96.982	17.012.604

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia

Notas: VA=valor agregado; WW=salarios; IINS=impuestos indirectos netos subsidiados; EBE=excedente bruto de explotación

Cuadro 14. Cuadrante del valor agregado, 1990 (participación porcentual)

Rama/Producto	VA	WW	IINS	EBE	WW/VA	IINS/VA	EBE/VA
1. Agricultura, silvicultura, caza y pesca	0,17	0,04	0,00	0,19	0,15	0,00	0,85
Productos agrícolas no industriales	0,08	0,02	0,00	0,09	0,12	0,00	0,88
Productos agrícolas industriales	0,02	0,00	0,00	0,02	0,16	0,00	0,84
Coca	0,01	0,01	0,00	0,01	0,39	0,00	0,61
Productos pecuarios	0,05	0,01	0,00	0,06	0,14	0,00	0,86
Silvicultura, caza y pesca	0,01	0,00	0,00	0,01	0,09	0,00	0,91
2. Extracción de minas y canteras	0,11	0,04	0,00	0,12	0,18	0,00	0,81
Petróleo crudo y gas natural	0,05	0,01	0,00	0,05	0,16	0,00	0,83
Minerales metálicos y no metálicos	0,06	0,02	0,00	0,07	0,20	0,00	0,80
3. Industrias manufactureras	0,18	0,11	0,00	0,17	0,34	0,00	0,66
3.1 Industrias alimenticias, bebidas y tabaco	0,08	0,05	0,00	0,08	0,34	0,00	0,66
Carnes frescas y elaboradas	0,02	0,01	0,00	0,02	0,36	0,00	0,64
Productos lácteos	0,01	0,01	0,00	0,01	0,40	0,00	0,60
Productos de molinería y panadería	0,02	0,01	0,00	0,02	0,31	0,00	0,68
Azúcar y confitería	0,01	0,01	0,00	0,01	0,41	0,00	0,59
Productos alimenticios diversos	0,01	0,00	0,00	0,00	0,31	0,01	0,68
Bebidas	0,02	0,01	0,00	0,02	0,32	0,00	0,67
Tabaco elaborado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,12	0,00	0,88
3.2 Otras industrias	0,10	0,06	0,00	0,09	0,33	0,00	0,66
Textiles, prendas de vestir y productos de cuero	0,02	0,02	0,00	0,02	0,47	0,00	0,53
Madera y productos de madera	0,01	0,01	0,00	0,01	0,45	0,00	0,55
Papel y productos de papel	0,01	0,01	0,00	0,00	0,45	0,00	0,55
Sustancias y productos químicos	0,01	0,01	0,00	0,01	0,36	0,00	0,64
Productos de refinación del petróleo	0,03	0,01	0,00	0,04	0,11	0,00	0,89
Productos de minerales no metálicos	0,01	0,01	0,00	0,01	0,40	0,00	0,60
Productos básicos de metales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,40	0,01	0,59
Productos metálicos, maquinaria y equipo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,42	0,00	0,58
Productos manufacturados diversos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,41	0,00	0,59
4. Electricidad, gas y agua	0,02	0,01	0,00	0,02	0,22	0,00	0,77
5. Construcción y obras públicas	0,03	0,03	0,00	0,02	0,51	0,00	0,49
6. Comercio	0,10	0,05	0,00	0,09	0,30	0,01	0,69
7. Otros servicios	0,30	0,53	0,99	0,41	1,00	1,00	1,00
8. Servicios de la administración pública	0,11	0,19	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
9. Imputación bancaria	-0,02	0,00	0,00	-0,02	0,00	0,00	1,00
Total	1,00	1,00	1,00	1,00	0,56	0,30	0,73

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético. Elaboración propia. (Participación porcentual calculada con base en el Cuadro 14-A).

Notas: VA=valor agregado; WW=salarios; IINS=impuestos indirectos netos subsidiados; EBE=excedente bruto de explotación

Cuadro 14-A. Cuadrante del valor agregado, 1990 (en miles de Bolivianos)

Rama/Producto	VA	WW	IINS	EBE
1. <i>Agricultura, silvicultura, caza y pesca</i>	2.371.077	352.701	451	2.017.925
Productos agrícolas no industriales	1.112.167	133.493	0	978.674
Productos agrícolas industriales	231.168	37.135	165	193.867
Coca	195.108	75.573	0	119.536
Productos pecuarios	674.410	92.793	0	581.616
Silvicultura, caza y pesca	158.225	13.707	286	144.232
2. <i>Extracción de minas y canteras</i>	1.581.913	291.729	2.830	1.287.354
Petróleo crudo y gas natural	663.842	108.683	1.376	553.783
Minerales metálicos y no metálicos	918.071	183.046	1.454	733.571
3. <i>Industrias manufactureras</i>	2.619.623	885.621	7.381	1.726.620
3.1 <i>Industrias alimenticias, bebidas y tabaco</i>	1.189.163	406.973	2.976	779.215
Carnes frescas y elaboradas	262.001	94.349	175	167.477
Productos lácteos	121.673	48.901	183	72.589
Productos de molinería y panadería	270.780	84.522	916	185.342
Azúcar y confitería	127.604	52.193	338	75.073
Productos alimenticios diversos	72.646	22.855	479	49.312
Bebidas	313.373	101.662	829	210.882
Tabaco elaborado	21.087	2.491	56	18.540
3.2 <i>Otras industrias</i>	1.430.460	478.649	4.406	947.405
Textiles, prendas de vestir y productos de cuero	306.791	142.948	773	163.070
Madera y productos de madera	181.317	81.652	458	99.207
Papel y productos de papel	90.984	40.934	322	49.728
Substancias y productos químicos	133.876	48.177	407	85.293
Productos de refinación del petróleo	417.478	44.173	1.454	371.851
Productos de minerales no metálicos	158.336	62.810	359	95.167
Productos básicos de metales	39.947	16.022	446	23.479
Productos metálicos, maquinaria y equipo	52.696	22.058	148	30.490
Productos manufacturados diversos	49.035	19.876	39	29.120
4. <i>Electricidad, gas y agua</i>	248.417	55.802	559	192.055
5. <i>Construcción y obras públicas</i>	474.022	240.227	1.144	232.651
6. <i>Comercio</i>	1.370.940	411.207	11.455	948.278
7. <i>Otros servicios</i>	4.197.815	4.197.815	4.197.815	4.197.815
8. <i>Servicios de la administración pública</i>	1.552.659	1.552.659	0	0
9. <i>Imputación bancaria</i>	-253.048	0	0	-253.048
Total	14.163.419	7.987.762	4.221.637	10.349.651

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético
Elaboración propia

Notas: VA=valor agregado; ww=salarios; IINS=impuestos indirectos netos subsidiados; EBE=excedente bruto de explotación

Cuadro 16. Cuadrante del valor agregado, 1997 (en miles de Bolivianos y participación porcentual)

Rama/Producto	VAB	VAB
1. <i>Agricultura, silvicultura, caza y pesca</i>	6.227.790	0,17
Productos agrícolas no industriales	2.631.757	0,07
Productos agrícolas industriales	1.241.556	0,03
Coca	380.003	0,01
Productos pecuarios	1.574.025	0,04
Silvicultura, caza y pesca	400.449	0,01
2. <i>Extracción de minas y canteras</i>	2.165.480	0,06
Petróleo crudo y gas natural	524.460	0,01
Minerales metálicos y no metálicos	1.641.021	0,05
3. <i>Industrias manufactureras</i>	6.261.477	0,17
3.1 <i>Industrias alimenticias, bebidas y tabaco</i>	3.150.777	0,09
Carnes frescas y elaboradas	953.272	0,03
Productos lácteos	254.032	0,01
Productos de molinería y panadería	735.764	0,02
Azúcar y confitería	56.200	0,00
Productos alimenticios diversos	406.399	0,01
Bebidas	682.939	0,02
Tabaco elaborado	62.172	0,00
3.2 <i>Otras industrias</i>	3.110.700	0,09
Textiles, prendas de vestir y productos de cuero	611.757	0,02
Madera y productos de madera	358.531	0,01
Papel y productos de papel	202.018	0,01
Substancias y productos químicos	279.160	0,01
Productos de refinación del petróleo	872.250	0,02
Productos de minerales no metálicos	503.396	0,01
Productos básicos de metales	135.962	0,00
Productos metálicos, maquinaria y equipos	96.137	0,00
Productos manufacturados diversos	51.489	0,00
4. <i>Electricidad, gas y agua</i>	1.222.601	0,03
5. <i>Construcción y obras públicas</i>	1.182.882	0,03
6. <i>Comercio</i>	3.344.420	0,09
7. <i>Otros servicios</i>	12.672.565	0,35
8. <i>Servicios de la administración pública</i>	4.668.685	0,13
9. <i>Imputación bancaria</i>	-1.684.150	-0,05
Total	36.061.750	1,00

Fuente: Información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en medio magnético.
Elaboración propia

Nota: VAB= valor agregado bruto

Cuadro 17. Estructura y evolución de la población ocupada por rama de actividad, 1989, 1992, 1995 y 1997

	1989		1992		1995		1997		Tasa media de crecimiento anual			
		%		%		%		%	1989-1992	1992-1995	1995-1997	
Industria manufacturera	111.249	12,91	199.005	19,61	231.191	18,41	264.777	19,86	15,86	5,8	4,7	
Construcción	56.406	6,54	94.325	9,29	106.497	8,48	117.982	8,85	14,02	4,7	3,5	
Transporte y comunicaciones	65.403	7,59	72.423	7,14	94.977	7,56	115.410	8,66	2,78	10,49	6,7	
Comercio, restaurantes y hoteles	249.516	28,94	294.419	29,01	420.436	33,48	396.208	29,72	4,51	13,79	-2,0	
Servicios sociales y comunales	319.600	37,07	266.851	26,29	302.529	24,09	322.783	24,21	-4,92	4,86	2,2	
Otras ramas	59.879	6,95	87.860	8,66	100.154	7,98	116.162	8,71	10,46	5,07	5,1	
Total	862.053	100	1.014.883	100	1.255.784	100	1.333.322	100	4,45	8,24	2,1	

Fuente: Arze y Maita (1999)

Este libro se terminó de imprimir en el mes de noviembre de 2001,
en los Talleres de Editorial Offset Boliviana Ltda. "EDOBOL".
Calle Abdón Saavedra N° 2101 • Telfs.: 241-04 48 • 241-2282 • 241-5437
Fax: 242-3024 • Casilla 10495
La Paz - Bolivia

