

**15, 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE DE 2021**

## **CONSTRUCCIÓN DE MATRIZ DE COMPETITIVIDAD PARA MEDIR EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE EMPRESAS DEL SECTOR DEL PARTIDO DE LA MATANZA**

**Rodriguez, María Soledad<sup>1</sup>, Novellino, Hilda<sup>2</sup>, Potenzoni, Micaela<sup>3</sup>, Cacciatori, Elian<sup>4</sup>, Insúa Rossi, Johanna<sup>5</sup>, Orellana, Camila<sup>6</sup>**

Instituto de Investigaciones de Ingeniería Industrial, Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

<sup>1</sup> solerodriguezbianchi@gmail.com, <sup>2</sup> novellinohilda@gmail.com, <sup>3</sup> mica.potenzoni@gmail.com, <sup>4</sup> eliancacciatori@gmail.com, <sup>5</sup> jinsuarossi@hotmail.com, <sup>6</sup> orellanacamila1@outlook.com

### **RESUMEN**

La evolución positiva del desempeño exportador de un país, región o sector determinado está relacionada con la competitividad de las exportaciones en términos de la integración dinámica de países y productos a mercados internacionales (Dussel, E.; 2001). La Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL) desarrolló el método de Análisis de Competitividad de las Naciones (CAN) como instrumento de medición de la competitividad internacional.

El objetivo de la presente investigación consiste, por tanto, en la construcción de una matriz de competitividad que vincule condiciones de oferta y demanda en un mismo análisis de inserción internacional con el fin de resumir la situación competitiva del sector analizado en un período y un mercado de destino dados.

De esta manera, evaluando la ubicación de cada producto y mercado de destino en la matriz, podremos identificar el grado de competitividad del sector analizado para cada una de las subpartidas arancelarias en el período estudiado. Este tipo de información nos permite realizar recomendaciones de política comercial internacional que resultan estratégicas para los tomadores de decisiones en el área de políticas públicas de comercio exterior.

**Palabras Clave:** *Competitividad, PyMEs, Exportaciones, Indicadores*

### **1. INTRODUCCIÓN**

El concepto de Competitividad internacional inicia con la teoría clásica del comercio internacional, que planteaba que la principal ventaja entre un agente económico y otro es el diferencial de costos, entendido como una ventaja absoluta que requería de la especialización para obtener mayores ganancias. Posteriormente, David Ricardo analiza los costos relativos para explicar las ventajas comparativas entre los países que participan del comercio internacional.

Por otro lado, Michael Porter (1991), enuncia que “la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y perfeccionarse”. Más recientemente, el argumento que ha

**15, 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE DE 2021**

ganado partidarios es que la competitividad es impulsada por las políticas gubernamentales. Por último, desde la perspectiva de las nuevas teorías del comercio internacional, la ventaja competitiva de una nación debe reflejar una noción enriquecida de la competencia que incluya a mercados segmentados, productos diferenciados, diferencias tecnológicas y economías de escala.

La comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) define a "la competitividad como la capacidad que tiene un país para sostener y expandir su participación en los mercados internacionales, y elevar simultáneamente el nivel de vida de su población." Esta organización ha desarrollado un método de medición de la Competitividad Internacional conocido como Análisis de Competitividad de las Naciones (CAN). El CAN es una herramienta de análisis de competitividad asociada a la capacidad de las exportaciones de un país de aumentar su participación en el mercado mundial. Una industria gana competitividad si su participación en el comercio mundial aumenta, y es mayor aún si este aumento se realiza en sectores donde la demanda por estos productos es dinámica en el mercado receptor.

El CAN parte de indicadores elaborados mediante estadísticas del comercio exterior de bienes de la Organización de las Naciones Unidas, a saber: competitividad, dinamismo, estructura de comercio y especialización. Dichos indicadores dan lugar a la construcción de una matriz de competitividad que resume la situación competitiva del país en un período y un mercado de destino dados. En base a los diferentes aportes teóricos en materia de competitividad y utilizando los indicadores diseñados por la CEPAL en la CAN, se ha diseñado una matriz propia para medir el desempeño exportador del Partido de La Matanza. A tal fin, se analizaron las cinco subpartidas arancelarias con mayor volumen de exportación de empresas PyMES del sector, utilizando la matriz de competitividad para estudiar la situación en el año 2009 y el año 2016. De esta manera, se puede identificar el grado de competitividad del sector analizado para cada una de las subpartidas arancelarias en el período estudiado y su evolución en el tiempo.

## 2. METODOLOGÍA

Con el fin de analizar la competitividad internacional del sector Pyme del Partido de la Matanza, se seleccionaron las posiciones arancelarias de mayor volumen exportado en valor FOB por el Partido en el período analizado (2009-2016), las cuales concentran el 31% del total exportado por el sector, tal como muestra la Tabla 1 debajo.

**15, 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE DE 2021**

Tabla 1. Principales posiciones arancelarias exportadas por PyMES del partido de La Matanza

POSICIONES	DESCRIPCIÓN	TOTAL 2009-2016 (FOB usd)
48.02.55.99.900.K	PAPEL Y CARTÓN	183.511.903
68.09.11.00.000.X	PLACAS DE YESO	83.498.874
84.87.90.00.100.Y	ANILLOS DE ESTANQUEIDAD	60.924.733
90.28.10.90.100.A	CONTADORES DE GAS	54.399.463
38.08.91.97.100.M	INSECTICIDAS	31.853.990

Para el análisis se confeccionará la matriz de competitividad a partir de algunos de los indicadores utilizados en la herramienta CAN desarrollada por la CEPAL. La matriz se adaptó al caso de estudio dadas las particularidades del sector PyME analizado y la representatividad de sus exportaciones en el mercado internacional. La matriz de competitividad está compuesta por los indicadores Dinamismo en el Eje X y Competitividad en el Eje Y, siendo sus valores mínimos "0" y sus valores máximos "1".

## 2.1. Indicador Dinamismo

El dinamismo se refiere a la evolución de la participación de las importaciones de un determinado sector (o producto) respecto a las importaciones totales. Se calcula a través de la siguiente fórmula:

$$PS_i = \frac{M_{i\text{mundial}}}{M_{\text{mundial}}} \quad (1)$$

Dónde:

- PSi= participación del sector en el mercado mundial.
- Mi mundial= importaciones mundiales de un determinado producto.
- M mundial= total de importaciones mundiales.

Teniendo en cuenta que el sector que se está analizando es muy pequeño en cuanto a volumen de exportaciones / importaciones frente al total de las Importaciones mundiales, se adaptó el indicador para que sea más representativo del sector analizado. En consecuencia, se calcula a través de la siguiente fórmula:

$$PS_i = \frac{M_{i\text{sector}}}{M_{\text{sector}}} \quad (2)$$

Dónde:

- PSi= participación del sector en el mercado del país analizado
- Mi sector= importaciones de un determinado producto en el país analizado.
- M sector= total de importaciones del país analizado.

**15, 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE DE 2021**

## 2.2. Indicador Competitividad

La competitividad está relacionada con la capacidad de ampliar la participación en el mercado mundial respecto a los demás países exportadores. Tiene un estrecho vínculo con el desempeño exportador. Se puede calcular para cada producto o para el conjunto del comercio. Se calcula por medio del indicador “participación de mercado”, que se evidencia a partir de la siguiente fórmula:

$$PM_{ij} = \frac{X_{ij}}{M_{i\text{ mundial}}} \quad (3)$$

Dónde:

- $PM_{ij}$ = participación del mercado mundial del producto analizado.
- $X_{ij}$ = exportaciones de un determinado producto de un sector determinado
- $M_{i\text{ mundial}}$ = importaciones mundiales de un determinado producto.

El aumento en la participación de mercado en un período dado significa un incremento de la competitividad y viceversa.

Teniendo en cuenta que el sector que se está analizando es muy pequeño frente a las Importaciones mundiales, se adaptó el indicador para que sea más representativo del sector analizado. Por ende, se calcula a través de la siguiente fórmula:

$$PM_i = \frac{X_{ij}}{M_{i\text{ sector}}} \quad (4)$$

Dónde:

- $PM_i$ = participación del mercado del producto analizado.
- $X_{ij}$ = exportaciones de un determinado producto de empresas del partido de La Matanza
- $M_{i\text{ sector}}$ = importaciones de un determinado producto en el país analizado.

## 2.3. Matriz de competitividad

Para la construcción de la matriz de competitividad, se utilizan los dos indicadores anteriormente mencionados: competitividad en el eje horizontal y dinamismo en el eje vertical. Con estos datos, se clasifican los mercados de exportación tal como indica el gráfico a continuación. La descripción de cada cuadrante se detalla en el Anexo I.

**15, 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE DE 2021**

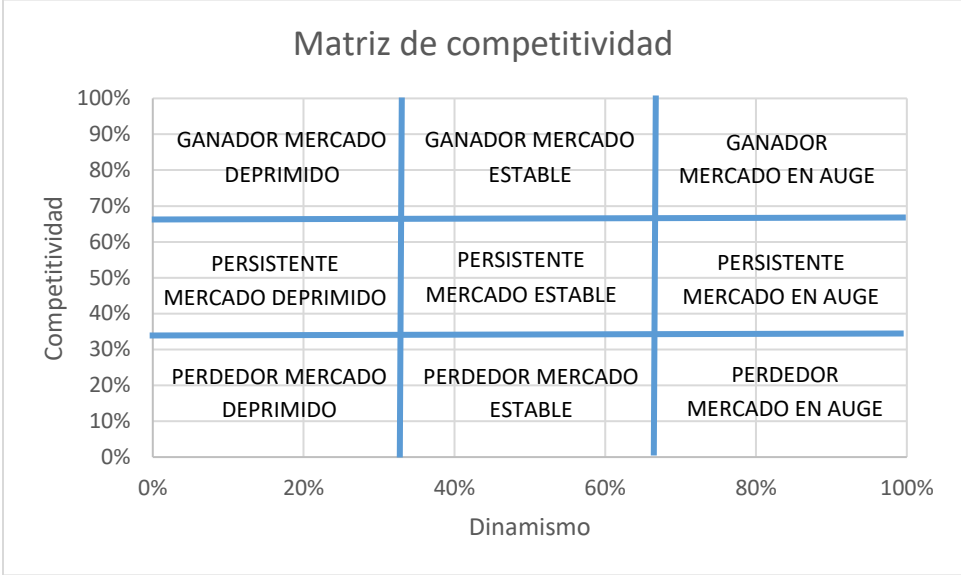


Gráfico 1: Secciones de la matriz de competitividad. Fuente: Elaboración propia en base Ramírez y Morales, Revista GCG Georgetown University Universia (2018).

Los casos que se analizaron en el presente informe exhiben valores del indicador Dinamismo muy bajos, por lo cual se utilizan distintas escalas para los ejes de Competitividad (X) y Dinamismo (Y) para que se puedan identificar visualmente con mayor facilidad la ubicación y evolución de cada destino en los períodos estudiados.

**2.4. Obtención de datos**

Para la elaboración de los indicadores que conforman la matriz de competitividad se analizaron los cinco principales países destino para cada una de las subpartidas arancelarias mencionadas en términos de volumen exportado y se calcularon los valores de dinamismo y competitividad para cada país destino.

En primer lugar, se extrajeron los datos de entrada para la confección de los indicadores:

- Para obtener los datos de exportaciones del sector se utilizó la herramienta NOSIS EXPLORER, la cual permite obtener los datos a nivel de subpartida arancelaria (6 dígitos).
- Para obtener la información de las importaciones de la subpartida e importaciones totales se utilizó la herramienta Trade Map del International Trade Centre (ITC).

**15, 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE DE 2021**

### 3. RESULTADOS

A continuación, se expondrán los resultados obtenidos y las matrices confeccionadas para cada subpartida arancelaria para los años 2009 y 2016:

#### 3.1. Subpartida 48.02.55 (papel y cartón)

La subpartida arancelaria 48.02.55 que corresponde a papel y cartón de peso superior o igual a 40 g/m<sup>2</sup> pero inferior o igual a 150 g/m<sup>2</sup>, en bobinas (rollos) es la principal subpartida arancelaria exportada por las empresas de la muestra analizada.

Tabla 2. Resultado de indicadores (subpartida 48.02.55)

DESCRIPCIÓN	PAÍSES	2009	2016
<b>DINAMISMO</b>	Brasil	0,03%	0,01%
	Chile	0,10%	0,09%
	Nigeria	0,17%	0,07%
	Paraguay	0,09%	0,10%
	Bolivia	0,20%	0,12%
<b>COMPETITIVIDAD</b>	Brasil	11,85%	5,25%
	Chile	6,56%	0,00%
	Nigeria	4,11%	0,00%
	Paraguay	17,98%	0,73%
	Bolivia	11,67%	1,08%

Tal como se indica en la tabla, los valores del indicador de dinamismo son bajos, esto indica que los montos de importación de este bien son muy bajos en relación a las importaciones totales de cada país, a pesar de que sea la posición más exportada por el sector. Esto se debe en gran medida a que no se trata de un producto de gran valor agregado con baja participación respecto de las importaciones totales del país analizado. Asimismo, analizando la evolución entre los años 2009 y 2016 se puede observar que los montos se mantienen estables mostrando una leve disminución hacia el año 2016.

En tanto al indicador de competitividad, en el año 2009 las exportaciones del Partido de La Matanza representaban un buen porcentaje de participación para Paraguay, sin embargo, en el año 2016 la participación del sector se redujo a menos del 1%. Analizando el caso de Brasil, también se redujo la participación del sector pasando de un 12% a un 5% para el año 2016. En el año 2016 se dejó de exportar a Chile y Nigeria.

**15, 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE DE 2021**

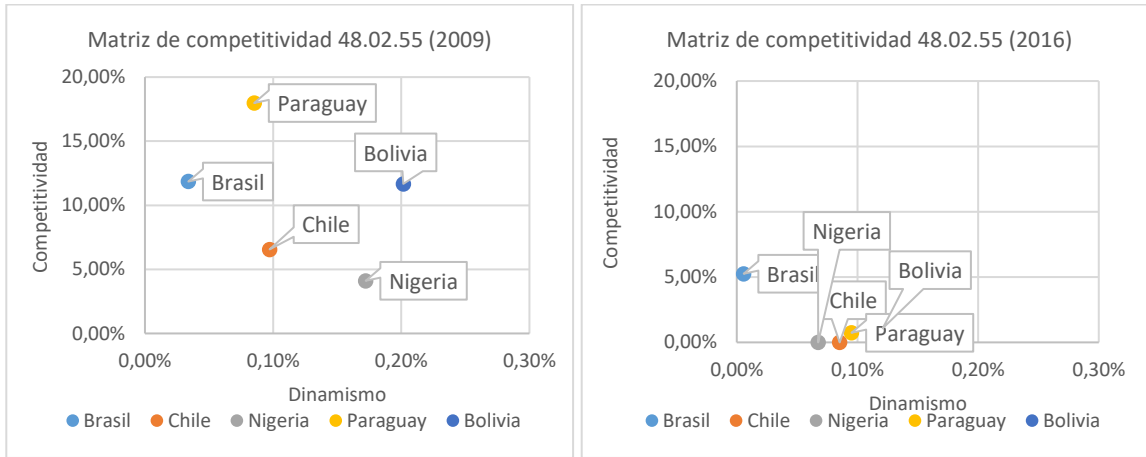


Gráfico 2: Matriz de competitividad 48.02.55 (2009 y 2016). Fuente: Elaboración propia

Todos los destinos de exportación para este año se encuentran dentro del cuadrante PERDEDOR EN MERCADO DEPRIMIDO, esto significa que el sector no es competitivo en estos destinos de exportación para este tipo de productos. También indica que el mercado de estos productos no resulta muy dinámico, por lo cual no sería conveniente invertir esfuerzos en ganar competitividad en este tipo de mercado. La misma tendencia se observa para el año 2016, con la diferencia de que, para este año, la presencia en el mercado bajó muchísimo con respecto a 2009.

**3.2. Subpartida 68.09.11 (placas de yeso)**

La subpartida arancelaria 68.09.11 que representa placas, hojas, paneles, losetas de yeso revestidos o reforzados exclusivamente con papel o cartón es la segunda posición más exportada por el sector en el período analizado.

Tabla 3. Resultado de indicadores (subpartida 68.09.11)

DESCRIPCIÓN	PAÍSES	2009	2016
<b>DINAMISMO</b>	Brasil	0,00%	0,00%
	Chile	0,03%	0,03%
	Paraguay	0,01%	0,03%
	Bolivia	0,02%	0,04%
	Uruguay	0,03%	0,09%
<b>COMPETITIVIDAD</b>	Brasil	88,63%	0,00%
	Chile	0,16%	0,00%
	Paraguay	35,11%	30,40%
	Bolivia	21,44%	16,73%
	Uruguay	31,99%	28,11%

En este caso los valores del indicador Dinamismo son realmente muy bajos, no pudiendo llegar al 0,1% de las importaciones totales en los distintos países de destino analizados. Se puede observar

**15, 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE DE 2021**

que para el año 2016 aumentó levemente la importación de esta subpartida, pero aún con valores muy bajos.

En tanto al indicador de competitividad, se registran valores altos de participación del sector en las importaciones. Para el caso de Brasil, en 2009 el 88,63% de las importaciones de este bien provinieron de empresas del sector estudiado. Sin embargo, para el año 2016 perdió la total participación del mercado. En los casos de Paraguay, Bolivia y Uruguay el porcentaje de participación del sector osciló entre un 20% y un 35% para el año 2009 y fue levemente menor en el año 2016 para los tres casos. La participación del sector en Chile fue muy baja en 2009 y nula en 2016.

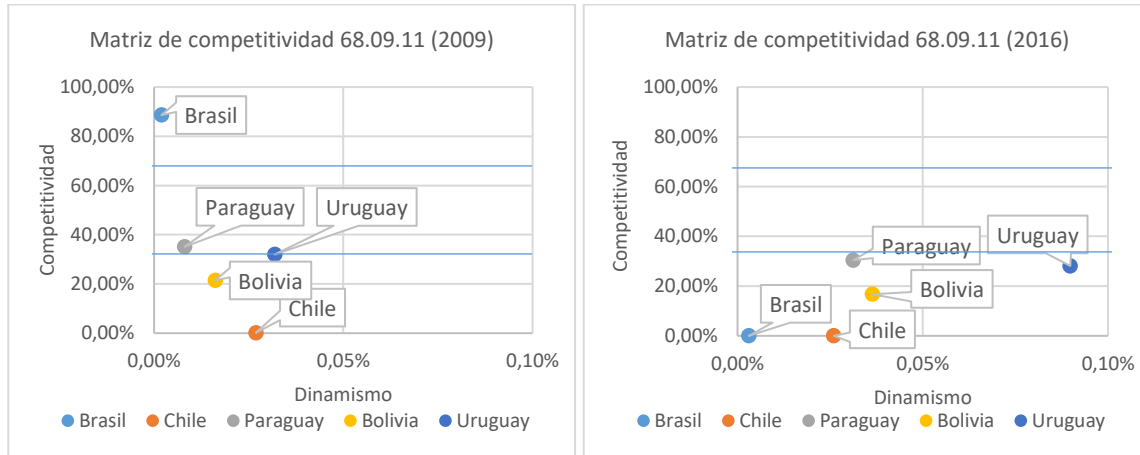


Gráfico 3: Matriz de competitividad 68.09.11 (2009 y 2016). Fuente: Elaboración propia

Para este caso, Brasil se encuentra en el cuadrante GANADOR EN MERCADO DEPRIMIDO, lo cual indica que, si bien el sector concentra casi la totalidad de las importaciones de Brasil de este producto, no se trata de un mercado dinámico. El resto de los destinos se encuentran en el cuadrante PERDEDOR EN MERCADO DEPRIMIDO. Uruguay y Paraguay están casi en el límite del siguiente cuadrante, lo cual indica que el sector trata de aumentar su competitividad en un mercado decreciente, pero no lo logra. En este caso, para el año 2016, el dinamismo creció levemente, pero la competitividad se mantuvo estable. Sin embargo, el sector perdió toda la presencia que se tenía en el mercado de Brasil.

**3.3. Subpartida 84.87.90 (anillos de estanqueidad)**

La subpartida arancelaria 84.87.90 que representa Anillos de estanqueidad (reten) es la tercera posición más exportada por el sector en el período analizado.



**15, 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE DE 2021**

Tabla 4. Resultado de indicadores (subpartida 84.87.90)

DESCRIPCIÓN	PAÍSES	2009	2016
DINAMISMO	Brasil	0,01%	0,01%
	Chile	0,07%	0,06%
	Paraguay	0,03%	0,01%
	China	0,02%	0,04%
	Uruguay	0,02%	0,01%
COMPETITIVIDAD	Brasil	29,04%	7,51%
	Chile	0,07%	0,00%
	Paraguay	5,53%	1,07%
	China	0,14%	0,00%
	Uruguay	8,21%	0,97%

En este caso, nuevamente los valores del indicador Dinamismo son muy bajos, no pudiendo llegar al 0,1% de las importaciones totales de los distintos países destino.

En tanto al indicador de competitividad, se registran valores medianamente altos de participación para Brasil, casi un 30% para el año 2009 pero esta subpartida perdió presencia en el mercado ya que en 2016 dicho porcentaje se redujo a 7,51%. En el caso de Chile y China, los porcentajes de participación son muy bajos para 2009 y en 2016 no hubo exportación hacia esos destinos.

En el caso de Paraguay y Uruguay, los porcentajes de participación para el año 2009 fueron entre un 5% y un 8% pero en ambos casos se redujeron a un 1% para el año 2016.

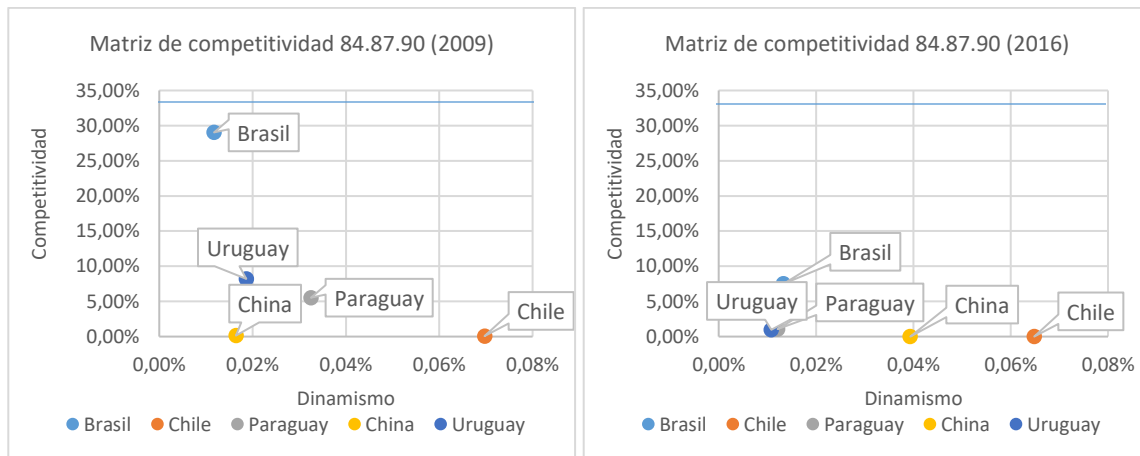


Gráfico 4: Matriz de competitividad 84.87.90 (2009 y 2016). Fuente: Elaboración propia

En este caso se da una situación similar a la del caso del papel y cartón, ya que todos los destinos se encuentran en el cuadrante inferior izquierdo para ambos años (PERDEDOR EN MERCADO)

**15, 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE DE 2021**

DEPRIMIDO), indicando que no se trata de un mercado en donde convenga realizar esfuerzos para posicionarse como principal proveedor de estos productos en dichos destinos.

### 3.4. Subpartida 90.28.10 (contadores de gas)

La subpartida arancelaria 90.28.10 que representa Contadores de gas a diafragma, de hasta 6 m<sup>3</sup>/h es la cuarta posición más exportada por el sector en el período analizado.

Tabla 5. Resultado de indicadores (subpartida 90.28.10)

DESCRIPCIÓN	PAÍSES	2009	2016
DINAMISMO	Brasil	0,01%	0,01%
	Chile	0,00%	0,01%
	Bolivia	0,06%	0,17%
	México	0,00%	0,00%
	Perú	0,01%	0,01%
COMPETITIVIDAD	Brasil	20,14%	0,00%
	Chile	58,65%	0,00%
	Bolivia	16,37%	3,58%
	México	4,89%	0,00%
	Perú	6,90%	0,00%

Para el caso de los contadores de gas, los valores de dinamismo nuevamente son muy bajos para ambos períodos analizados. En tanto al indicador de competitividad, se registran valores considerables de participación del mercado para Brasil, casi un 20% para el año 2009 pero no se mantuvo dicha participación ya que en 2016 no se exportó a ese destino.

El país en el que se logró un mayor porcentaje de participación de mercado fue Chile con casi un 60% para el año 2009 pero, al igual de lo que ocurrió para el caso de Brasil, no se continuó exportando a dicho destino y se perdió ese gran porcentaje de participación del mercado.

En el caso de México y Perú los valores de participación de mercado no fueron muy altos para 2009 y en 2016 fue nulo. El único país destino con el que se pudo mantener la relación comercial fue Bolivia, representando para dicho destino un 16% de la participación en 2009 y un 3,58% en 2016.

**15, 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE DE 2021**

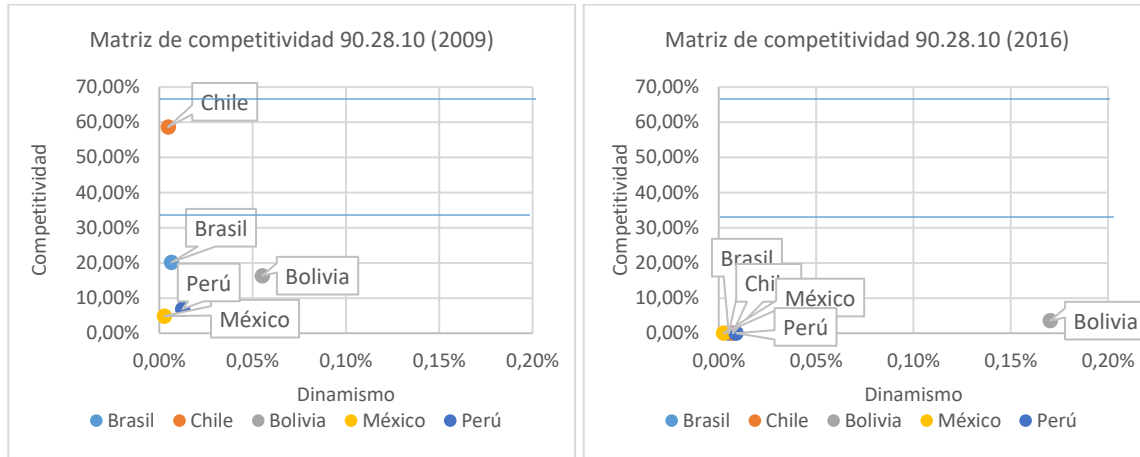


Gráfico 5: Matriz de competitividad 90.28.10 (2009 y 2016). Fuente: Elaboración propia

En el caso de los contadores de gas podemos observar que, para 2009 Chile como destino de exportación, estaba ubicado dentro del cuadrante PERSISTENTE EN MERCADO DEPRIMIDO, ya que el sector cubría el 60% de las importaciones del país. En 2016 el sector dejó de exportar y el producto en todos los destinos se encontró posicionado en la situación más desfavorable dentro del cuadrante PERDEDOR EN MERCADO DEPRIMIDO.

**3.5. Subpartida 38.08.91 (insecticidas)**

La subpartida arancelaria 38.08.91 que representa Insecticidas a base de aceite mineral es la quinta posición más exportada por el sector en el período analizado.

Tabla 6. Resultado de indicadores (subpartida 38.08.91)

DESCRIPCIÓN	PAÍSES	2009	2016
DINAMISMO	Brasil	0,33%	0,70%
	Chile	0,14%	0,14%
	Uruguay	0,33%	0,36%
	Perú	0,15%	0,19%
	Costa Rica	0,13%	0,29%
COMPETITIVIDAD	Brasil	0,30%	0,19%
	Chile	0,21%	0,22%
	Uruguay	1,71%	1,05%
	Perú	0,09%	0,48%
	Costa Rica	0,20%	0,00%

Para el caso de los insecticidas, si bien los valores del indicador Dinamismo son bajos, son los más altos de todos los casos analizados y se puede observar que para todos los países aumentó el porcentaje para el año 2016 en comparación al año 2009.

**15, 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE DE 2021**

En tanto al indicador de competitividad, los valores de participación de mercado son muy bajos para todos los países destino. Sin embargo, esta subpartida arancelaria se trata de uno de los pocos casos en donde, salvo en el caso de Costa Rica, se mantuvieron exportando las empresas del sector a los distintos destinos montos mayores en valor FOB entre ambos períodos analizados.

Esta subpartida arancelaria es la más dinámica dentro de las no dinámicas para los países seleccionados. Sin embargo, la participación del sector es muy baja. Es aquí donde consideramos se deberían poner los esfuerzos en ganar participación de mercado y de esta manera aumentar la competitividad del sector analizado.

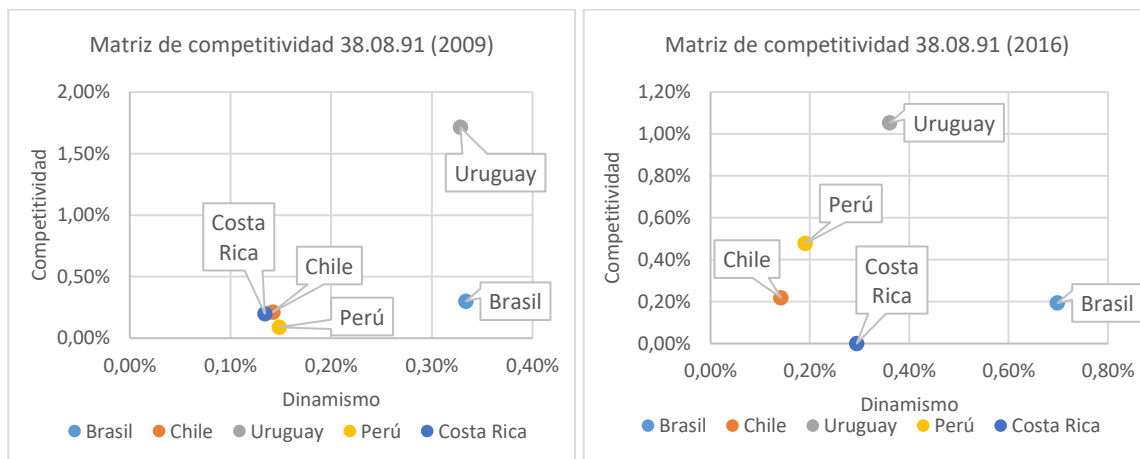


Gráfico 6: Matriz de competitividad 38.08.91 (2009 y 2016). Fuente: Elaboración propia

Como se mencionó anteriormente, este es el mercado más dinámico de todos los analizados. Sin embargo, para todos los destinos el sector cuenta con poca participación. Esto indica que es en este mercado en donde habría que invertir esfuerzos para poder posicionarse como principal proveedor.

**4. CONCLUSIONES**

A partir del análisis realizado, se puede observar que las empresas del sector tienen mayor participación de mercado para aquellas subpartidas arancelarias cuyos mercados son menos dinámicos en los destinos de exportación analizados. Una de las posibles variables explicativas de este resultado consiste en el bajo valor agregado de los productos exportados bajo las subpartidas arancelarias objeto de estudio. Asimismo, el indicador Dinamismo siempre va a arrojar un resultado no significativo si los productos no representan un alto volumen de importaciones respecto del total del país analizado, por ejemplo, si el país tiene producción local o la demanda de dicho producto no es significativa respecto de resto de los productos importados.

**15, 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE DE 2021**

Por otro lado, también se observó que en la gran mayoría de los casos el sector ha perdido participación de mercado, al analizar la evolución entre 2009 y 2016 de los resultados del indicador de competitividad.

Resulta de vital importancia analizar en qué destinos es conveniente invertir esfuerzos para ganar mayor participación en ese mercado, teniendo en cuenta si se trata de un sector dinámico, qué porcentaje de participación representan las exportaciones del sector con respecto a la competencia, entre otros factores. Es importante, en cuánto al dinamismo, observar la evolución a través de los años para ver si el mercado es dinámico para el producto en cuestión y puede generar un aumento en las exportaciones a través del tiempo.

## 5. REFERENCIAS

- [1] Dussel, Enrique. Un análisis de la competitividad de las exportaciones de prendas de vestir de Centroamérica utilizando los programas y la metodología CAN y MAGIC. Serie Estudios y Perspectivas, CEPAL, México (2001)
- [2] Máttar, Jorge. "Desempeño exportador y competitividad internacional: algunos ejercicios CAN para México". Comercio exterior 46. (págs. 193-202). (1996)
- [3] Porter, Michael. "La ventaja competitiva de las naciones" (1991).
- [4] Fajnzylber, Fernando "Competitividad internacional: evolución y lecciones" (1988), Revista de la CEPAL 36, págs. 1-24, Santiago de Chile, disponible en <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/38040> .
- [5] Smith, A. "La riqueza de las naciones" (1776), Alianza Editorial.
- [6] Ramírez, W., Morales, C. "Análisis de la competitividad exportadora de los principales productos exportados por Chile y Perú". Revista GCG Georgetown University Universia. vol. 12 - núm. 2 – págs. 38-56 (2018).
- [7] Serra, D., Rodríguez, M., Novellino, H., Potenzoni, M., Carnuccio, J., Gerez, J., & Mariño, G. Competitividad internacional y performance exportadora. AACINI - Revista Internacional De Ingeniería Industrial, (1), 46-59 (2020). Recuperado a partir de: <http://www3.fi.mdp.edu.ar/otec/revista/index.php/AACINI-RIII/article/view/9>.

**15, 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE DE 2021**

## ANEXO I

La matriz de competitividad clasifica los mercados de exportación según su ubicación en el gráfico. A continuación, se detalla la descripción de todos los cuadrantes de la matriz:

- Ganador en mercado deprimido: El sector gana competitividad en un mercado con evolución decreciente.
- Ganador en mercado estable: El sector gana competitividad en un mercado que su evolución en el tiempo es constante.
- Ganador en mercado en auge: El sector gana competitividad en un mercado con evolución creciente (cuadrante de mayor competitividad).
- Persistente en mercado deprimido: El sector trata de aumentar su competitividad en un mercado decreciente, pero no lo logra.
- Persistente en mercado estable: El sector trata de aumentar su competitividad en un mercado que su evolución en el tiempo es constante, pero no lo logra.
- Persistente en mercado en auge: El sector trata de aumentar su competitividad en un mercado con evolución creciente, pero no lo logra.
- Perdedor en mercado deprimido: El sector pierde competitividad en un mercado con evolución decreciente (cuadrante de peor competitividad).
- Perdedor en mercado estable: El sector pierde competitividad en un mercado con evolución constante.
- Perdedor en mercado en auge: El sector pierde competitividad en un mercado con evolución creciente.