



ALADI

Asociación Latinoamericana
de Integración
Associação Latino-Americana
de Integração

Estudios Sectoriales

Electrónica de Consumo

**ALADI/SEC/Estudio 94
20 de agosto de 1996**

Secretaría General

INDICE

	Pag.
INTRODUCCIÓN	5
I - ANTECEDENTES Y ALCANCE DEL ESTUDIO	7
II - EL COMERCIO DE PRODUCTOS ELECTRÓNICOS DE CONSUMO	9
1. Análisis general del comercio	9
2. Evolución del sector en los últimos años	10
3. El comercio por grupos de productos	12
4. El comercio de los países	21
4.1. Argentina	21
4.2. Bolivia	25
4.3. Brasil	26
4.4. Colombia	30
4.5. Chile	33
4.6. Ecuador	35
4.7. México	36
4.8. Paraguay	40
4.9. Perú	41
4.10. Uruguay	43
4.11. Venezuela	44
5. Resumen del comercio regional de las principales partidas seleccionadas	46
III - EL COMERCIO DE HORNOS DE MICROONDAS	49
IV - PREFERENCIAS OTORGADAS Y ARANCELES VIGENTES	51

V - CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
ANEXOS	61
ANEXO ESTADÍSTICO	67

INTRODUCCIÓN

El presente estudio analiza diversos aspectos del comercio regional de bienes electrónicos de consumo y está dirigido a los operadores económicos y autoridades nacionales relacionados con el sector.

El objetivo central del mismo es despertar iniciativas que vayan al encuentro de aprovechar las oportunidades comerciales que se presentan para el desarrollo de la industria del sector. Señalándose con ese propósito la pertinencia de acciones coordinadas de investigación, complementación y especialización productiva dentro del área.

El informe contiene cinco Capítulos. El primero trata sobre aspectos generales del sector y el alcance del estudio; el segundo analiza los aspectos más resaltantes del comercio propiamente dicho desde los puntos de vista comunitario y nacional; el tercero versa exclusivamente sobre el intercambio que existe en el área de hornos de microondas, producto que fue incluido en el informe a solicitud expresa de los empresarios; el cuarto proporciona información sobre las preferencias pactadas por los países en el marco del TM80 y, asimismo, sobre los aranceles nacionales vigentes a la fecha; finalmente, el quinto, presenta las conclusiones y recomendaciones que se desprenden del estudio.

Forman parte del estudio cuatro unidades de soporte magnético, las cuales contienen la información desagregada de las preferencias comerciales y los aranceles nacionales de los países.

Con objeto de hacer mas fluida la lectura, los cuadros de información estadística en los que se sustenta el estudio se anexan al final del texto.

La información disponible en la Secretaría General fue proporcionada oficialmente por las siguientes entidades de los países miembros:

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) de Argentina.
- Instituto Nacional de Estadística (INE) de Bolivia.
- Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo de Brasil.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) de Colombia.
- Dirección Nacional de Aduanas de Chile.
- Banco Central de Ecuador.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), Secretaría de Comercio y Fomento de Industrial (SECOFI) de México.
- Banco Central del Paraguay.
- Superintendencia Nacional de Aduanas de Perú.
- Banco de la República Oriental del Uruguay.
- Oficina Central de Estadística e Informática (OCEI) de Venezuela.

Las conclusiones y recomendaciones que se presentan deberán enriquecerse con los aportes de empresarios y autoridades nacionales y regionales especializadas en el tema, bajo cuya orientación se podrán planificar y ejecutar acciones destinadas a cumplir con el objetivo señalado.

El estudio fue realizado por el Departamento de Promoción Sectorial de la Secretaría General de la ALADI.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES Y ALCANCE DEL ESTUDIO

El presente estudio comprende a los "aparatos y equipos para telecomunicaciones y para grabación y reproducción de sonido" identificados en el Capítulo 76 de la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI. Rev 3).

Para los fines del trabajo los mismos se expresan en términos de la Nomenclatura Arancelaria de la Asociación (NALADISA), basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA).

En ese entendido, la nómina de los productos considerados en el estudio es la siguiente:

NALADISA	DESCRIPCIÓN
8518	Micrófonos y sus soportes; altavoces (altoparlantes), incluso montados en sus cajas; auriculares, incluso combinados con un micrófono; amplificadores eléctricos de audiofrecuencia; equipos eléctricos de amplificación de sonido.
8519	Giradiscos, tocadiscos, reproductores de casetes y demás reproductores de sonido, sin dispositivo de grabación de sonido incorporado.
8520	Magnetófonos y demás aparatos de grabación de sonido, incluso con dispositivo de reproducción de sonido incorporado.
8521	Aparatos de grabación o de reproducción de imágenes y sonido (videos), incluso con un receptor de señales de imagen y sonido incorporado.
8522	Partes y accesorios de los aparatos de las partidas 8519 a 8521.
8525	Aparatos emisores de radiotelefonía, de radiotelegrafía, de radiodifusión o de televisión, incluso con un aparato receptor o un aparato de grabación o de reproducción de sonido, incorporados; cámaras de televisión.
8527	Aparatos receptores de radiotelefonía, de radiotelegrafía o de radiodifusión, incluso combinados en un mismo gabinete con un aparato de grabación o de reproducción de sonido o con un reloj.
8528	Aparatos receptores de televisión (incluidos los videomonitores y los videoproyectores), incluso con un aparato receptor de radiodifusión o un aparato de grabación o de reproducción de sonido o de imágenes incorporados.
8529	Partes identificables como destinadas, exclusiva o principalmente, a los aparatos de las partidas 8525 a 8528.

Las partidas: 8523 (soportes preparados para grabar, no grabados – cintas y discos magnéticos); 8524 (soportes para grabar, grabados – cintas y discos magnéticos); y 8526 (aparatos de radar, de radionavegación o de radiotelemando), no fueron tomadas en cuenta por obedecer a especialidades diferentes de producción y comercialización.

El bajo valor del comercio de partes correspondientes a la partida 8526 no justifica realizar ajustes en las cifras de la partida 8529.

Se debe tomar nota que la partida 8525 comprende a los “emisores de radiotelefonía y radiotelegrafía de emisión a distancia por medio de ondas electromagnéticas, que se propagan en el espacio sin conductor”. Estos equipos no deben confundirse con los aparatos eléctricos de telefonía o telegrafía con hilos o por corriente portadora, que están clasificados en la partida 8517, los cuales no incluye en el presente estudio (ver Notas Explicativas SA).

Un trabajo previo permitió identificar como países o zonas más significativas para el estudio a Estados Unidos de Norte América, Japón, Unión Europea, Acuerdo de Bangkok y Resto de Asia. En el anexo I se encuentra la nómina de los países que integran los bloques mencionados.

La metodología que se sigue es la utilizada por la Secretaría General en la serie de estudios sectoriales⁽¹⁾. La información está referida a datos promedio de los tres últimos años con información disponible, lo cual permite una apreciación de la situación actual del comercio, evita las oscilaciones interanuales que afectan series chicas y da uniformidad a la información para disponer de datos comparables entre los países.

Complementariamente se estudian los datos del comercio de los cinco últimos años, lo cual da la oportunidad de orientarse sobre la evolución última que ha tenido el intercambio en los países y en el conjunto regional.

Las disparidades que se puedan encontrar entre las cifras de exportación e importación registradas en los cuadros se deben fundamentalmente a tres factores: uno, la información de las exportaciones consigna valores FOB y la de las importaciones valores CIF, vale decir, las segundas incorporan costos adicionales de las mercaderías como fletes, seguros, etc. que no figuran en las primeras; dos, el período de registro de las mercaderías en los países de origen y destino no coincide en muchas oportunidades, resultando apropiaciones anuales diferentes; y tres, la existencia de despachos no debidamente registrados, muchas veces de mercadería comercializada en zonas francas.

⁽¹⁾ Estudios realizados: Sector Siderúrgico, Sector Farmoquímico, Sector de Maquinaria Agrícola y Sector Hidrocarburos.

CAPÍTULO II

EL COMERCIO DE PRODUCTOS DEL SECTOR ELECTRÓNICO DE CONSUMO

1. Análisis general del comercio.

Una primera apreciación que surge de la lectura del cuadro N° 1 tiene que ver con la baja participación que tuvo el intercambio de productos electrónicos de consumo en el comercio global de la región durante el período del estudio. En efecto, en lo que se refiere a exportaciones, las ventas sectoriales de estos productos apenas representaron el 0,33% de las exportaciones globales efectuadas por la región y solamente tuvieron alguna relevancia para Brasil, en cuyo caso este indicador se acerca al 1% (ver cuadro N° 1).

Igual situación se presentó en las importaciones, en las cuales el sector significó el 2,9% de las compras globales de la región, distinguiéndose únicamente Paraguay, Argentina y Uruguay con indicadores nacionales notoriamente superiores al promedio regional.

En cuanto a la influencia del sector en el comercio intrarregional se puede reiterar dicha afirmación pues, las exportaciones del sector, dirigidas a los propios países miembros, solamente equivalieron al 0,13% de las ventas globales que se realizaron dentro del área y, en lo que se refiere a importaciones, la respectiva relación apenas llegó al 0,4% del total general regional.

Pese al poco significado de las cifras relativas anotadas, la balanza comercial comunitaria del sector en el período arrojó un saldo negativo importante en valores absolutos, de aproximadamente 4 mil millones de dólares, lo cual fue consecuencia de la baja participación de las exportaciones en el intercambio total, pues ellas representaron menos de la décima parte de las importaciones, situación que permite afirmar que el sector es un neto demandante de divisas para la región.

Desde el punto de vista individual se puede extraer un juicio similar, dado que en todos los países la balanza comercial fue desfavorable, distinguiéndose en este aspecto México, Argentina y Brasil porque juntos sumaron el 70 del déficit de la región.

Esta última apreciación es importante, pues siendo esa una proporción elevada para los países más industrializados del área y dada la alta relación de reposición de los equipos que comprende el sector, la conclusión que se desprende es que existe una limitada capacidad de innovación tecnológica de esos productos en la región.

Confirmando lo anteriormente expresado, se puede apreciar también que la proporción del comercio intrarregional en el comercio total del sector apenas representó el 6% de las exportaciones y el 2% de las importaciones realizadas por los países (ver cuadros Nos. 2 y 3). Ello manifiesta claramente el potencial que tiene el mercado comunitario para sustentar el desarrollo de la industria regional del ramo.

La actividad exportadora regional de productos del sector en el período se concentró en Brasil y México, los cuales realizaron el 95% de las ventas totales del área. Por su parte el 73% de las importaciones correspondieron al agregado de las de Argentina, Brasil y México.

Se puede considerar que la región resultó ser importante únicamente para las exportaciones de Argentina y Colombia, dado que captó el 81% y 55% de los envíos sectoriales de esos países, respectivamente. Por el contrario, el área no tuvo relevancia en las importaciones de los países.

En lo que se refiere al comercio con países de extrazona resalta el significado que tuvo EE.UU, tanto como principal destino de las exportaciones regionales, pues captó el 79,4% de las mismas, como por haberse originado en él un 35,5% de las importaciones. Se debe hacer notar que se eliminó el efecto maquila del comercio que mantiene el país del norte con México, pues, de haberlo considerado, estas proporciones resultarían mucho más elevadas. Solamente son comparables con este comercio las importaciones del área originarias del conjunto de países asiáticos, los cuales, agregados, ascendieron al 36% del total regional; sin embargo, estos países no tuvieron ningún significado como mercados para la producción regional (ver cuadros Nos. 2 y 3 y gráficos 1 y 2).

Un comentario final está relacionado con la falta de información sobre producción de equipos electrónicos de consumo en los países miembros, lo que impide concluir sobre el significado real del sector en la actividad económica general de la región. Ello da lugar a suponer que, especialmente en los países mayores e intermedios, la producción nacional de equipos comunes abastece suficientemente el mercado local y que las importaciones se concentran más bien en equipos de última generación, lo que traería como consecuencia los referidos bajos índices en el comercio exterior del sector.

2. Evolución del sector en los últimos años.

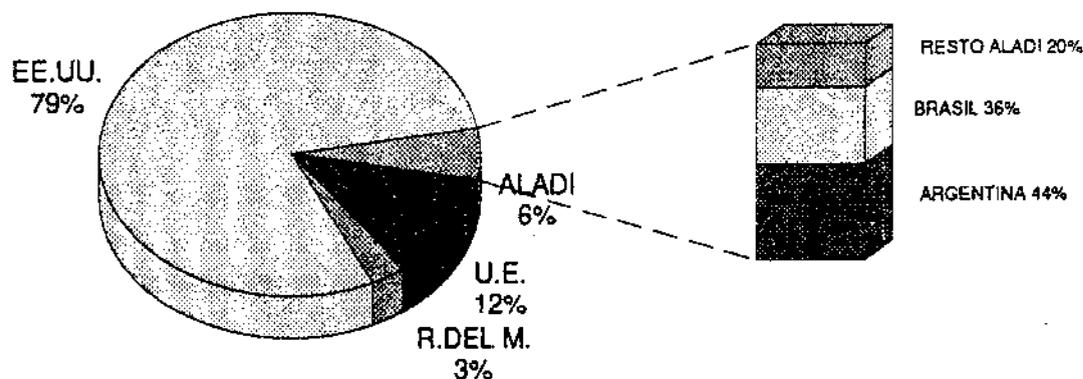
El análisis estático global anterior se complementa con el que se realiza a continuación sobre la información que se presenta en los cuadros Nos. 4 y 5 que registran, respectivamente, las exportaciones e importaciones de los países miembros para una serie histórica comprendida entre los años 1990 y 1994. Los gráficos 3 al 6 permiten visualizar los comentarios que siguen.

Dado que no se cuenta con información de Ecuador para 1994 ni de Perú para 1992, tuvo que hacerse una estimación ajustada de ese comercio para hacer válido el análisis de la serie. De todos modos estas cifras no afectan sensiblemente las conclusiones generales.

Según se puede apreciar en el cuadro N° 4, las exportaciones totales de ALADI entre los años extremos tuvieron una tasa anual compuesta de crecimiento de 6,1%, debido, principalmente, al impulso que adquirieron estas ventas durante los dos últimos años del período, en los cuales las tasas interanuales llegaron a cerca de 11,6% y 12,1%. Sin embargo, si se compara este crecimiento con el que tuvieron las importaciones totales consignadas en el cuadro N° 5,

GRAFICO 1

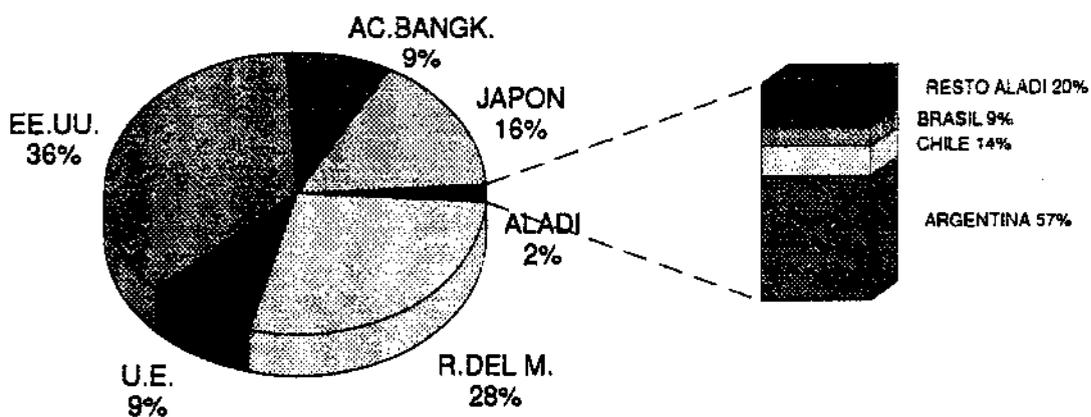
EXPORTACIONES DE ELECTRONICA DE CONSUMO ESTRUCTURA DEL COMERCIO SEGUN DESTINO Promedio tres últimos años disponibles



Base: Cuadro N° 2

GRAFICO 2

IMPORTACIONES DE ELECTRONICA DE CONSUMO ESTRUCTURA DEL COMERCIO SEGUN ORIGEN Promedio tres últimos años disponibles



Base: Cuadro N° 3

aquellas pierden toda relevancia, puesto que las compras se incrementaron el 24,5% anual entre 1990 y 1994.

Un análisis comparativo entre países permite apreciar que Argentina, Colombia y Chile fueron los que tuvieron el mayor crecimiento en sus exportaciones durante el período. En efecto, las tasas anuales de sus ventas a la región y las totales, respectivamente, fueron: 97,7% y 95,3% para el primero, 53,9% y 39,7% para el segundo y 42,4% y 46,8% para el tercero. Mientras que, por el contrario, Brasil decreció en sus ventas a la región (-21,7%) y en las totales (-0,2%), e igualmente Uruguay (-65,6% y -35,27% respectivamente) y Venezuela sólo en las totales(-23,4%). México tuvo una escasa participación en el intercambio de la región, no obstante, sus ventas totales se incrementaron a una tasa de 35,3% por año.

Desde el punto de vista de las importaciones, todos los países, salvo Bolivia y Paraguay, aumentaron sus importaciones totales en el período, sin embargo, los que se destacaron fueron Argentina, con una tasa de 83,7% anual, Perú con 47%, Colombia con 46,4% y Ecuador con 44,7%, las cuales fueron superiores al promedio regional que, como se dijo, fue de 24,5% por año (ver cuadro N° 5).

En lo que respecta al comercio con países de fuera del área, vale la pena anotar que las únicas exportaciones que se incrementaron en el período fueron las destinadas a EE.UU (11,8% anual), en tanto que las importaciones crecieron desde todos los orígenes, dándose los índices más notables en las procedentes de Resto de Asia (49% anual), UE (33,5%) y EE.UU (26,9%), asimismo, de otros países no identificados en el estudio (52,7%) (ver cuadros Nos. 6 y 7 y gráficos 7 y 8).

De manera general se puede señalar que el comercio regional de productos del sector tiene muy poca participación y un escaso dinamismo en comparación con el que se realiza con países de extrazona, situación que refleja muy claramente las posibilidades de desarrollo que tiene la industria del ramo en el mediano plazo de favorecerse la ejecución de programas comunes de investigación, articulación, especialización y complementación productiva y comercial.

3. El comercio por grupos de productos.

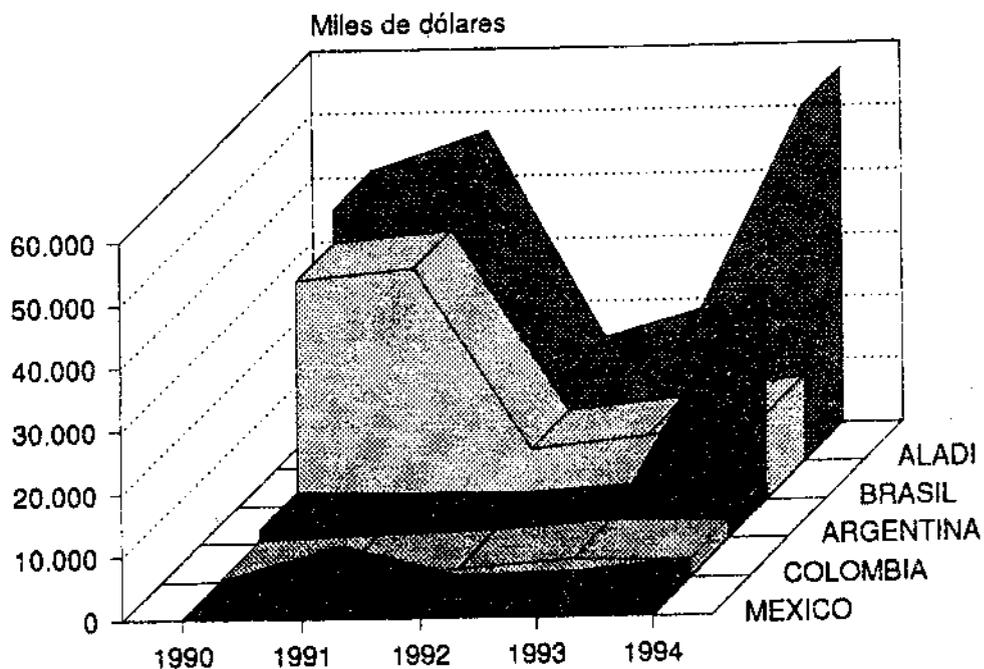
El análisis que continúa está referido al comercio individual de las partidas arancelarias descritas en el apartado inicial del capítulo, las cuales comprenden productos afines desde el punto de vista de su comercialización.

La información que se discute se encuentra en los cuadros Nos 8 al 25 y los valores corresponden a dólares estadounidenses y porcentajes.

- 3.1. *Micrófonos y sus soportes; altavoces (altoparlantes), incluso montados en sus cajas; auriculares, incluso combinados con un micrófono; amplificadores eléctricos de audiofrecuencia; equipos eléctricos de amplificación de sonido (Part. 8518 - cuadros Nos 8 y 17).*

GRAFICO 3

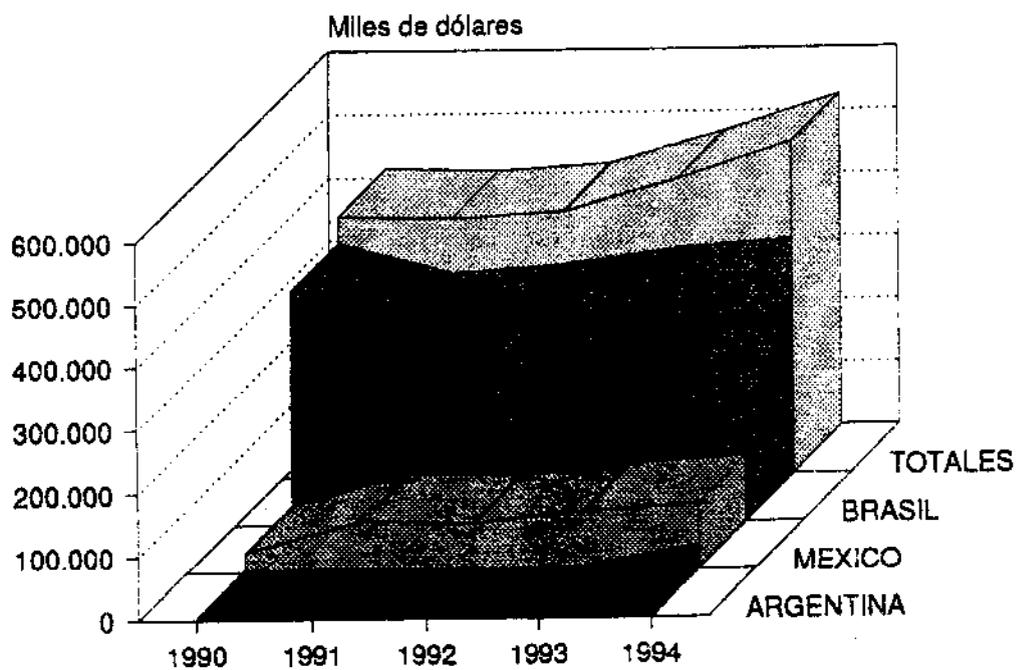
PRODUCTOS ELECTRONICOS DE CONSUMO EXPORTACIONES INTRA-ALADI 1990-1994



Base: Cuadro N° 4

GRAFICO 4

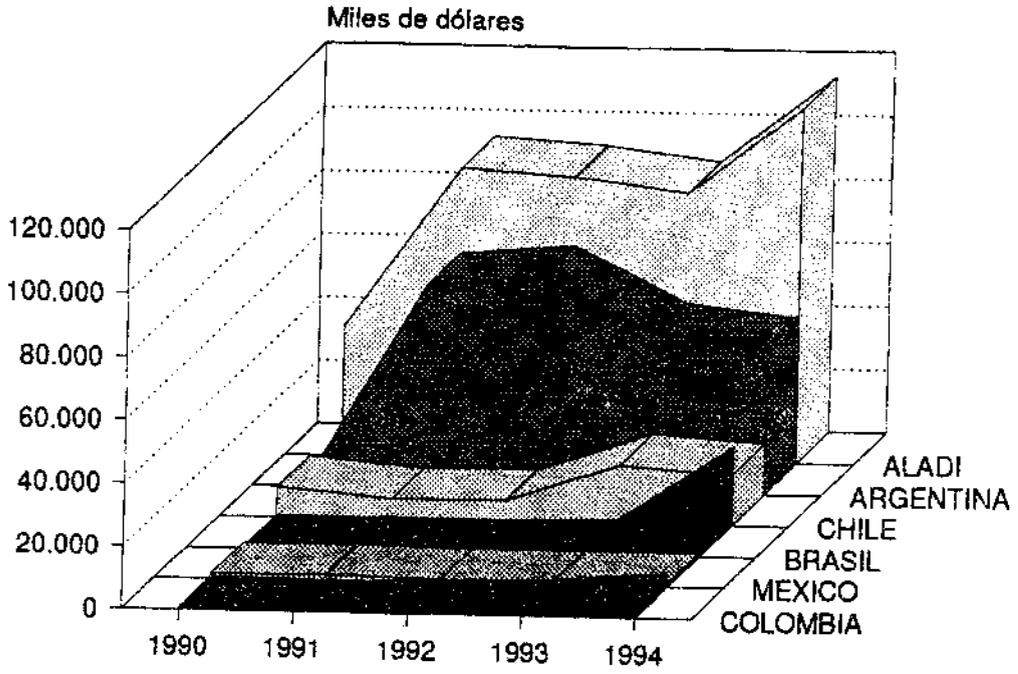
PRODUCTOS ELECTRONICOS DE CONSUMO EXPORTACIONES TOTALES 1990-1994



Base: Cuadro N° 4

GRAFICO 5

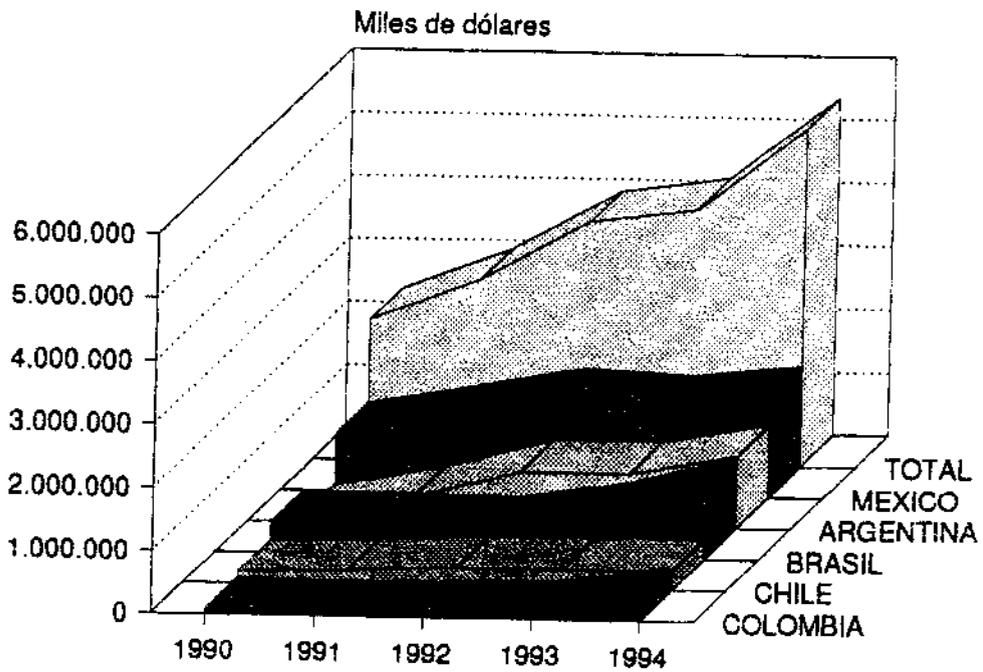
PRODUCTOS ELECTRONICOS DE CONSUMO
IMPORTACIONES INTRA-ALADI
1990-1994



Base: Cuadro N° 5

GRAFICO 6

PRODUCTOS ELECTRONICOS DE CONSUMO
IMPORTACIONES TOTALES
1990-1994



Base: Cuadro N° 5

La partida comprende los micrófonos de granulos de carbono, piezoeléctricos, electromagnéticos, electrostáticos, térmicos o de alambre caliente; altavoces electromagnéticos, piezoeléctricos y electrostáticos; amplificadores de audiofrecuencia de red o de baterías, incluidos los utilizados en la telefonía o los amplificadores de medida; asimismo, los compuestos, además, por micrófonos y altavoces. Incluye también las partes de estos aparatos.

Las exportaciones regionales de esta partida llegaron aproximadamente a \$US 17 millones y representaron el 3,5% de las ventas totales del sector. El 51% de ese monto estuvo destinado a EE.UU y el 31% a la propia región. El 50% de estas ventas las realizó México y el 43% Brasil. Dichos países confirman su casi exclusiva presencia en las exportaciones del rubro.

Por su parte, las importaciones representaron más de once veces las ventas, pues llegaron a casi \$US 187 millones, significando, sin embargo, el 4% del total de las compras del sector.

EE.UU (51%), Japón y el bloque Resto de Asia (cada uno con 14%) fueron las fuentes más importantes de tales compras.

De otro lado, México (47%), Argentina (22%), Brasil (8%) y Chile (8%) fueron los países de la región que más compras realizaron en el rubro.

Como será característica a lo largo del análisis, México explica en gran parte la preminencia que tiene EE.UU en el comercio con la región. En el presente caso, captó el 61% de las importaciones regionales de ese país.

3.2. *Giradiscos, tocadiscos, reproductores de casetes y demás reproductores de sonido, sin dispositivo de grabación de sonido incorporado (Part. 8519 - cuadros Nos. 9 y 18).*

La partida considera los giradiscos; tocadiscos; lectores de casetes y demás aparatos magnéticos reproductores; contestadores telefónicos; aparatos cinematográficos de reproducción de sonidos (excepto los profesionales).

Esta línea de productos tuvo escaso significado en el comercio regional del sector, puesto que las ventas apenas se aproximan a los \$US 4 millones (0,8% de las totales sectoriales) y las importaciones a \$US 125 millones (3% del total respectivo).

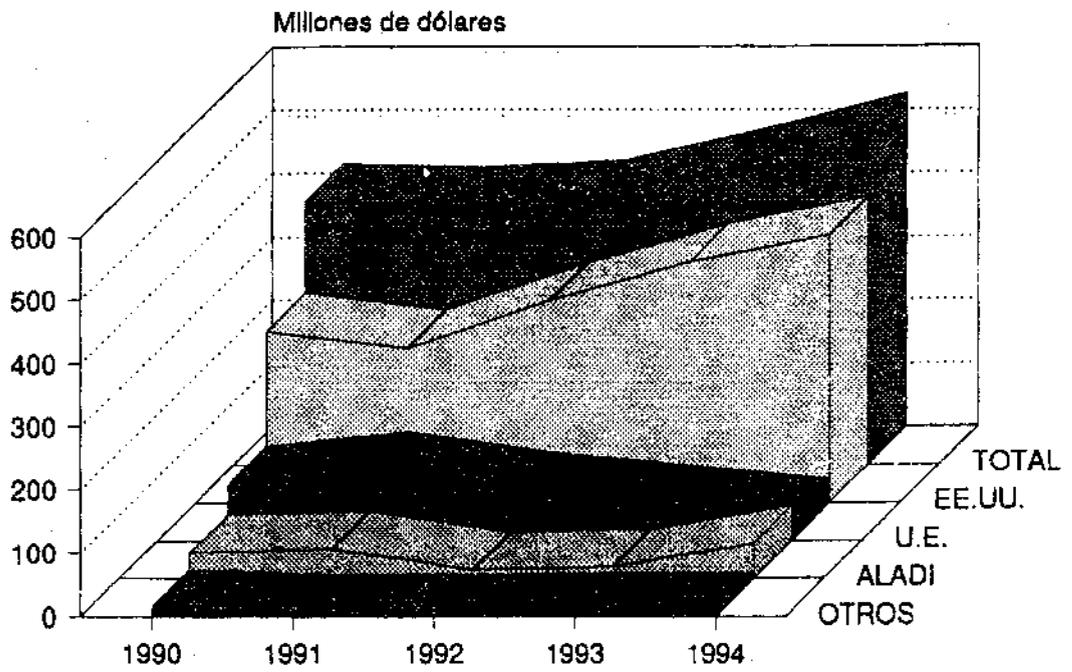
El 84% de las exportaciones del total regional se explican por las realizadas por México a los EE.UU..

En cuanto a las importaciones, los países del área con más compras en el rubro fueron México (38%), Brasil (28%), Argentina (16%) y Venezuela (6%).

Como fuente de tales compras se puede señalar particularmente a EE.UU: (49%) y Japón (20%).

GRAFICO 7

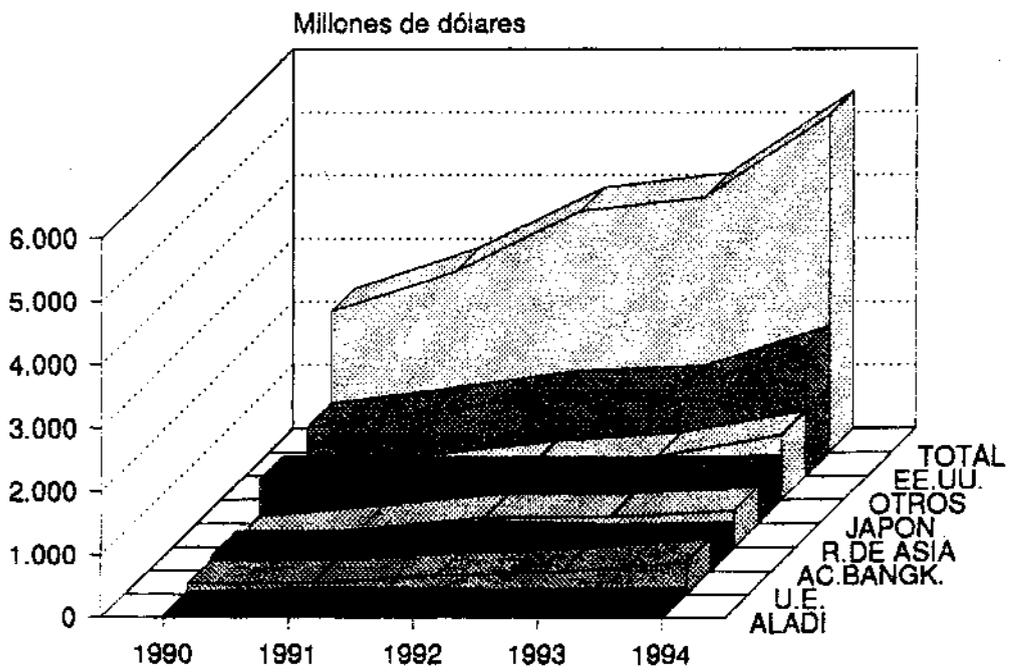
PRODUCTOS ELECTRONICOS DE CONSUMO
EXPORTACIONES SEGUN PRINCIPALES Z.E.
1990-1994



Base: Cuadro N° 6

GRAFICO 8

PRODUCTOS ELECTRONICOS DE CONSUMO
IMPORTACIONES SEGUN PRINCIPALES Z.E.
1990-1994



Base: Cuadro N° 7

3.3. *Magnetófonos y demás aparatos de grabación de sonido, incluso con dispositivo de reproducción de sonido incorporado (Part. 8520 - cuadros Nos. 10 y 19).*

En cuanto a aparatos de grabación de sonido, la partida toma en cuenta a los aparatos de surco, los grabadores magnéticos y los aparatos cinematográficos, tanto de grabación de sonido como los reproductores en soportes fotoeléctricos (excepto los de uso profesional). En lo que respecta a aparatos de grabación y de reproducción de sonido se encuentran los magnetófonos de cinta o de casetes, los de dictar y los contestadores telefónicos.

La partida tiene menos interés aun que la anterior, puesto que el valor de ventas del área no alcanzó a los \$US 4 millones y las importaciones a \$US 42 millones. Prácticamente el único mercado para tales ventas fue EE.UU, al cual se dirigieron el 91% de las mismas, principalmente originadas en México.

Por otra parte, el 44% de las importaciones regionales provinieron del indicado país del norte y el 26% de Japón.

Los países que mayores importaciones efectuaron en esta partida fueron México (40%), Argentina (19%) y Brasil (12%).

3.4. *Aparatos de grabación o de reproducción de imágenes y sonido (videos), incluso con un receptor de señales de imagen y sonido incorporado (Part. 8521 - cuadros Nos. 11 y 20).*

La partida contempla los aparatos de grabación, los combinados de grabación y reproducción de imagen y sonido (video) y, asimismo, los aparatos de reproducción de videodisco y los que decodifican y convierten en señal videofónica las informaciones de imagen grabada.

Este grupo de productos asume importancia únicamente desde el punto de vista de las importaciones, las cuales llegaron a \$US 306 Millones y representaron el 7% de las compras totales del sector realizadas por la zona. El déficit generado fue de \$US 303 millones.

Los países del área que más compras efectuaron fueron, en orden de importancia, México (50%), Argentina (12%), Chile (9%), Paraguay (9%) y Brasil (7%).

Entre los principales proveedores de estos productos deben citarse a Japón (28%), EE.UU (18%), Resto de Asia (12%) y Acuerdo de Bangkok (10%). Las importaciones provenientes de la misma zona se situaron apenas en el entorno del 1%.

Este grupo de productos merece la atención de los industriales del área dadas las exiguas ventas y el alto déficit que generó en la región.

3.5. *Partes y accesorios de los aparatos de las partidas 8519 a 8521 (Part. 8522 - cuadros Nos. 12 y 21).*

Como productos principales de la partida pueden mencionarse: cápsulas fonocaptoras, sistemas de lectura óptica mediante haz de láser, lectores de sonido magnéticos y fotoeléctricos, bobinadores de cinta, brazos y platinas para giradiscos, zafiros o diamantes, grabadores, muebles especialmente diseñados, casetes de limpieza, las demás partes y accesorios para aparatos de grabado o reproducción de imagen y sonido.

Las exportaciones de la partida llegaron a \$US 24 millones y las importaciones a \$US 302 millones promedio en el lapso, habiendo representado aproximadamente el 5% y 7% de las totales del sector, correspondientemente.

A pesar del bajo volumen de ventas, la partida ocupa el tercer lugar en cuanto a exportaciones del sector. Ello es debido fundamentalmente a las exportaciones realizadas por México a EE.UU, que representaron el 91% del total regional.

En lo referente a importaciones debe anotarse principalmente a los tres países mas desarrollados del área, Brasil (62%), Argentina (22%) y México (11%).

En cuanto al origen de los productos, se debe considerar en primer lugar a Japón (32%), seguido de Acuerdo de Bangkok (27%), Resto de Asia (12%) y EE.UU (5%). Las zonas asiáticas consideradas en el estudio, en conjunto, resultaron ser los principales proveedores de la partida, pues vendieron aproximadamente el 71% del total anotado.

En la serie histórica 1990-94, anteriormente analizada, se observa un rápido crecimiento de las importaciones regionales provenientes de los países asiáticos de «reciente industrialización» y una situación estática de las procedentes de Japón. Teniendo en cuenta que la industria regional es más comparable con la de aquellos países, se puede inducir que la producción de las partes consideradas en la partida representan una buena oportunidad para la actividad productiva del área.

3.6. *Aparatos emisores de radiotelefonía, de radiotelegrafía, de radiodifusión o de televisión, incluso con un aparato receptor o un aparato de grabación o de reproducción de sonido, incorporados; cámaras de televisión (Part. 8525 - cuadros Nos. 13 y 22).*

La presente partida comprende: A. Emisores de radiotelefonía o radiotelegrafía: de radiodifusión o radiotelegrafía; emisores o emisores-receptores para vehículos; tipo walkie-talkie; radiotelegráficas; para traducción simultánea; para señales de alarma; emisores de facsímil, micrófonos sin hilos; emisores o emisores-receptores de señales de telemetría. B. Emisores de radiodifusión o televisión: emisores de salida de cualquier clase; repetidoras; emisores relé para reportajes; emisores de TV de uso industrial, frecuentemente de transmisión por cable. C. Cámaras de Televisión.

Las exportaciones promedio de los productos de esta partida llegaron a \$US 21 millones y significaron el 4,4% del total exportado en el sector, ocupando el 4º lugar en importancia.

Las principales ventas fueron realizadas por México (63%), con destino principal a EE.UU. Otros países exportadores fueron Brasil (18%), Argentina (9%) y Colombia (4%).

En lo que se refiere al mercado que tuvieron las mismas, se deben nombrar a EE.UU (62%), a la propia región (15%) y a la UE (8%). En el área Argentina (3%), Perú (2,6%) y Uruguay (2,3%) fueron los mercados propios más importantes.

Por su parte, las importaciones, por \$US 1.172 millones, representaron el 27% de las compras totales y fueron las mayores registradas.

Los países de mayor demanda fueron México (36%), Argentina (20%), Brasil (16%), Venezuela (10%) y Colombia (9%).

Como origen de las mismas se puede citar especialmente a EE.UU (52%), UE (20%) y Japón (16%). Las compras realizadas en la misma región no llegaron ni al 1%.

El déficit generado en la partida alcanzó la importante suma de \$US 1.151 millones, el más amplio de todas las partidas estudiadas.

3.7. *Aparatos receptores de radiotelefonía, de radiotelegrafía o de radiodifusión, incluso combinados en un mismo gabinete con un aparato de grabación o de reproducción de sonido o con un reloj (Part. 8527 - cuadros Nos. 14 y 23).*

Los productos contemplados en la partida son: A. Receptores de radiotelefonía o de radiotelegrafía: los fijos propiamente dichos; de intercomunicación para vehículos, barcos, etc.; portátiles que funcionan con pilas; para instalaciones radiotelegráficas de llamado de personas; para traducción simultánea; para señales automáticas de alarma; de señales de telemetría; especiales para aparatos de facsímil. B. Receptores de radiodifusión: domésticos de cualquier clase; para automóviles u otros vehículos; para incorporar a estaciones-relé.

Estos equipos fueron los más exportados por el área dado que alcanzaron \$US 339 millones y significaron el 72% de las ventas totales del sector.

En los hechos dichas exportaciones estuvieron muy concentradas, tanto por origen como destino, pues Brasil representó el 98% de las ventas regionales y EE.UU y la UE absorbieron el 83% y 15% del total, respectivamente.

Las importaciones ascendieron a \$US 806 millones, representaron el 18,4% de las compras del sector y ocuparon el segundo puesto en cuanto a significado.

Estas fueron absorbidas principalmente por México (34%) Argentina (27%), Brasil (11%) y Chile (9%), mientras que los países de origen que mayor participación tuvieron en el mercado de la zona fueron los del Resto de Asia y EE.UU (22% cada uno), Japón (13%) y Acuerdo de Bangkok (6%).

A pesar de ser el rubro con más exportaciones, el déficit que produjo su intercambio alcanzó a \$US 467 millones.

3.8. *Aparatos receptores de televisión (incluidos los videomonitores y los videoproyectores), incluso con un aparato receptor de radiodifusión o un aparato de grabación o de reproducción de sonido o de imágenes incorporados (Part. 8528 - cuadros Nos. 15 y 24).*

En la partida se incluyen los siguientes equipos: receptores usados en los hogares; para aviones o vehículos especiales; los que se utilizan con un aparato de grabación o reproducción de imagen o sonido; de uso industrial de transmisión por cable; los videomonitores; videoproyectores sobre pantalla; los que se utilizan para recibir, grabar en la memoria y mostrar textos y mensajes.

Las exportaciones de la partida fueron de las menores que se registraron, pues apenas llegaron a \$US 13 millones, siendo las principales las realizadas por Argentina (59%), México (24%) y Brasil (9%). México encontró su mejor mercado en EE.UU., en cambio para Argentina y Colombia la región significó el 94% y 99% de sus respectivas ventas.

Como mercados generales de dichas exportaciones se deben mencionar a la propia región (72%) y EE.UU. (20%).

Por el lado de las importaciones, los productos de este rubro compartieron el segundo orden de importancia con la partida anterior. Los \$US 801 millones significaron el 18% de las compras regionales del sector, sin embargo, el déficit que generó fue mucho mayor, pues alcanzó a \$US 788 millones.

EE.UU (34%) resultó ser el mayor proveedor de la partida, seguido de Acuerdo de Bangkok (19%) y Resto de Asia (17%). Las provenientes de la propia región sólo llegaron al 4%.

En la zona se distinguen las importaciones de México (35%), Argentina (18%), Chile (13%), Paraguay (9%) y Uruguay (8%).

3.9. *Partes identificables como destinadas, exclusiva o principalmente, a los aparatos de las partidas 8525 a 8528 (Part. 8529 - Cuadros Nos. 16 y 25).*

Esta partida consigna, entre otros, a antenas y reflectores de antena de cualquier tipo; dispositivos de orientación de antenas; muebles destinados exclusivamente a estos aparatos; filtros y separadores de antenas; los chasis.

Si bien las exportaciones intrarregionales del rubro representaron las segundas más importantes, su valor absoluto no fue significativo, puesto que apenas llegó a \$US 47 millones, equivalentes al 10% de las exportaciones totales.

Solamente se pueden señalar a dos países como vendedores principales de estas partes, a México (70%) y Brasil (23%). En tanto que como destino de las mismas se pueden mencionar a EE.UU (81%), UE (8%) y la propia zona (8%).

Por otra parte, las importaciones de la partida representaron el 15% del total de compras del sector, con un monto de \$US 640 millones, las cuales se distribuyeron principalmente entre Brasil (30%), México (29%), Argentina (26%) y Venezuela (5%). Dado el bajo monto de exportaciones, el déficit generado por esta partida fue de aproximadamente \$US 593 millones, el tercero más importante del sector.

Entre los principales países de origen de dichas importaciones regionales se deben mencionar a EE.UU (40%), Japón (16%), UE (15%), Acuerdo de Bangkok (10%) y Resto de Asia (9%).

4. El comercio de los países.

Los comentarios sobre el comercio por grupos de productos de esta sección tienen como base los cuadros Nos 8 al 25. Las cifras están dadas en dólares estadounidenses y porcentajes, según se explica en cada caso.

4.1. Argentina.

4.1.1. Comercio general.

Las exportaciones argentinas de equipos electrónicos de consumo no tuvieron relevancia en su comercio exterior, pues apenas llegaron a \$US 16 millones como promedio anual del período y representaron el 0,12% de sus exportaciones globales.

Por el lado de las importaciones el sector adquirió mayor significado, puesto que estas ascendieron a \$US 947 millones y equivalieron a algo más del 5% de las compras globales promedio realizadas por el país en el lapso. Una estimación ajustada permitió estimar que el 94% de estas compras provinieron de países de extrazona.

En cuanto al comercio de Argentina con los países de ALADI, el sector significó solamente el 0,24% de sus exportaciones totales a la región y, asimismo, el 1% de las compras totales realizadas de ella.

Los \$US 931 millones de déficit del sector le significaron el 23% del déficit global promedio de su balanza comercial del período, mientras que los \$US 41 millones de saldo negativo con la zona le representaron el 14% del que tuvo con la región.

Aunque el país resultó ser el tercer exportador de la región, sólo representó el 3% de las ventas regionales totales del sector, en cambio fue segundo país importador con el 22% de las efectuadas por el área.

El principal destino de sus exportaciones fue ALADI, la cual captó el 81% del total de sus ventas, repartiéndose éstas principalmente entre Brasil (63%), Uruguay (9%), Perú (3%) y Chile (3%). Como países de extrazona se pueden mencionar a EE.UU. (12%) y UE (4%).

En lo referente al origen de sus importaciones se destacan EE.UU. (38%), A. de Bangkok (15%), R. Asia (9%) y UE (8%). La región sólo le proveyó el 6% de sus compras, las que básicamente provinieron de Chile (4%) y Uruguay (1%).

Argentina es el país que mayor dinamismo acusa en el comercio del sector, efectivamente, en los cuadros Nos. 4 y 5, que resumen la serie histórica 1990 - 1994, se puede apreciar que sus exportaciones a la región crecieron a una tasa anual de 98% y que sus importaciones provenientes de la misma lo hicieron a un ritmo de 94% por año. Este índice para sus exportaciones totales significó 95% y para sus compras 84% anual.

4.1.2. Comercio por grupos de productos.

A continuación se expone el intercambio que tuvo Argentina por grupos de productos, de acuerdo al orden de importancia.

En primer lugar nos debemos referir a **Emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión - Part. 8525**, cuyo comercio ascendió, en términos absolutos, a \$US 244 millones, de los cuales \$US 242 fueron importaciones y solamente \$US 2 millones exportaciones, razón por la cual sólo nos referiremos a las primeras.

Argentina fue el segundo comprador de la región de estos productos, después de México, y éstas equivalieron al 21% de las compras totales de la partida realizadas por el área.

Este rubro representó al país el 26% de las importaciones totales del sector.

Como principales países de origen de estos productos se puede señalar a EE.UU. (69%), UE (16%) y Japón (8%). De acuerdo con las estimaciones realizadas, la región le proveyó sólo el 1% de estas compras, las cuales se concentraron en Chile (0,4%), Brasil (0,2%) y Uruguay (0,2%).

Aparatos receptores de radiotelefonía, de radiotelegrafía o de radiodifusión (Part. 8527). El comercio general de esta partida ascendió a \$US 222 millones para Argentina, de ellos \$US 219 millones fueron de importaciones y \$US 3 millones de exportaciones. En consecuencia el déficit que generó la partida fue de \$US 216 millones, que fue el segundo más importante del sector.

Argentina fue el tercer país exportador de estos productos con el 1% de la región, del otro lado fue el segundo importador, correspondiéndole un 27% del total de compras del área.

Las exportaciones de la partida equivalieron al 20,5% de las ventas que realizó en el sector, mientras que las importaciones equivalieron al 23% de las compras efectuadas.

Por otra parte, sus exportaciones estuvieron dirigidas únicamente a la región (99%), representando sus principales mercados Brasil (85%) y Uruguay (12%).

Por el lado de las importaciones se debe anotar que sus principales proveedores identificados fueron EE.UU. (21%), R. Asia (18%) y A. Bangkok (10%), sin embargo, los clasificados como Otros países, no definidos en el estudio, dieron origen al mayor monto de las mismas (36%). De la región recibió menos del 0,5% de sus compras, las que se originaron principalmente en Chile y Uruguay.

Partes destinadas a los aparatos de las partidas 8525 a 8528 (Part. 8529). El volumen general del intercambio argentino de estas partes alcanzó a \$US 170 millones, habiendo correspondido \$US 168 millones a importaciones y \$US 2 millones a exportaciones.

El valor importado correspondió al 18% de las compras totales que realizó el país en el sector y, asimismo, resultó ser el tercer país comprador de la partida en la zona con el 26% del total regional.

Estas tuvieron diverso origen, distinguiéndose en mayor medida las provenientes de EE.UU. (39%), A. de Bangkok (23%) y UE (14%). Solamente el 1% de las mismas tuvieron origen en la ALADI, las que prácticamente se concretaron en Brasil.

Sería interesante diferenciar en esta partida las partes destinadas a la industria y las de reposición, sin embargo, no se dispone de información para hacer esa disgregación.

Aparatos receptores de televisión, incluso con radioreceptor o video incorporados (Part. 8528). El valor total de intercambio de esta línea de productos alcanzó a \$US 154 millones, correspondiendo cerca de \$US 8 millones a exportaciones y \$US 146 millones a importaciones.

El rubro representa para la Argentina el 48% de las exportaciones que realizó en el sector, siendo el más significativo de todos los considerados. Por otra parte, el país resultó ser el exportador más importante de la región de estos productos con el 59% del total del área.

Casi todas estas exportaciones estuvieron dirigidas a la zona (98%), especialmente a Brasil (91%) y Uruguay (4%).

Por el lado de las importaciones, estos aparatos significaron el 15,4% de las compras que realizó Argentina en el sector, habiendo sido el segundo país en compras del área (18%) después de México.

Sus principales abastecedores fueron EE.UU. (28%), R. de Asia (19%) y A. de Bangkok (16%).

De acuerdo con la información proporcionada por el cuadro N° 24, la región participó con 8% de este mercado, especialmente a través de Chile (7%).

Partes y accesorios de los aparatos de las partidas 8519 a 8521 (Part. 8522). El comercio de estos productos tuvo un quinto orden de importancia en el comercio argentino. Todo él estuvo referido a importaciones, por un valor cercano a los \$US 67 millones, que representó el 7% de sus compras sectoriales.

Después de Brasil, Argentina resultó ser el segundo país importador de estas partes y accesorios, con el 22% del total regional.

Los más importantes proveedores de la partida fueron A. de Bangkok (71%), Japón (17%) y EE.UU. (3%), no registrándose importaciones apreciables desde la región.

Micrófonos; altavoces; auriculares, amplificadores eléctricos (Part. 8518). El intercambio de estos productos en Argentina estuvo referido principalmente a importaciones, las que alcanzaron los \$US 40 millones y equivalieron al 4% de sus compras sectoriales.

Fue el segundo importador de la región de estos productos, correspondiéndole el 22% de las importaciones de la zona.

Estas estuvieron bastante diversificadas entre los países y zonas económicas que contempla el estudio, en ese sentido, vale mencionar a EE.UU. (40%), A. de Bangkok (12%), R. Asia 10%, UE (8%) y Japón (8%). En la región las compras argentinas sumaron \$US 5 millones (13%), y procedieron de Chile (7%) y Brasil (5%).

Aparatos de grabación o de reproducción de imágenes y sonido (videos) (Part. 8521). Argentina sólo tuvo importaciones en esta partida, por un valor de \$US 38 millones. Esta cifra le significó ser el segundo país importador del área, con el 12% regional del rubro.

Sus principales abastecedores fueron EE.UU. (27%), A. de Bangkok (22%) y Japón (18%). Las compras registradas en la región ascendieron al 8% de estas importaciones y procedieron de Chile (6%) y Uruguay (3%).

El 83% de las compras del área en este rubro correspondieron a Argentina.

Giradiscos, tocadiscos, reproductores de casetes y demás reproductores de sonido (Part. 8519). En esta partida el país sólo tuvo importaciones, por un valor de \$US 20 millones, representando el tercer mercado del área, con 16% del total correspondiente.

Estas provinieron particularmente de EE.UU. (37%) y Otros países (26%). En el ámbito de ALADI (12%) fue importante la participación de Chile (9%).

Argentina absorbió el 86% de las importaciones que se registran como provenientes de los países de ALADI.

Finalmente, en la partida **Magnetófonos y demás aparatos de grabación de sonido (Part. 8520)** también se aprecian sólo las importaciones, por un monto de \$US 8 millones, las más bajas que tuvo Argentina en el sector. Estas se generaron especialmente en EE.UU. (63%). La región participó con el 8% del mercado argentino del rubro y, en este caso, también a través de Chile (7%).

4.2. Bolivia.

4.2.1. Comercio general.

El comercio exterior de productos electrónicos de consumo en Bolivia resultó ser muy bajo durante el período analizado, pues sus exportaciones promedio anual se aproximaron a \$US 350 mil y representaron el 0,04% de sus ventas globales totales. Por otra parte, sus importaciones, que se situaron en el entorno de los \$US 10 millones, representaron menos del 1% de sus compras también globales. La poco apreciable cifra de sus envíos hace que el análisis que continúa se lo enfoque desde el punto de vista de las importaciones únicamente. La misma conclusión puede anterior puede extraerse de su comercio intrarregional.

En ese comprendido, se puede empezar por señalar que el 90% de las compras del país tuvieron origen en países de fuera del área, distinguiéndose entre ellos a los de la UE (29%), EE.UU. (28%) y Japón (17%), mientras que en la región solamente fueron importantes las compras que realizó a Chile, las que se aproximaron al 8% del total expresado.

Bolivia fue el país del área que menos importaciones registró en el lapso, acusando una tasa negativa de 22% en su proyección del período 1990 - 1994.

4.2.2. Comercio por grupos de productos.

Entre las partidas de mayor significado en las importaciones de Bolivia se pueden nombrar a las siguientes:

Emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión (Part. 8525). El valor importado por el país en este rubro ascendió a aproximadamente \$US 3,7 millones, habiendo representado el 38% de sus compras totales del sector. Pese a ser el item más importante del comercio boliviano, éste apenas significó el 0,3% de las compras efectuadas por el área en el rubro.

Los principales países de origen de tales compras fueron los de la UE (58%) y EE.UU. (28%), en tanto que la participación de la región en las mismas fue prácticamente nula.

Aparatos receptores de televisión, incluso con radiorreceptor o video incorporados (Part. 8528). El total de compras realizado por Bolivia de estos productos llegó a \$US 1,7 millones y equivalió al 18% de sus importaciones del sector.

Los principales países y zonas de origen de estos productos fueron Japón (33%), A. de Bangkok (20%) y ALADI (18%). En la región el principal proveedor boliviano resultó ser Chile (17%), aunque el valor de tales compras resultó ser muy bajo.

Partes destinadas a los aparatos de las partidas 8525 a 8528 (Part. 8529). Este rubro tiene un tercer orden de importancia en las importaciones bolivianas, pues llegó a cerca de \$US 1,6 millones y representó el 16% de sus importaciones del sector.

En el caso resultan apreciables sólo las importaciones procedentes de EE.UU. (50%) y UE (31%).

Aparatos receptores de radiotelefonía, de radiotelegrafía o de radiodifusión (Part. 8527). Las importaciones bolivianas de esta partida fueron de aproximadamente \$US 1,1 millones, lo que le significó el 12% del total de sus compras de los equipos electrónicos estudiados.

Se puede señalar a EE.UU. (24%), ALADI (24%) y Otros países (20%) como sus principales abastecedores. En la región, Chile resultó ser su principal proveedor (23%).

El resto de las partidas no tuvo un comercio apreciable en el país, por lo que no se entra al detalle de las mismas.

4.3. Brasil.

4.3.1. Comercio general.

El comercio brasileño de equipos electrónicos de consumo fue el segundo en importancia de la región, dado que alcanzó a \$US 1.114 millones. De esta cantidad \$US 355 millones correspondieron a exportaciones y \$US 759 a importaciones. En consecuencia, el déficit del país en el período alcanzó a \$US 404 millones.

Pese al valor absoluto de estas cifras, el sector no tuvo relevancia en el intercambio de Brasil puesto que apenas significó el 0,9% de sus exportaciones y el 2,7% de sus importaciones globales totales.

En el ámbito de ALADI su significado fue menor aun, puesto que las ventas de estos equipos a la región no representaron más que 0,1% de sus exportaciones totales a la misma y sus compras cerca del 2% de sus importaciones totales provenientes de ella.

Comparativamente, Brasil fue el primer país exportador de ALADI, con el 75% del total regional y, en cuanto a importaciones, fue el tercer país comprador, después de México y Argentina, detentando el 17% del respectivo total del área.

Sus exportaciones estuvieron encaminadas principalmente a EE.UU. (81%) y la UE (15%). A la región sólo se dirigió el 3% de las mismas, las que fueron absorbidas por Argentina (1,4%), Uruguay (0,5%), Chile (0,3%) y Bolivia, México, y Paraguay (0,2% cada uno).

Por su parte, sus importaciones tuvieron una procedencia diversificada entre los países y zonas caracterizadas en el estudio, correspondiendo a EE.UU. la mayor cantidad (30%), seguido de Japón (20%), UE (14%), R. de Asia (11%) y A. de Bangkok (7%). Respecto a las originadas en ALADI, éstas representaron solamente el 1,2%, correspondiendo a Argentina la casi totalidad (1%).

De otro lado, de los cuadros Nos. 4 y 5 se desprende que las exportaciones totales brasileñas de productos del sector permanecieron estables durante el período 1990 - 1994, no obstante, las destinadas a la región decrecieron a una tasa negativa de aproximadamente 22%. Por su parte, las importaciones sectoriales de Brasil se incrementaron a un ritmo de 23% anual durante el mismo período y, aunque se aprecia un crecimiento equivalente al 156% anual en sus compras a la región, en valores absolutos éstas no tuvieron mayor significado.

4.3.2. Comercio por grupos de productos.

En lo que corresponde a Brasil, se debe señalar en primer término a los **Aparatos receptores de radiotelefonía, de radiotelegrafía o de radiodifusión (Part. 8527)**, cuyo intercambio total alcanzó a \$US 417 millones, de los cuales \$US 331 millones fueron de exportaciones y \$US 86 millones de importaciones, habiendo generado un superávit en su favor de \$US 245 millones.

Dichas exportaciones representaron el 93% de las exportaciones brasileñas de equipos electrónicos de consumo y el 98% de las efectuadas por la región en la partida que se comenta.

En lo referente a importaciones, la partida significó el 11% de las totales realizadas por Brasil en el sector y, asimismo, el 11% de las compras que hizo el conjunto de países de ALADI en el rubro.

Los mercados más importantes para las ventas señaladas fueron EE.UU. (84%) y la UE (15%). La región sólo absorbió el 0,5% de las mismas, particularmente a través de Uruguay (0,3%) y Argentina (0,2%).

Las importaciones de estos aparatos más significativas para el país tuvieron origen en EE.UU. (38%), R. de Asia (23%) y Japón (8%). A la región sólo le correspondió el 3,7% de dichas compras, internadas principalmente desde Argentina (2,9%) y México (0,6%).

La segunda partida importante en el comercio brasileño se dio en **Partes destinadas a los aparatos de las partidas 8525 a 8528 (Part. 8529)**, cuyo valor de intercambio alcanzó \$US 202 millones, de los cuales las importaciones sumaron \$US 191 millones y las exportaciones \$US 11 millones. En consecuencia el rubro le produjo un déficit de cerca de \$US 180 millones.

Brasil fue el segundo exportador de la región de estas partes, después de México, habiendo sido sus mercados más importantes EE.UU. (52%), ALADI (24%) y UE (21%).

Sus ventas a la región fueron concretadas principalmente en Argentina (16%), Uruguay (3%) y Paraguay (2%).

De otra parte, fue el primer importador de la región en el rubro, lo que demuestra la fortaleza de su industria de producción y ensamble y su importante vinculación con EE.UU. (30%), Japón (22%), R. de Asia (14%), UE (13%) y A. de Bangkok (10%). Las compras que realizó en la región fueron poco significativas.

En tercer término se debe analizar el comercio brasileño de **Emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión (Part. 8525)**, cuyo intercambio total fue \$US 190 millones, dado que sus importaciones ascendieron a \$US 186 millones y sus exportaciones a \$US 4 millones. El bajo valor relativo de éstas últimas hace que nos refiramos únicamente a las primeras.

La partida representó el 25% de las compras sectoriales realizadas por el país y, asimismo el 16% del total regional del rubro, resultando ser las terceras importaciones más importantes de la partida en el área.

Los principales proveedores para el país resultaron ser la UE, con el 38% del valor de las compras realizadas, seguida de EE.UU. (36%) y Japón (15%). La participación de ALADI resultó ser inapreciable en las cifras.

Un cuarto lugar para el país tuvieron las **Partes y accesorios de los aparatos de las partidas 8519 a 8521 (Part. 8522)**, aunque sólo desde el punto de vista de las importaciones, puesto que éstas ascendieron a \$US 187 millones contra apenas \$US 0,5 millones de las ventas.

En ese comprendido, la relación porcentual de las compras del rubro significó para Brasil 25% de las efectuadas en el sector, mientras que para en el conjunto regional éstas representaron el 62% de la partida.

En el análisis de esta partida se puede comprobar la alta vinculación de la industria brasileña del sector con Japón, del cual provino el 33% de estas partes, asimismo la importancia que tienen en la misma los países del A. de Bangkok y de R. de Asia (cada uno 16%). Adquieren también importancia en este rubro países no identificados en el estudio, de los cuales provino una importante proporción, aproximadamente 30%.

Seguidamente corresponde analizar la partida **Giradiscos, tocadiscos, reproductores de casetes y demás reproductores de sonido (Part. 8519)**, pero únicamente desde la perspectiva de las importaciones, puesto que las ventas hechas por Brasil resultaron ser poco significativas.

Las compras del rubro sumaron alrededor de \$US 35 millones y equivalieron al 5% de las totales hechas por el país en el sector. Para la región este monto representó el 28% de las compras totales de la partida, resultando Brasil el segundo importador de la misma.

El proveedor mas importante para Brasil fue, de lejos, EE.UU, del cual provino el 92% de estos equipos. La zona prácticamente no tuvo participación en estas compras.

En lo que se refiere a la línea de **Aparatos receptores de televisión, incluso con radioreceptor o video incorporados (Part. 8528)** debemos referirnos solamente a las importaciones, las cuales ascendieron a \$US 33 millones, puesto que las exportaciones fueron insignificantes para la dimensión de Brasil.

La partida significó el 4% de la importaciones totales brasileñas del sector y, por otra parte, el 4% de las compras del área en el rubro, ocupando el octavo lugar en la zona.

Se deben destacar a EE.UU. (40%), Otros países (25%) y A. de Bangkok (6%) entre los países y regiones de origen de tales importaciones.

De la misma manera, en los **Aparatos de grabación o de reproducción de imágenes y sonido (videos) (Part. 8521)** debemos referirnos sólo a las importaciones, las cuales alcanzaron un monto de \$US 22 millones y significaron el 7% de las compras regionales del rubro.

Para estos equipos EE.UU. (41%), Japón (28%) y Otros países (24%) fueron los principales proveedores del mercado brasileño.

Finalmente, cabe referirse a la partida **Micrófonos; altavoces; auriculares, amplificadores eléctricos (Part. 8518)**, de los cuales el valor total de intercambio brasileño ascendió a 22 millones, correspondiendo \$US 7 millones a las exportaciones y \$US 15 millones a importaciones.

El valor exportado representó el 2% de las ventas totales brasileñas del sector y el 43% de las que realizó la región en el rubro.

Como principales mercados de tales ventas se debe señalar a ALADI (61%), Otros países (20%), UE (13%) y EE.UU. (9%). En la región cabe destacar como los tres principales compradores a Argentina (28%), México (9%) y Bolivia (8%).

Por su parte las importaciones realizadas fueron el 2% de las compras sectoriales brasileñas y el 8% respecto al total de importaciones regionales de la partida.

Como países de origen de tales importaciones sobresalen EE.UU. (30%), Resto de Asia (22%) y Japón (19%), siendo inexistente la región.

No se hace ninguna referencia a la partida **Magnetófonos y demás aparatos de grabación de sonido (Part. 8520)** porque no tuvo ningún significado en el comercio del país.

4.4. Colombia.

4.4.1. Comercio general.

El comercio de productos electrónicos de consumo tuvo una baja participación en el intercambio total colombiano del período. Es así que solamente llegó a representar el 0,6% de sus exportaciones globales y menos del 2% de sus compras también globales.

En su intercambio la región tampoco tuvo relevancia, dado que apenas equivalió al 0,2% de sus exportaciones y al 0,1% de sus importaciones intrarregionales.

Sin embargo, en valores absolutos el déficit que generó en su balanza comercial fue relativamente importante, puesto que ascendió a poco más de \$US 180 millones como consecuencia de que sus importaciones llegaron a ser \$US 185 millones y sus exportaciones solamente \$US 5 millones.

Por otra parte, el comercio colombiano significó el 1% de las exportaciones regionales del sector y, asimismo el 4% de las importaciones. En orden de importancia significa que fue el cuarto exportador y el sexto importador del área.

Para sus exportaciones ALADI fue muy importante, puesto que captó el 55% de las mismas. Estas ventas las realizó principalmente en Venezuela (28%), Ecuador (18%) y México (4%). Otros compradores resultaron ser EE.UU. (33%), Otros países (6%) y la UE (5%).

En cambio para sus importaciones la región no tuvo casi ninguna importancia (1%), no así EE.UU. (33%), Otros países (20%), UE (20%) y Japón (14%).

El intercambio de productos del sector tuvo un desarrollo muy significativo para Colombia en los últimos años, es así que sus exportaciones totales crecieron a una tasa anual de casi 40% y las realizadas a la región aproximadamente a 54%, por otra parte, sus importaciones totales se incrementaron algo más de 46% año y las provenientes de la región tuvieron un ritmo de casi 56%.

4.4.2. Comercio por grupos de productos.

Los productos que tuvieron mayor comercio en Colombia fueron los **Emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión (Part. 8525)**, en los cuales el volumen de su intercambio llegó a \$US 105 millones, que representó alrededor del 55% del comercio que tuvo en el sector en el período estudiado. De esa cantidad las exportaciones se aproximaron a \$US 1 millón y las importaciones alcanzaron a \$US 104 millones.

Pese al limitado volumen de las exportaciones conviene referirse a ellas en sentido de que representaron el 17% del total de las ventas del país, habiendo tenido como principales mercados a EE.UU. (80%) y ALADI (15%). En esta última como mercados más importantes se pueden señalar a Venezuela y Perú (4% cada uno).

Por su parte, las importaciones de la partida equivalieron al 56% de sus compras del sector y al 9% de las compras regionales del rubro.

Sus principales proveedores fueron EE.UU. (33%), UE (30%), Otros países (28%) y Japón (7%). La región sólo ocupó el 0,7% de su mercado y se puede decir que únicamente México tuvo ventas apreciables en él(0,5%).

En segundo término se debe hacer referencia a los **Aparatos receptores de radiotelefonía, de radiotelegrafía o de radiodifusión (Part. 8527)** que concentraron el 12% del comercio colombiano, aproximadamente \$US 24 millones. Únicamente nos ocuparemos de las importaciones, que llegaron a algo más de \$US 23 millones, puesto que las exportaciones fueron poco apreciables.

En ese sentido, se debe indicar que las mismas representaron el 12% del total de las compras totales de electrónicos de consumo del país y el 3% de las importaciones del rubro realizadas por la región.

Como sus principales proveedores se deben citar a Japón (33%), EE.UU. (26%) y A. de Bangkok (14%). La región, en los hechos, no tuvo importancia en el mercado colombiano.

Seguidamente, como tercer rubro significativo se debe analizar a los **Aparatos receptores de televisión, incluso con radioreceptor o video incorporados (Part. 8528)**, en los cuales el volumen de intercambio de Colombia llegó a \$US 21 millones, habiendo correspondido a exportaciones \$US 1 millón y a importaciones \$US 20 millones.

Las exportaciones fueron las mayores que realizó Colombia en el sector, 25% del total de sus ventas sectoriales y, asimismo, representaron el 9% de las regionales del rubro. El único destino de éstas fue ALADI, y dentro de ella Venezuela (58%) y Ecuador (42%).

Respecto a las importaciones, se debe anotar que las mismas representaron el 11% de las compras sectoriales efectuadas por el país. Estas provinieron principalmente de EE.UU. (27%), Japón (22%) y Otros países (15%), mientras que la región solamente le abasteció el 6%, particularmente desde México (5%).

En cuarto orden de importancia nos debemos referir a la partida correspondiente a **Partes destinadas a los aparatos de las partidas 8525 a 8528 (Part. 8529)**, en la cual el total del intercambio colombiano ascendió a \$US 20 millones, equivaliendo al 11% del comercio total del país en el sector. El valor de ventas fue poco significativo por lo que sólo nos referiremos a las importaciones.

En ese comprendido, el monto importado de este rubro equivalió al 10,4% del total de compras del país y en la región tuvo un peso aproximado al 3% de la partida. Desde el punto de vista de sus proveedores, se puede decir que EE.UU. (60%), UE (18%) y A. de Bangkok (11%) coparon su mercado. La región tuvo una leve participación en éste (0,5%) a través, principalmente, de Ecuador (0,3%).

Los **Aparatos de grabación o de reproducción de imágenes y sonido (videos) (Part. 8521)** tuvieron una quinta ubicación en el comercio colombiano, pero solamente como importaciones.

El monto total de éstas alcanzó a \$US 7 millones y equivalió al 4% de las compras colombianas del ramo. Como principal origen de las mismas debe citarse a Japón (50%), A. de Bangkok (24%) y EE.UU. (12%).

Una última partida a la que debe hacerse referencia es la correspondiente a **Micrófonos; altavoces; auriculares, amplificadores eléctricos (Part. 8518)**, puesto que la demás no tuvieron significado en el comercio del país.

Al igual que en los últimos casos, sólo nos referiremos a las importaciones dado que las ventas del rubro resultaron poco apreciables. El valor de éstas alcanzó a \$US 5 millones, significando el 3% del total de importaciones realizadas por el país en los productos del estudio.

Como origen de las mismas se debe mencionar a EE.UU. (36%), R. de Asia (21%), Japón (15%) y UE (13%).

Las primeras cuatro partidas analizadas representaron el 66% de las exportaciones y el 89% de las importaciones realizadas por Colombia.

Si se considera que el comercio exterior colombiano de los equipos del estudio estuvo orientado fundamentalmente a las importaciones, se debe resaltar el significado que tuvieron las cuatro partidas analizadas en primer término, dada que ellas concentraron el 89% de las mismas.

4.5. Chile.

4.5.1. Comercio general.

Los productos electrónicos de consumo tuvieron importancia para Chile únicamente por las importaciones realizadas, puesto que éstas alcanzaron a \$US 311 millones y representaron el 3% de sus importaciones globales del período. Mientras que las exportaciones apenas llegaron al millón de dólares, por lo que el sector debe ser tomado como un claro demandante de divisas para el país.

El sector no tuvo importancia en su comercio general con ALADI, dado que significó solamente el 0,03% de las exportaciones y el 0,5% de las importaciones globales intrarregionales chilenas.

El 7% de las importaciones del sector, cuartas en importancia en la región, son imputables a Chile.

Entre los principales países o regiones de origen de éstas se deben mencionar a Japón (24%), EE.UU. (18%), A. de Bangkok (18%), R. de Asia (8%) y Otros países (24%). ALADI participó en este mercado con sólo el 4%.

La tasa de crecimiento anual de las compras sectoriales del país en la serie histórica a que se refiere el cuadro N° 5, alcanzó al 13% anual, en tanto que las provenientes de los países miembros se incrementaron en cerca de 14%.

4.5.2. Comercio por grupos de productos.

Dado el bajo volumen de exportaciones del país, los comentarios que siguen se referirán únicamente a las importaciones.

La partida de mayor significado para país fue la de **Aparatos receptores de televisión, incluso con radiorreceptor o video incorporados (Part. 8528)**, cuyas importaciones llegaron a \$US 104 millones.

Esta partida representó el 34% del valor total de compras de Chile en el sector, asimismo, el 13% de las compras totales del rubro realizadas por los países de ALADI.

Como lugares de origen de las mismas se deben citar a: A. de Bangkok (36%), Otros países (25%), EE.UU. (13%) y Japón (11%). De los países de la región solamente a México (11%).

Un segundo análisis corresponde a **Aparatos receptores de radiotelefonía, de radiotelegrafía o de radiodifusión (Part. 8527)**, de los cuales las importaciones chilenas ascendieron a \$US 76 millones.

El monto anotado representó el 24% de sus compras del sector y, de la misma manera, el 9% de las regionales en el rubro, convirtiéndose en el cuarto país importador de la partida en la zona.

Como proveedores de este mercado se destacan Otros países (38%), Japón (27%) y R. de Asia (20%). La participación de ALADI resultó marginal (2%), especialmente proveniente de México.

En tercer lugar nos referiremos a la línea de **Emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión (Part. 8525)**. Esta es la única partida en la que merecen mencionarse las exportaciones, las cuales llegaron a \$us 600 mil y fueron las mayores realizadas por Chile.

Estas estuvieron orientadas principalmente a países de ALADI (57%) y a EE.UU. (24%). En ALADI sobresalen las ventas realizadas a Uruguay (16%), Colombia (14%) y Paraguay (10%).

Por su parte las importaciones chilenas del rubro bordearon los \$US 61 millones, habiendo significado el 20% del total de sus compras del sector y el 5% de las realizada por el área en esta línea de productos.

Sobresalen como países de origen de las mismas EE.UU. (42%), Japón (32%), Otros países (11%) y la UE (10%).

Seguidamente se mencionan a los **Aparatos de grabación o de reproducción de imágenes y sonido (videos) (Part. 8521)**, de los cuales las importaciones del país llegaron a sumar \$US 28 millones, equivalentes a 9% de sus importaciones sectoriales chilenas y al 9% de las regionales en el rubro.

Japón (34%), Otros países (35%) y A. de Bangkok (25%) fueron los lugares de procedencia más apreciables para estos productos.

Un quinto lugar de importancia para el intercambio de Chile representa la partida correspondiente a **Partes destinadas a los aparatos de las partidas 8525 a 8528 (Part. 8529)**, de las cuales el valor de compras ascendió a \$US 21 millones, y fueron equivalentes al 7% del total de compras sectoriales chilenas y al 3% de las efectuadas por la región en el rubro.

Entre los más importantes abastecedores de las mismas figuraron EE.UU. (47%), Japón (21%) y UE (16%). El área participó con el 2% de este mercado, particularmente a través de Brasil.

Para terminar nos referiremos a los **Micrófonos; altavoces; auriculares, amplificadores eléctricos (Part. 8518)**, dado que el resto de partidas no tiene importancia en el comercio chileno.

Estos accesorios tuvieron importaciones por un valor de \$US 14 millones, habiendo significado el 5% del total sectorial de compras de Chile y, por otra parte, el 8% del comercio regional de venida del rubro. El país resultó ser el tercer comprador de la región de esta partida, conjuntamente con Brasil.

Los países de procedencia fueron Japón (32%), EE.UU. (29%) y R. de Asia. La región participo con el 5% en este mercado, particularmente a través de Brasil (3%) y México (1%).

4.6. Ecuador.

4.6.1. Comercio general.

En la práctica el país no tuvo exportaciones de productos electrónicos de consumo, por eso nos remitiremos a analizar únicamente sus importaciones, las mismas que alcanzaron a \$US 33 millones, monto que debe imputárselo totalmente como déficit en su balanza comercial.

La participación del sector en las importaciones globales ecuatorianas no fueron importantes, pues apenas representaron el 1,4% de éstas. En la región, sus compras resultaron ser menos significativas aún, puesto que sólo llegaron al 0,2% de las totales efectuadas en el área.

Los principales países de origen de dichas compras fueron, según su orden de importancia, EE.UU. (28%), UE (25%), Otros países (19%) y R. de Asia (11%). De ALADI sólo provino el 3% de las mismas, principalmente de Brasil.

En Ecuador la compra de equipos electrónicos de consumo tuvo una evolución notable en los últimos cinco años, pues según se desprende de la observación del cuadro N° 5 la tasa anual de crecimiento de estos productos llegó aproximadamente a 45%.

4.6.2. Comercio por grupos de productos.

La partida más importante del comercio de Ecuador fue la de **Emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión (Part. 8525)**, de la cual importó un valor de cerca de \$US 8 millones, que representó el 24% de las importaciones que realizó en el sector. Esta cantidad tiene escasa importancia en las compras del rubro en la región, puesto que solamente equivalió al 0,6% de ese total.

Como países de procedencia de las mismas se debe mencionar a EE.UU (38%) y UE (36%). En la región sólo hizo compras a Brasil (8%).

Seguidamente nos referiremos a **Partes destinadas a los aparatos de las partidas 8525 a 8528 (Part. 8529)**, de las cuales el país adquirió un monto algo menor que el anterior, pero que en cifras redondas también se puede estimar en \$US 8 millones.

Este volumen representó cerca de 24% del comercio ecuatoriano del sector.

Como países de origen de las mismas se destacan las procedentes de la UE (47%), EE.UU. (16%) y Acuerdo de Bangkok (20%), no habiéndose registrado compras apreciables en la región.

En tercer lugar nos debemos referir a las importaciones de la partida **Aparatos receptores de televisión, incluso con radioreceptor o video incorporados (Part. 8528)**, que se acercaron a los \$US 6 millones, equivalentes al 17% de las compras sectoriales ecuatorianas.

El origen de éstas debe ser imputado principalmente a EE.UU. (38%) y Otros países (37%). En la práctica se podría decir que no existió comercio de esta partida con la región.

Finalmente se debe individualizar a la línea de **Aparatos receptores de radiotelefonía, de radiotelegrafía o de radiodifusión (Part. 8527)**, la cual tuvo importaciones por cerca de \$US 5 millones, cifra que significó el 15% de las compras sectoriales del país.

La procedencia de las mismas debe distribuírsela entre Otros países (38%), EE.UU. (25%) y R. de Asia (25%).

Las cuatro partidas antes referidas sumaron el 79% del comercio ecuatoriano de bienes electrónicos de consumo, las cinco partidas restantes no ameritan mayores comentarios por el bajo monto de su comercio.

4.7. *México.*

4.7.1. *Comercio general.*

Los datos del estudio de México no incluyen el comercio de maquila que el país realizó con EE.UU.. Las cifras que resultarían si se incluyera esta variable son tan grandes que desfigurarían las proporciones comerciales del conjunto regional.

En ese entendido, es necesario señalar que el sector tuvo mucha importancia para México desde el punto de vista del déficit que le generó, el cual ascendió a \$US 1.411 millones, que fue el más elevado del área, y que significó el 8% del déficit comercial global que tuvo el país en el período.

No obstante, en valores relativos el valor sectorial de su intercambio apenas representó el 0,2% de sus exportaciones y el 2,3% de sus importaciones globales.

Por otra parte, el volumen del intercambio de productos electrónicos de consumo con la región se puede decir que fue absolutamente marginal, dado que sólo equivalió a 0,1% y 0,05% de las exportaciones e importaciones globales que mantuvo con el área en el período, respectivamente.

México fue el segundo exportador de la región, después de Brasil, con una cifra de \$US 91 millones, que representó el 19% de las ventas totales que realizó la zona en el sector.

Para éstas el mercado más importante fue sin duda EE.UU. (91%). A la región se dirigió solamente el 2% de las mismas, principalmente a Chile (0,7%) y Brasil (0,4%).

En cuanto a sus importaciones, por cerca de \$US 1.502 millones, que fueron las más importantes entre los países miembros, es necesario indicar que representaron el 34% del total del comercio de ingreso en el área.

Como principales lugares de origen de éstas se debe destacar a EE.UU. (43%), Japón (18%), Otros países (16%) y R. de Asia (16%). ALADI prácticamente no tuvo participación en el mercado mexicano.

De acuerdo con los datos de los últimos cinco años para los que se dispone de información (ver cuadro N° 5), las ventas mexicanas tuvieron una tasa importante de expansión, algo más de 35% anual; por otra parte, las compras del país se proyectaron a una tasa de 16% anual durante ese mismo lapso, coeficiente que, si bien es menor a la tasa de incremento de sus exportaciones, resulta altamente significativo, dado que la proporción entre éste y el primer flujo fue de casi 17 a 1.

4.7.2. Comercio por grupos de productos.

En el caso de México se debe tener presente en primer término a los **Emisores de radio-telefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión (Part. 8525)**, los mismos que generaron un valor de intercambio de \$US 435 millones, de los cuales \$US 13 millones correspondieron al comercio de ida y \$US 422 millones al de vuelta. Consecuentemente, el déficit que arrojó la partida en el país fue \$US 408 millones.

Dichas exportaciones representaron aproximadamente el 15% de las ventas mexicanas del sector y, por otro lado, el 63% de las realizadas por la región en el rubro. En cuanto al monto de adquisiciones, éste equivalió al 28% de sus compras sectoriales y al 36% de las efectuadas por el área en la partida.

Como mercados más importantes para el país se deben destacar a EE.UU. 77% y UE (7%); siendo marginales las exportaciones que realizó a la región (Venezuela: 1%).

Por su parte los principales países de origen de éste comercio fueron EE.UU. (51%) y Japón (22%). Aunque resulte reiterativo, se debe indicar que la región fue marginal en el mercado mexicano.

El segundo rubro mas importante para México fue el que comprende a los **Aparatos receptores de televisión, incluso con radiorreceptor o vídeo incorporados (Part. 8528)**, cuyo valor de intercambio alcanzó a \$US 284 millones, o sea el 18% de su comercio del sector.

El déficit provocado por este rubro alcanzó el segundo orden de importancia, con un monto de \$US 278 millones.

Las exportaciones del país llegaron apenas a \$US 3 millones, sin embargo de ello, fue el segundo exportador de la zona en el rubro (24%). Las mismas estuvieron orientadas fundamentalmente a EE.UU. (80%). A la región sus ventas llegaron a 4%, y se concretaron principalmente en Chile (2%).

Respecto a las importaciones mexicanas se debe anotar que fueron las más importantes del área, por un monto de \$US 281 millones y equivalieron al 35% de las realizadas en la partida. Los países de origen de éstas fueron EE.UU. (56%), R. de Asia (28%), Otros países (10%) y Japón (4%). ALADI prácticamente no figura en este rubro.

Un tercer lugar de importancia en el comercio mexicano ocupan los **Aparatos receptores de radiotelefonía, de radiotelegrafía o de radiodifusión (Part. 8527)**, los cuales se aproximaron a los \$US 280 millones, habiendo sido las exportaciones \$US 4 millones y las importaciones \$US 275 millones. El saldo negativo del rubro, \$US 271 millones, fue el tercero más importante del sector para el país.

Pese a ser el segundo exportador de la región, México representó apenas el 1,2% de las exportaciones de este rubro, lo que da idea de la importancia que adquirió el primero de ellos que fue Brasil.

Como destino de estas ventas se deben mencionar a EE.UU. (58,4%) y, curiosamente a los países de ALADI (25%), dentro de los cuales sobresalieron Chile (12%) y Brasil (6%) como compradores.

De otro lado, las importaciones mexicanas fueron las más altas de la zona puesto que representaron el 34% de la partida. Estas provinieron de EE.UU. (23%), Otros países (30%), R. de Asia (28%) y Japón (17%), resultando inexistente la zona en el rubro.

A continuación, en cuarto lugar, se deben analizar las **Partes destinadas a los aparatos de las partidas 8525 a 8528 (Part. 8529)**, las cuales representaron las más altas exportaciones realizadas por México en el período, aproximadamente \$US 33 millones, resultando ser el 70% de las totales realizadas por el área en la partida.

Como principales lugar de destino de las mismas debe mencionarse únicamente a EE.UU. que absorbió el 94% de ese monto.

No obstante, el valor de las importaciones llegó a \$US 185 millones, siendo las segundas más significativas después de Brasil, representando el 29% de la partida.

Estas se distribuyeron entre EE.UU. (49%), UE (16%), Japón (17%) y R. de Asia (10%). ALADI, como en la mayoría de los casos vistos, no tuvo participación en estas compras.

En lo referente a **Aparatos de grabación o de reproducción de imágenes y sonido (vídeos) (Part. 8521)** debemos analizar únicamente las importaciones, cuyo monto alcanzó a \$US 152 millones y representó el 50% de las que efectuó la región en el período.

Cabe destacar como principales fuentes de origen de las mismas a **Otros países (37%)**, **Japón (26%)**, **R. de Asia (22%)** y **EE.UU. (15%)**. Resultando marginal la participación del área.

La partida **Micrófonos; altavoces; auriculares, amplificadores eléctricos (Part. 8518)** tuvo en México un valor de intercambio de \$US 97 millones, que equivalió al 6% del comercio del país en el sector. De éstos \$US 8 millones correspondieron a exportaciones y \$US 89 millones a importaciones, siendo su saldo negativo \$US 81 millones.

Las ventas significaron 9% de las totales realizadas por México en el sector y 51% de las efectuadas por la región en la partida.

En los hechos toda esta exportación fue destinada a EE.UU. (92%). A la región sólo dirigió el 2% de la misma, particularmente a Venezuela y Chile.

Las importaciones de estos productos significaron el 6% de las que realizó México en el sector, no obstante fueron las más importantes de la región en el rubro, puesto que asumieron el 47% del total.

EE.UU. (65%), R. de Asia (14%), Japón (12%) y la UE (4%) se destacaron como los principales países proveedores de las mismas.

El volumen de intercambio de **Partes y accesorios de los aparatos de las partidas 8519 a 8521 (Part. 8522)** alcanzó en el país cerca de \$US 55 millones, siendo las exportaciones \$US 22 millones, las segundas más importantes, equivalentes al 24% de sus ventas sectoriales y al 92% de las ventas del área en el rubro. Por su parte, las importaciones fueron aproximadamente \$US 34 millones, representando el 11% de las compras regionales de la partida y el 2% de las que realizó México en el sector.

El total de dichas exportaciones estuvo dirigido a EE.UU., mientras que las compras se distribuyeron entre Japón (61%), EE.UU. (16%), R. de Asia (12%) y Otros países (9%).

Finalmente conviene referirse a **Giradiscos, tocadiscos, reproductores de casetes y demás reproductores de sonido (Part. 8519)**, que alcanzó un volumen de intercambio de \$US 51 millones, equivalentes al 3% del comercio de México en el sector.

En los hechos fue el único país exportador de la región en la partida, por un valor de \$US 3 millones. Las importaciones del país se aproximaron a \$US 48 millones y fueron las más importantes de la región puesto que representaron el 38% del respectivo total.

En cuanto a los principales países con los que México intercambia estos productos se debe mencionar a EE.UU. como único receptor de sus exportaciones, y a Japón (35%), EE.UU. (34%), R. de Asia (16%) y Otros países 11%, como origen de sus importaciones.

4.8. *Paraguay.*

4.8.1. *Comercio general.*

El sector electrónico de consumo tuvo mucha importancia para Paraguay, ello desde el punto de vista de sus compras, dado que equivalieron a algo más del 9% de sus importaciones globales. Por otra parte, sus exportaciones no resultaron apreciables para fines del estudio.

Se puede afirmar que el comercio de electrónicos de consumo con la región no tuvo relevancia para Paraguay, dado que el indicador desciende a menos del 0,5% de sus importaciones totales provenientes de ella.

Por lo anteriormente expuesto se podrá deducir que el volumen del déficit que generó el sector en el país fue bastante elevado, redondeando un total de \$US 168 millones.

Como principales países de procedencia de este comercio se puede señalar a A. de Bangkok (27%), R. de Asia (22%), Japón (18%) y EE.UU. (16%). ALADI resultó marginal pues solo participó con el 2%, particularmente a través de Brasil (1,3%).

En cuanto a la evolución de las compras paraguayas en los últimos años, del cuadro N° 5 se puede inferir que las mismas se mantuvieron casi estáticas durante 1990 -1994, pues la tasa anual fue relativamente pequeña (-1,88%).

4.8.2. *Comercio por grupos de productos.*

La partida que mayor significado adquirió en el país fue la de **Aparatos receptores de televisión, incluso con radioreceptor o video incorporados (Part. 8528)**, de la cual las importaciones totalizaron aproximadamente \$US 73 millones, habiendo representado el 44% de la demanda externa paraguaya de productos del sector.

El país resulta ser el tercer importador de la región de estos productos, con el 9% del total de la zona.

Las regiones o países de procedencia de las mismas fueron A. de Bangkok (41%), R. de Asia (22%), Otros países (16%) y EE.UU. (13%). La región participó en esta demanda a través de Brasil (1,6%) y Uruguay (1%).

En segundo orden de importancia se debe mencionar a la línea de **Aparatos receptores de radiotelefonía, de radiotelegrafía o de radiodifusión (Part. 8527)**, cuyas importaciones ascendieron a algo más de \$US 49 millones, equivalentes al 29% de las compras paraguayas del sector y al 6% de las importaciones regionales del rubro.

El origen de las mismas fue principalmente R. de Asia (36%), Otros países (17%), Japón (16%), A. de Bangkok (16%) y EE.UU. (13%). De la región provino sólo el 2%, especialmente de Brasil (1,4%).

Con relación a la partida **Aparatos de grabación o de reproducción de imágenes y sonido (videos) (Part. 8521)** se puede indicar que Paraguay fue el quinto importador de la región, por un valor de \$US 27 millones, que representó el 16% de sus compras sectoriales y el 9% de las realizadas por la región en el rubro.

Los países de origen de las mismas fueron Japón (41%), A. de Bangkok (24%), Otros países (15%) y EE.U. (15%). La presencia más significativa de los países de ALADI se dio en Brasil (1%).

Un último rubro al que se debe hacer referencia en el caso de Paraguay es el de **Emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión (Part. 8525)**, del cual el valor de las importaciones llegó a aproximadamente \$US 8 millones, representando el 5% de las totales efectuadas por el país en el sector.

La procedencia de las mismas se concentró en Japón (48%) y EE.UU. (39%), habiendo estado el resto muy diversificado entre otras fuentes. De la región solo se puede mencionar a Chile y Argentina (1% cada uno).

El resto de las partidas no tuvo un comercio importante para el país.

4.9. *Perú.*

4.9.1. *Comercio general.*

En el caso peruano, al igual que en el anterior, solamente nos referiremos a las importaciones puesto que las exportaciones fueron, en los hechos, inexistentes. En ese entendido, se debe considerar que los \$US 114 millones de su comercio deben imputárselos como saldo negativo en su balanza comercial, los cuales, a su vez, asumen algo más del 21% del déficit comercial global total que tuvo el país en el período.

Dicho valor representó cerca del 3% de sus importaciones también globales totales. En cuanto al comercio que el país mantuvo con el área, se puede afirmar que el mismo no tuvo ninguna incidencia.

En lo que respecta a la procedencia de sus importaciones se debe indicar que estas estuvieron distribuidas entre EE.UU. (25%), Japón (23%), Otros países (19%), A. de Bangkok (15%) y R. de Asia (10%). De ALADI solo provino el 3%, particularmente de Brasil (1%) y México (1%).

Respecto a la evolución del comercio peruano en la serie de cinco años a que se refiere el cuadro N° 5, se podría indicar que las importaciones peruanas tuvieron un acentuado crecimiento, pues la tasa anual arrojó un 47% de incremento en el período.

4.9.2. Comercio por grupos de productos.

En primer lugar debemos referirnos a los **Aparatos receptores de televisión, incluso con radioreceptor o video incorporados (Part. 8528)**, de los cuales las importaciones peruanas llegaron a \$US 35 millones, equivalentes al 30% de las compras nacionales que efectuó en el sector y al 4% de las compras regionales del rubro.

Este sólo rubro es responsable de casi el 7% del déficit comercial global de Perú en el lapso analizado.

En cuanto a áreas y países más destacados en el abastecimiento del mercado peruano de la partida se deben mencionar a Japón (27%), A. de Bangkok (27%), Otros países (18%) y EE.UU. (14,3%), mientras que en la región, que apenas participó con el 4% de este mercado, únicamente se debe citar a México (3%).

La línea de **Aparatos receptores de radiotelefonía, de radiotelegrafía o de radiodifusión (Part. 8527)** ocupó el segundo lugar en las importaciones del país. El monto total de las mismas se aproximó a \$US 31 millones, el cual representó el 27% de las compras sectoriales peruanas y el 14% de las que realizó la región en esta partida.

Entre los proveedores de este mercado se destacaron Japón (25%), EE.UU. (19%) y R. de Asia (17%). En este caso resulta también irrelevante referirse a las procedentes de los países miembros.

Un tercer orden de importancia debe atribuirse al rubro de **Emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión (Part. 8525)**, cuyas importaciones llegaron a \$US 20 millones, que equivalieron al 18% de las efectuadas en el sector por Perú y al 2% de las que realizó la región en esta línea de productos.

Nuevamente se distinguen como países de origen de las mismas EE.UU. (46%), Japón (14%) y UE (14%). ALADI tuvo una presencia relativamente significativa en el rubro (6%), mediante Brasil (5%) y Argentina (1%).

En cuarto lugar se debe mencionar a las **Partes destinadas a los aparatos de las partidas 8525 a 8528 (Part. 8529)**, las mismas que se importaron por un valor de \$US 11 millones, que fueron equivalentes al 9% de las importaciones sectoriales del país.

Como lugares de procedencia de las mismas debe señalarse a EE.UU. (46%), Japón (19%) y A. de Bangkok (17%). De ALADI (4%) solamente merece mencionarse a Brasil (3%).

Finalmente cabe analizar a la partida **Aparatos de grabación o de reproducción de imágenes y sonido (videos) (Part. 8521)** como integrante del comercio más significativo de Perú en el sector. El monto importado de la misma ascendió a \$US 8 millones, que representó aproximadamente 7% de sus compras sectoriales. Este valor no tuvo mayor significado en las importaciones del rubro efectuadas por la región (3%).

En este caso también se deben distinguir a Japón (36%), A. de Bangkok (27%) y EE.UU. (14%) como zonas o países más importantes de procedencia, no así ALADI, la que prácticamente no tuvo presencia en el rubro.

4.10. *Uruguay.*

4.10.1. *Comercio general.*

Al igual que en los dos últimos casos, en Uruguay el sector adquiere importancia por las importaciones efectuadas.

Es así que los \$US 103 millones de su comercio deben registrárselos como saldo negativo de su balanza comercial y como generador del 16% del déficit comercial global que tuvo el país en el período.

La participación del sector electrónico de consumo en el total global de las importaciones uruguayas alcanzó a 4%, por lo que se puede asumir que éste tiene una importancia relativa en la economía del país.

Uruguay representó el 2% de las importaciones regionales del sector, destacándose entre sus proveedores A. de Bangkok (48%), EE.UU. (14%) y R. de Asia y Japón (cada uno 7%). ALADI sólo abasteció el 3% de este mercado, particularmente a través de Brasil (2%) y Argentina (1%).

Las importaciones uruguayas tuvieron un incremento acelerado en el período a que se refiere el cuadro N° 5, es así que llegaron a una tasa de 22% anual, en tanto que las procedentes de la región decrecieron a un ritmo anual equivalente a 10%.

4.10.2. *Comercio por grupos de productos.*

En el comercio uruguayo se debe distinguir en primer lugar a la partida de **Aparatos receptores de televisión, incluso con radioreceptor o video incorporados (Part. 8528)**, la cual se importó por un valor aproximado de \$US 67 millones. Este monto representó el 65% de las importaciones sectoriales del país y equivalió al 8% de las compras regionales de dichos aparatos.

El déficit de esta sola partida absorbe el 65% del que tuvo en el sector y, asimismo, el 11% del déficit global que tuvo en su comercio total del período.

Como principales vendedores en el mercado uruguayo se debe mencionar únicamente a A. de Bangkok (68%) y EE.UU. (7%). Las ventas de ALADI al país no alcanzaron al 1%.

Seguidamente, se destacan la importaciones de **Aparatos receptores de radiotelefonía, de radiotelegrafía o de radiodifusión (Part. 8527)**, las cuales llegaron a \$US 17 millones y representaron el 16% de las compras sectoriales del país.

Los proveedores más importantes de estos productos para Uruguay fueron Otros países (40%), R. de Asia (16%), EE.UU. (14%), Japón (9%) y ALADI (7%). Dentro de esta última sobresalieron Brasil (5%) y Chile (1%).

En tercer lugar debemos referirnos a la partida **Emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión (Part. 8525)**, cuyo valor de compras alcanzó a \$US 7 millones, cerca del 7% de las importaciones del país.

Estas compras se concentraron en EE.UU. (65%) y Japón (20%), proviniendo de la región solamente el 4%, a través de Chile (2%) y Argentina (2%).

Finalmente adquiere importancia para Uruguay el rubro de **Aparatos de grabación o de reproducción de imágenes y sonido (videos) (Part. 8521)**, el cual alcanzó poco menos de \$US 7 millones de importaciones.

Entre las regiones y países de origen del mismo se destacan A. de Bangkok (42%), Japón (20%) y EE.UU. (17%). La región resultó ser irrelevante en el comercio de este rubro.

Las cifras de comercio de los otros rubros no resultan apreciables para el análisis.

4.11. Venezuela.

4.11.1. Comercio general.

El valor total del intercambio de Venezuela en equipos electrónicos de consumo alcanzó a \$US 250 millones, de éstos las exportaciones fueron solamente 2 millones y las importaciones \$US 248 millones. En consecuencia el déficit acumulado en el lapso fue \$US 246 millones.

Resultan, por lo tanto, poco apreciables las exportaciones que realizó en el sector dentro de su comercio general, no así sus compras, que significaron algo más del 2% de sus importaciones globales. En cuanto a su comercio con los países de la región, tanto de ida como de vuelta, el sector no tuvo significado para Venezuela.

Del pequeño monto de exportaciones anotado el 39% estuvo dirigido a Otros países, el 28% a EE.UU. y a ALADI el 26%, particularmente a Colombia (16%) y Brasil (6%).

Por su parte, las compras venezolanas se realizaron principalmente en EE.UU. (53%), Japón (14%) y la UE (11%). De la región solo adquirió el 1%, particularmente de México y Colombia, en partes iguales.

En el período de cinco años, cuyos datos se registran en los cuadros Nos 4 y 5, se puede observar que el monto de exportaciones venezolano decayó a una tasa anual de - 23%, en cambio las importaciones, en el mismo lapso, se incrementaron en algo más de 18% anual. Estos indicadores, para el comercio con la región, llegaron a 11% y 21%, respectivamente.

4.11.2. Comercio por grupos de productos.

En cuanto al comercio por partidas corresponde referirse en primer término al rubro de **Emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión (Part. 8525)**, en el cual se debe destacar solamente las exportaciones que ascendieron a \$US 111 millones.

Dicho monto significó el 45% del total de las compras venezolanas del sector y el 10% de las que efectuó la región en esta línea de productos.

Como principales países de procedencia de las mismas se debe mencionar a EE.UU. (67%), UE (14%) y Japón (12%). Resultando marginal la región en tales compras.

Continúa en importancia la partida correspondiente a los **Aparatos receptores de televisión, incluso con radioreceptor o video incorporados (Part. 8528)**. Esta es una de las dos partidas que registra exportaciones venezolanas, aunque por un monto pequeño, \$US 300 mil, las cuales estuvieron dirigidas a Colombia (40%), EE.UU. (21%) y UE (17%).

Por su parte, el valor de compras alcanzó a \$US 36 millones, significando el 39% de las compras sectoriales venezolanas y el 4% de las importaciones de la región en el rubro.

Estas provinieron particularmente de EE.UU. 62% y Otros países (16%). De la región (4%), se debe destacar solamente a México (3%) y Colombia (1%) como países de procedencia.

Un tercer orden de importancia en el comercio venezolano del sector debe ser atribuido a las **Partes destinadas a los aparatos de las partidas 8525 a 8528 (Part. 8529)**, aunque sólo desde el punto de vista de las importaciones, las mismas que ascendieron a \$US 33 millones, aproximadamente el 13% del valor de compras del país en el sector y el 5% de las que realizó la región de dichas partes.

Como origen de las mismas debe señalarse a EE.UU. (32%), Japón (29%) y la UE (26%), con una participación muy baja de la región a través de México (1%).

Seguidamente cabe referirse a los **Aparatos receptores de radiotelefonía, de radiotelegrafía o de radiodifusión (Part. 8527)**, de los cuales el valor de las compras venezolanas fue \$US 26 millones, aproximadamente 10% de las totales realizadas por el país en el sector y 3% de las efectuadas por la región de estos aparatos.

Se destacan en el rubro las importaciones desde EE.UU. (38%) y de Otros países (35%), mientras que la región tiene presencia solamente por medio de Colombia (1%).

En cuanto a los **Aparatos de grabación o de reproducción de imágenes y sonido (videos) (Part. 8521)** se deben resaltar, asimismo, las importaciones, las mismas que llegaron a \$US 15 millones, representando el 6% de las totales del país en el sector y el 5% de las compras regionales de la partida.

En el rubro se debe citar a EE.UU. (37%), Otros países (30%) y Japón (25%) como principales proveedores. Los países del área no tuvieron ninguna participación en este mercado.

En último término nos referiremos a la partida **Micrófonos; altavoces; auriculares, amplificadores eléctricos (Part. 8518)**, de las cuales Venezuela acusa algunas exportaciones, por un valor de \$US 300 mil, principalmente dirigidas a EE.UU. (34%) y ALADI (52%), dentro de ésta fundamentalmente a Colombia (29%) y Brasil (22%).

Por otro lado, las importaciones venezolanas, por un valor de \$US 10 millones, tuvieron como países de origen más importantes a EE.UU. (50%), Otros países (19%) y Japón (13%). Las procedentes de la zona representaron menos de 2%, y se concentraron en Brasil (1%) y Colombia (0,5%).

5. Resumen del comercio regional de la principales partidas seleccionadas.

En el cuadro N° 26 se presenta una síntesis del comercio regional de equipos electrónicos de consumo, el cual resulta ser una primera conclusión que se desprende del análisis efectuado en el apartado anterior.

De la lectura del mismo surge que los productos comprendidos en las partidas que se detallan a continuación fueron las que tuvieron mayor significado para la región:

NALADISA	DESCRIPCIÓN
8525	Aparatos emisores de radiotelefonía, de radiotelegrafía, de radiodifusión o de televisión, incluso con un aparato receptor o un aparato de grabación o de reproducción de sonido, incorporados; cámaras de televisión.
8527	Aparatos receptores de radiotelefonía, de radiotelegrafía o de radiodifusión, incluso combinados en un mismo gabinete con un aparato de grabación o de reproducción de sonido o con un reloj.
8528	Aparatos receptores de televisión (incluidos los videomonitores y los videoproyectores), incluso con un aparato receptor de radiodifusión o un aparato de grabación o de reproducción de sonido o de imágenes incorporados.
8529	Partes identificables como destinadas, exclusiva o principalmente, a los aparatos de las partidas 8525 a 8528.

En efecto, estas cuatro partidas concentraron aproximadamente el 89% del valor de las exportaciones y el 78% del valor de las importaciones del sector realizadas por la zona en el período del estudio.

En este detalle los países con ventas más apreciables, como son los casos de Argentina, Brasil y México, se encuentran reflejados con la mayor parte de las mismas, observándose que especialmente para Argentina y Brasil el cuadro resulta relevante, dado que en él se concentra más del 90% de sus exportaciones.

Por el lado de las importaciones la concentración es mayor en el cuadro, dado que para 7 de los 11 países se encuentra más del 80% del monto sectorial de compras. En todos los casos esta proporción pasa del 65%.

El cuadro orienta hacia donde deben estar dirigidos los esfuerzos de producción de los países miembros para dinamizar el comercio al interior de la región, pues en él se manifiesta una relación de importaciones y exportaciones de algo más de ocho a uno.

Los gráficos 9 y 10 permiten apreciar de mejor manera la proporcionalidad de los valores anotados.

GRAFICO 9

EXPORTACIONES - ELECTRONICA DE CONSUMO RESUMEN DEL COMERCIO SEGUN LAS PRINCIPALES PARTIDAS SELECCIONADAS

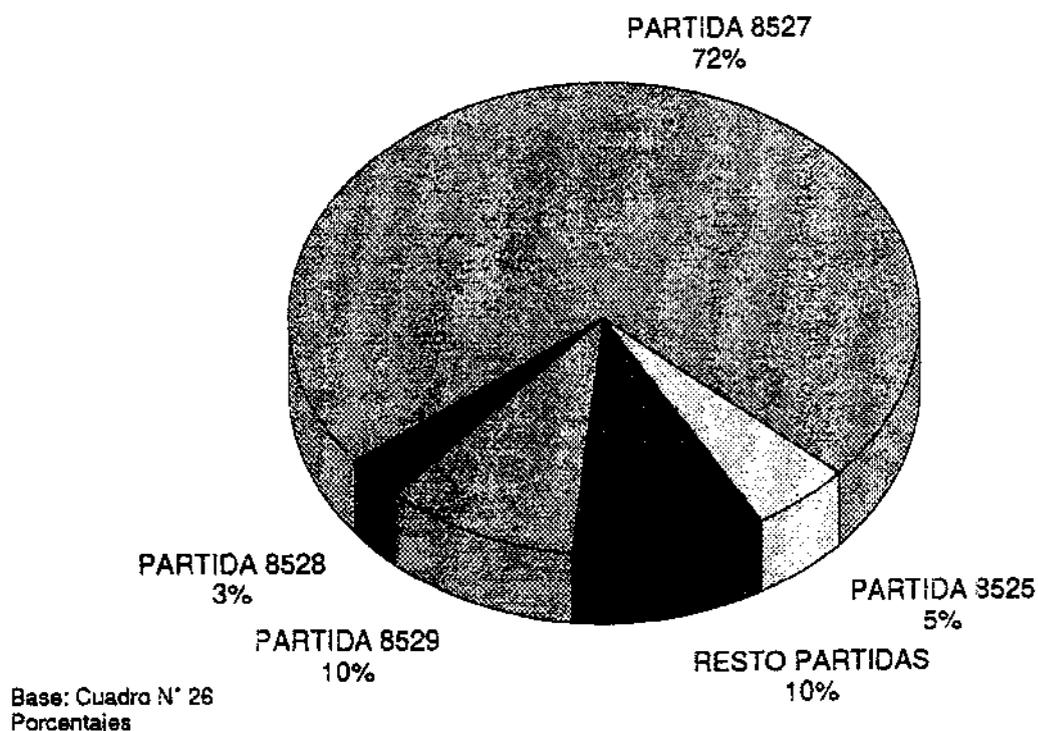
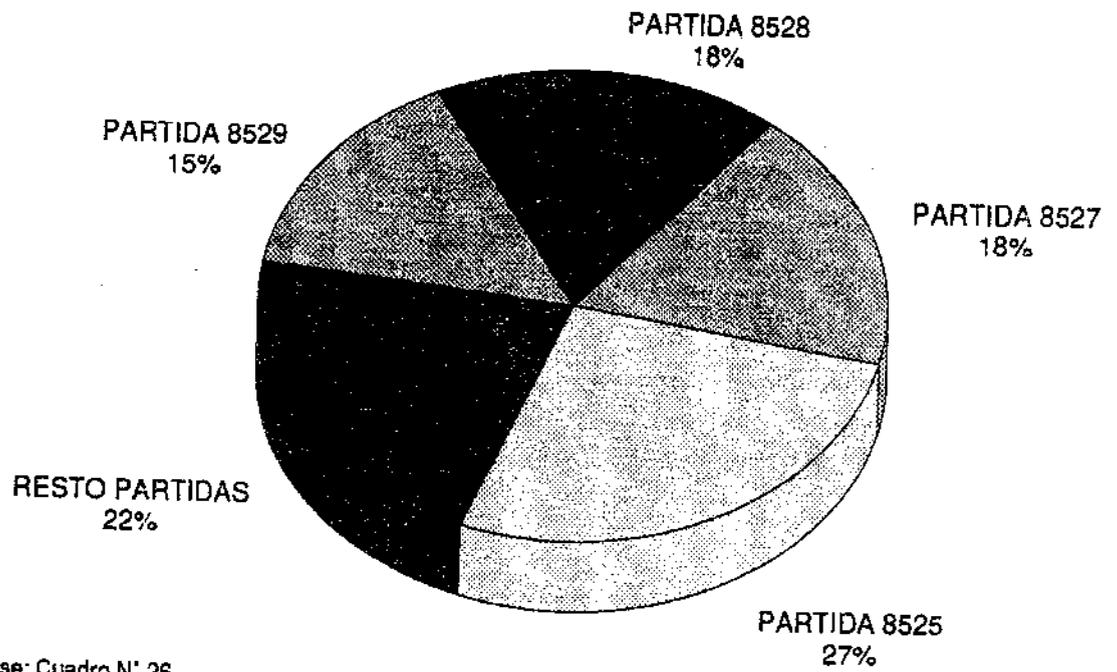


GRAFICO 10

IMPORTACIONES - ELECTRONICA DE CONSUMO RESUMEN DEL COMERCIO SEGUN LAS PRINCIPALES PARTIDAS SELECCIONADAS



Base: Cuadro N° 26
Porcentajes

CAPÍTULO III

EL COMERCIO DE HORNOS DE MICROONDAS

El estudio de hornos de microondas (HM) ha sido incluido en el presente informe a solicitud expresa de algunos de los operadores económicos del sector electrónico de consumo de la región.

Este bien se identifica en el ítem 8516.50.00 --Hornos de microondas-- de la nomenclatura arancelaria de la Asociación, comprendido dentro de la partida 8516 que engloba a los calentadores eléctricos en general.

El comercio del producto resulta poco significativo en el comercio del área si se lo compara con la magnitud de las cifras que se manejaron anteriormente. Para empezar se debe indicar que la región prácticamente no realizó exportaciones. La cifra de \$US 48 mil que se registra como ventas totales (promedio anual de los tres últimos años con información disponible), resulta totalmente irrelevante para realizar un análisis, razón por la que los comentarios que continúan están orientados únicamente a las importaciones (ver cuadro N° 27).

En ese sentido, se podría indicar que el valor total de importaciones de HM se aproximó a \$US 83 millones, monto que equivale al 1,9% de las importaciones totales de los productos estudiados anteriormente.

De la lectura del cuadro indicado se infiere que estas compras fueron efectuadas principalmente por México, Argentina y Chile, los cuales detentaron el 70% de las importaciones del área.

En cuanto a los países de origen más representativos para la región se deben señalar particularmente a Corea del Sur y EE.UU., que representaron el 34 y 30% del total indicado. En tanto que Corea del Norte, tercer país proveedor, con el 10%, solamente es significativo por las ventas que realizó a México.

Para los tres países del área con mayor volumen de comercio la procedencia de las importaciones fue: para el caso de Argentina, particularmente Corea del Sur (53%) y EE.UU. (9%); para el de Chile, fundamentalmente Corea del Sur (84%); y para el de México, EE.UU. (54%) y Corea del Norte (28%).

Desafortunadamente no se dispone de información sobre la producción regional de HM por lo que no se puede hacer una apreciación completa de la importancia que estos equipos tienen en la actividad productiva y comercial general del área.

CAPÍTULO IV

PREFERENCIAS OTORGADAS Y ARANCELES VIGENTES

Forman parte del presente estudio tres unidades de soporte magnético (disquetes) que contienen el consolidado de las preferencias concedidas recíprocamente por los países miembros en productos del sector, asimismo, un cuarto disquete que consigna los aranceles nacionales vigentes a la fecha.

3.1. EXPLICACIÓN DEL CUADRO DE PREFERENCIAS ADJUNTO EN SOPORTE MAGNÉTICO.

Las preferencias otorgadas en forma recíproca por los países miembros derivan de los diferentes acuerdos que suscribieron en el marco del TM80, los cuales corresponden a la siguiente clasificación:

- Acuerdos de Renegociación del Patrimonio Histórico. Emergentes de las negociaciones sobre concesiones anteriores convenidas al amparo del Tratado constitutivo de la ALALC (AAP.R).
- Acuerdos Comerciales (AAP.C)
- Acuerdos de Alcance Parcial de Complementación Económica (AAP.CE)

Dicha información se presenta resumida en una planilla de doble entrada en formato ASCII -Imagen de Impresión. El contenido y significado de las columnas es el siguiente:

PLANILLA DE PREFERENCIAS OTORGADAS

COLUMNAS	DESCRIPCIÓN
NALADI/SA	Código de la nomenclatura arancelaria de la ALADI, basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.
DESCRIPCIÓN	Glosa de la partida de la nomenclatura a la que sigue la glosa de la subpartida, si la hubiere, y a ésta la glosa del ítem que corresponde al producto negociado.
OTORGANTE	Nombre del país que concede la preferencia.
ACUERDO	Identificación del Acuerdo que establece la preferencia.

Planilla de preferencias otorgadas (Cont.)

COLUMNAS	DESCRIPCIÓN
BENEFICIARIOS	País o países que se benefician con la preferencia.
PREFERENCIA	Preferencia concedida en términos porcentuales PORCENTUAL sobre el Arancel Vigente.
PREFERENCIA	Gravamen que corresponde aplicar efectivamente RESIDUAL descontada la preferencia porcentual otorgada.
ESPECÍFICO	Preferencia porcentual sobre un arancel PORCENTUAL específico, si lo hubiere.
ESPECÍFICO	Gravamen específico que corresponde aplicar RESIDUAL e f e c t i v a - mente una vez descontado el porcentaje de la preferencia concedida.
OBSERVACIÓN	Especificaciones que los países signatarios establecieron para negociar los productos toda vez que la preferencia otorgada no cubra la totalidad del ítem o éstos deban cumplir algunas condiciones especiales.

Nota 1: El Acuerdo de Complementación Económica N° 33 se encuentra en revisión por lo que la información relativa a éste tiene carácter preliminar y se la proporciona en forma separada en el disquete N° 3.

Nota 2: La planilla de preferencias no considera el Acuerdo de Alcance Regional que establece la "Preferencia Arancelaria Regional" ni el régimen de liberación vigente entre los países del "Grupo Andino", por lo que los mismos se tratan particularmente a continuación.

3.2. PREFERENCIA ARANCELARIA REGIONAL -PAR- (AAP/4).

Mediante el presente Acuerdo los países miembros se otorgan recíprocamente preferencias porcentuales sobre el nivel arancelario que aplican a países de extrazona⁽²⁾.

Estas preferencias están otorgadas de conformidad con las categorías de países previstas en el ordenamiento jurídico de la Asociación. En marzo de 1987 y junio de 1990 los países acordaron sendos Protocolos Modificatorios, a través de los cuales se profundizó la magnitud básica que había sido aprobada originalmente, de acuerdo al siguiente detalle:

⁽²⁾ Perú no adoptó aún el Segundo Protocolo Modificador de la PAR, por tal circunstancia no goza de los beneficios del Acuerdo pero mantiene el compromiso de aplicar a los demás las preferencias convenidas en el Primer Protocolo Modificador. Esto es: para los PMDER 14% (Mediterraneos 15%); países de desarrollo intermedio 10 y restantes países 6%.

MAGNITUD DE LAS PREFERENCIAS SEGÚN CATEGORÍAS DE PAÍSES

PAÍS OTORGANTE	PAÍS RECEPTOR		
	PMDER	Países de desarrollo intermedio	Restantes países
	%	%	%
PMDER	20	12	8
Países de desarrollo intermedio	28	20	12
Restantes países	40	28	20

- Países de menor desarrollo económico relativo (PMDER): Bolivia, Ecuador y Paraguay.
- Países de desarrollo intermedio: Colombia, Chile, Perú, Uruguay y Venezuela.
- Restantes países: Argentina, Brasil y México.

Las mayores preferencias son otorgadas por los denominados "Restantes países" a los "Países de menor desarrollo económico relativo - PMDER" (40%) y las menores las concedidas por éstos a los "Restantes países" (8%).

Los países mediterráneos de la región, Bolivia y Paraguay, reciben en sustitución de las preferencias señaladas en el cuadro las siguientes:

PMDER	24%
Países desarrollo intermedio	34%
Restantes países	48%

En el capítulo cuarto de este Acuerdo se establecen listas de excepciones para cada país miembro, con la finalidad de que los productos incluidos en ellas se mantengan al margen de la preferencia regional, haciéndose constar, sin embargo, que dichas listas no afectarán las exportaciones de productos originarios de los PMDER.

De acuerdo con lo observado en tales listas, Chile, Paraguay y Venezuela no tienen ningún ítem del sector exceptuado de la PAR. Las excepciones de los demás países se detallan en el Anexo II.

Debe tomarse en cuenta que las preferencias anteriores no son acumulativas con las otorgadas por los países mediante otros Acuerdos.

3.3. ACUERDO DE CARTAGENA.

Este Acuerdo, constituido por Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela tiene vigencia desde mayo de 1969. En mayo de 1992 fue concluido el programa general de liberación del comercio entre sus países miembros. El mismo fue perfeccionado a fines de 1993, cuando Ecuador desgravó a favor de Venezuela una lista reducida de productos que mantenía exceptuada, y en mayo de 1994, cuando se estableció el programa de incorporación de Perú al mismo.

La participación del Perú en la zona de libre comercio andina ha quedado postergada hasta el 31 de enero de 1996, fecha en la que se decidirá su incorporación plena a la misma. Entre tanto se encuentran vigentes los acuerdos bilaterales que tiene suscritos con los demás países del Grupo.

Por otra parte, en noviembre de 1994 Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela aprobaron el arancel externo común dirigido a terceros países, cuya estructura contempla cuatro niveles: de 5, 10, 15 y 20% "ad valorem" y, asimismo, sendas listas de excepciones por cada país. Bolivia está autorizada para aplicar con carácter general un nivel arancelario de 10%.

Perú se encuentra eximido de la aplicación del AEC hasta el 31 de enero de 1996, fecha en la que determinará su intervención en el mismo, mientras tanto continúa operando con su arancel nacional.

Los niveles arancelarios fijados para los productos del sector son los siguientes:

PARTIDA	AEC %
8518	15
8519	20
8520	20
8521	20
8522	10
8525	15
8527	20
8528	20
8529	15

Los únicos items que mantienen niveles de AEC diferentes a los de sus respectivas partidas son los siguientes:

ITEM	AEC %
8518.90.00	10
8519.40.00	15
8522.10.00	15
8527.90.00	15
8529.10.10	10
90.90	10
8516.50.00	20

Ninguno de los países cuenta con productos del sector electrónico de consumo en su lista de excepciones, por lo que les corresponde la aplicación del AEC establecido.

3.4. EXPLICACIÓN DEL CUADRO DE GRAVÁMENES DE IMPORTACIÓN ADJUNTO EN SOPORTE MAGNÉTICO.

Como se dijera anteriormente, los aranceles de importación vigentes en los países miembros a la fecha del estudio (12/07/96) se presentan en el disquete N° 4 adjunto al presente informe.

Dicha información se presenta resumida en una planilla de doble entrada en formato ASCII -imagen de impresión. El contenido y significado de las columnas es el siguiente:

PLANILLA DE GRAVÁMENES DE IMPORTACIÓN

COLUMNAS	DESCRIPCIÓN
ARANCEL	Código de la nomenclatura arancelaria nacional, basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.
DIFERENCIADOR	Número utilizado por algunos países para desagregar el código arancelario y especificar un producto particular.
DESCRIPCIÓN	Glosa de la partida de la nomenclatura a la que sigue la glosa de la subpartida, si la hubiere, y a ésta la glosa del ítem que corresponde al producto negociado.
RÉGIMEN LEGAL	El tratamiento legal que tiene el producto en el país informante: LI = Libre importación; IP = Importación prohibida; LP = Licencia Previa.
CÓDIGO	Se refiere al código de los gravámenes que se GRAVAMEN describen en las columnas siguientes.
GRAVÁMENES AD-VALOREM	Cinco columnas que contienen los diferentes aranceles de importación como porcentaje del valor de los productos. En el encabezamiento de cada columna se identifica el código del gravamen correspondiente.
GRAVÁMENES ESPECÍFICOS	Arancel fijo que paga el producto por unidad de peso, volumen, cantidad, etc.. En el encabezamiento de la columna se identifica el código correspondiente.
CONDICIÓN ESPECIAL	Especifica las normas particulares establecidas en el país para la importación del producto según los códigos de los gravámenes ad-valorem o específicos que se traten.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. El sector electrónico de consumo tuvo una baja participación en el comercio general de la región. En efecto, en lo que se refiere a exportaciones apenas representó el 0,33% de las exportaciones globales y solamente tuvo alguna relevancia para Brasil, en cuyo caso particular este indicador se acercó al 1%.
2. Igual situación se presentó en las importaciones, en las cuales el sector significó el 2,9% de las compras globales de la región, distinguiéndose únicamente Paraguay, Argentina y Uruguay con indicadores nacionales superiores al promedio regional.
3. Dicha apreciación puede ser reiterada en relación al comercio intrarregional, dado que las exportaciones sectoriales dirigidas a los propios países miembros equivalieron al 0,13% de las exportaciones globales realizadas dentro del área y este indicador, para las importaciones, llegó apenas al 0,4% del total global regional.
4. Pese al bajo significado de las cifras relativas anotadas, la balanza comercial comunitaria del sector arrojó un déficit importante de \$US 4 mil millones, lo cual fue consecuencia del bajo valor de las exportaciones, las cuales representaron algo menos de la décima parte de las importaciones, por lo que se puede concluir que el sector es un neto demandante de divisas para la región.
5. Todos los países miembros obtuvieron saldos negativos en su balanza comercial, distinguiéndose México, Brasil y Argentina porque juntos sumaron 70% del déficit de la región.
6. Siendo ésta una proporción elevada para los países más industrializados del área y dada la alta reposición de los equipos del sector, se puede inferir que existe una limitada capacidad de innovación tecnológica de estos equipos en la región.
7. El comercio regional apenas representó el 6% de las exportaciones y el 2% de las importaciones totales del sector. Ello pone en evidencia el potencial del mercado comunitario para sustentar el desarrollo de la industria regional de electrónicos de consumo en el mediano plazo.
8. La actividad exportadora del área se concentró en Brasil y México, los cuales realizaron el 95% de las exportaciones del sector. Por su parte, el 73% de las importaciones correspondieron al agregado de las de Argentina, Brasil y México.
9. La región sólo fue importante para las exportaciones de Argentina y Colombia, en cuyos casos captó el 81% y el 55% de sus respectivas ventas.
10. En lo que se refiere al comercio con países de extrazona, se debe resaltar el significado que tuvo Estados Unidos para los países de la región, dado que absorbió el 79% de las ventas y fue proveedor del 36% de sus compras totales.

11. En segundo término se debe mencionar al conjunto de países asiáticos considerados en el estudio, los cuales, reunidos, abastecieron el 36% de las importaciones del área. Sin embargo, estos países no tuvieron ningún significado como mercado para la producción regional.
12. La falta de información sobre producción de equipos electrónicos de consumo en los países miembros impide apreciar el significado real del sector en la actividad económica general de la región. Sin embargo, dados los bajos índices de comercio exterior anteriormente anotados, se puede suponer que la producción local abastece adecuadamente la demanda interna de equipos comunes y que las importaciones están orientadas hacia los equipos electrónicos de más reciente generación, esto especialmente en los países mayores e intermedios del área.
13. De acuerdo a estadísticas de los cinco últimos años con información disponible (1990 - 1994), se puede afirmar que el sector no tuvo un desarrollo satisfactorio en la región durante el período. Ello se pone en evidencia si se toma en cuenta que la tasa de crecimiento anual de las exportaciones de la zona fue de 6% y que la de las importaciones fue de 25%, a lo que se debe añadir, además, que estas últimas acusan una cifra base cinco veces más grande que la de las primeras.
14. Desde el punto de vista singular, se puede anotar que Argentina, Colombia y Chile acusaron las mayores tasas de crecimiento de exportaciones, mientras que, por otro lado, Argentina, Perú, Colombia y Ecuador se destacaron por tener las tasas más altas de importación.
15. El comercio de hornos de microondas, que trata separadamente el informe, resultó poco significativo en comparación con los otros rubros que comprende el estudio. Es así que la región no registró exportaciones que ameriten su análisis y las importaciones representaron menos del 2% del respectivo total de los otros productos.
16. De manera general se puede señalar que el comercio intrarregional tiene una baja participación y un escaso dinamismo en comparación con el comercio con países de extrazona. Esta situación refleja las oportunidades de desarrollo que se presentan para la industria regional del ramo en el mediano plazo.
17. Se debe resaltar la importancia de las siguientes cuatro partidas en el comercio regional del sector:
 - Emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión (Part. 8525)
 - Aparatos receptores de radiotelefonía, de radiotelegrafía o de radiodifusión (Part. 8527)
 - Aparatos receptores de televisión, incluso con radiorreceptor o video incorporados (Part. 8528)
 - Partes destinadas a los aparatos de las partidas 8525 a 8528 (Part. 8529)

18. En éstas se concentró el 89% del valor de las exportaciones y el 78% del valor de las importaciones del sector en el período.
 19. Se puede señalar que para tres de los cuatro países exportadores el total de dichas partidas refleja 80% o más de sus ventas externas y que para siete de los once miembros el porcentaje es de igual magnitud para sus respectivas importaciones.
 20. De los comentarios que preceden surge una recomendación central, la misma está referida a la necesidad de que los fabricantes de bienes del sector mantengan un diálogo abierto y permanente que les permita confrontar problemas comunes y concertar acciones tendientes al desarrollo de la industria regional, tomando en cuenta para ello las oportunidades que se manifiestan a través de la demanda del área cubierta con productos de extrazona.
 21. Estas acciones pueden estar orientadas, entre otras, a la investigación, la complementariedad y la especialización productiva y comercial.
 22. Para este objeto, la Asociación Latinoamericana de Integración se convierte en un foro ideal, en el cual los empresarios pueden concertar Acuerdos del más amplio espectro, sean de alcance regional o por grupos de países.
 23. Es de destacar que en ella existen ya algunos mecanismos y acuerdos suscritos por los países miembros en materia de origen, ciencia y tecnología, transporte, etc., que resultan muy importantes a los fines propuestos.
-

ANEXOS

ANEXO I

ÁREAS GEOECÓNICAS DEL ESTUDIO Y PAÍSES QUE LAS INTEGRAN

CLASIFICACIÓN DE ALADI

<i>NOMBRE DEL ÁREA</i>	<i>NOMBRE DE LOS PAÍSES QUE LA INTEGRAN</i>
UNION EUROPEA	Alemania Austria Bélgica Dinamarca España Finlandia Francia Grecia Irlanda Italia Luxemburgo Países Bajos Portugal Reino Unido Suecia
ACUERDO DE BANGKOK	Bangladesh Corea del Sur India Laos Lanka
RESTO DE ASIA	Afganistán Armenia Azerbaijan Myanmar Bután Camboya Corea del Norte China Taiwan (Formosa) Hong Kong Kazajstan Kirguizistan Macao Maldivas Mongolia Nepal Pakistan Tadkijistan Timor del Este Turkeministan Uzbekistan

ANEXO II

PREFERENCIA ARANCELARIA REGIONAL (PAR)

EXCEPCIONES DE LOS PAÍSES

NALADI	<i>PAÍSES</i>							
	ARG	BOL	BRA	COL	ECU	MEX	PER	URU
85.13.1.01				*				*
85.13.1.02				*			*	*
85.13.1.03			*	*	*			
85.13.1.99			*	*				*
85.13.2.01			*					
85.13.2.02			*					
85.13.2.03			*					
85.13.8.01		*						
85.13.8.09		*				*	*	*
85.13.8.11		*				*	*	
85.13.8.99		*				*	*	
85.14.1.02		*			*			
85.14.1.03		*						
85.14.8.01					*			
85.14.9.01						*		
85.14.9.99						*		
85.15.1.01	*							*
85.15.1.02	*							
85.15.1.09	*		*					
85.15.1.11								*
85.15.1.19	*		*					*
85.15.1.21					*		*	*
85.15.1.22					*		*	*
85.15.1.23					*	*		
85.15.1.24						*		
85.15.1.29	*		*					*
85.15.1.31	*							
85.15.2.01	*							
85.15.8.01					*	*		

ANEXO ESTADÍSTICO

CUADRO 1
ALADI - PARTICIPACION DEL SECTOR ELECTRONICA DE CONSUMO EN EL COMERCIO GLOBAL DE LA REGION
 Promedio de los tres últimos años disponibles
 (Millones de dólares)

PAISES	E X P O R T A C I O N E S				I M P O R T A C I O N E S				BALANZA COMERCIAL DEL SECTOR				
	G L O B A L E S		I N T R A R R E G I O N A L E S		G L O B A L E S		I N T R A R R E G I O N A L E S						
	TOTAL	ELECTRON CONSUMO	%	TOTAL	ELECTRON CONSUMO	%	TOTAL	ELECTRON CONSUMO		%			
ARGENTINA	13731	16,2	0,12	5387	13,1	0,24	17748	947,2	5,34	5674	54,5	0,96	-931,0
BOLIVIA	899	0,4	0,04	345	0,1	0,03	1168	9,7	0,83	455	1,0	0,22	-9,4
BRASIL	39377	355,3	0,90	8828	10,8	0,12	28548	758,9	2,66	5211	8,9	0,17	-403,6
COLOMBIA	7765	4,7	0,06	1466	2,6	0,18	9503	185,2	1,95	2139	2,2	0,10	-180,5
CHILE	10205	1,0	0,01	1918	0,6	0,03	10382	310,7	2,99	2566	13,7	0,53	-309,7
ECUADOR	2971	0,2	0,01	424	0,1	0,03	2461	33,1	1,35	462	0,9	0,19	-32,9
MEXICO	46531	91,1	0,20	1596	1,7	0,11	64265	1501,9	2,34	2257	1,1	0,05	-1410,8
PARAGUAY	733	0,1	0,02	375	0,1	0,03	1845	168,0	9,11	800	3,8	0,48	-167,9
PERU	3687	0,1	0,00	623	0,0	0,00	4223	114,4	2,71	1382	3,6	0,26	-114,3
URUGUAY	1714	0,1	0,01	837	0,1	0,01	2350	102,6	4,37	1181	2,9	0,25	-102,5
VENEZUELA	15242	1,7	0,01	1832	0,4	0,02	10660	248,4	2,33	1448	2,4	0,17	-246,7
ALADI	142856	471,0	0,33	23620	29,8	0,13	153154	4380,1	2,86	23576	95,1	0,40	-3909,2

1992 1993 1994 Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela
 1991 1992 1993 Ecuador
 1991 1993 1994 Perú

CUADRO 2
Exportaciones totales de electrónica de consumo
Promedio de los tres últimos años disponibles
 (Miles de dólares FOB)

DESTINO	ORIGEN												ALADI
	ARG	BOL	BRB	COL	CHI	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN		
ARGENTINA	-	2	5.016	51	183	3	114	55	0	83	0	0	5.509
BOLIVIA	92	-	703	3	17	0	6	0	1	0	1	0	823
BRASIL	10.150	2	-	46	21	0	357	54	1	2	98	0	10.731
COLOMBIA	104	0	240	-	103	69	77	0	1	0	283	0	977
CHILE	447	4	957	47	-	2	632	0	1	0	8	0	2.098
ECUADOR	23	0	203	841	2	-	40	0	6	0	21	0	1.136
MEXICO	78	1	851	189	53	0	-	0	14	0	27	0	1.213
PARAGUAY	265	23	697	8	72	0	84	-	1	0	0	0	1.150
PERU	467	7	234	54	34	35	129	0	-	0	2	0	962
URUGUAY	1.476	0	1.874	8	111	0	68	1	0	0	0	0	3.538
VENEZUELA	6	72	50	1.347	16	33	205	2	0	0	0	0	1.731
TOTAL ALADI	13.108	111	10.927	2.594	612	142	1.712	112	25	85	440	-	29.768
EE.UU.	2.016	174	287.046	1.567	183	18	82.564	24	57	3	483	0	374.135
U.E.	574	57	54.873	237	38	14	2.720	0	3	1	119	0	58.636
JAPON	22	0	230	26	11	0	411	0	0	0	2	0	702
ACDO.BANGK	5	0	12	15	0	0	0	0	2	0	0	0	34
RESTO ASIA	46	0	32	0	1	0	150	4	0	6	9	0	248
OTROS	470	8	2.243	306	191	8	3.580	1	6	15	669	0	7.497
TOTAL GLOBAL	16.241	350	355.263	4.745	1.036	182	91.137	141	93	110	1.722	-	471.020

1992 1993 1994 Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela
 1991 1992 1993 Ecuador
 1991 1993 1994 Perú

CUADRO 3

Importaciones totales de electrónica de consumo
Promedio de los tres últimos años disponibles
(Miles de dólares CIF)

ORIGEN	DESTINO											ALADI
	ARG	BOL	BRA	CHI	COL	CHL	ECU	MEX	PAR	PER	URU	
ARGENTINA	64	75	7.784	25	228	6	125	223	262	697	46	9.471
BOLIVIA	5.589	123	18	7	0	0	2	1	1	0	2	95
BRASIL	59	1	19	177	1.134	683	840	2.234	1.420	1.707	153	14.060
COLOMBIA	37.602	749	52	78	42	166	82	0	51	0	928	1.348
CHILE	1	0	0	91	0	11	30	472	567	287	28	39.877
ECUADOR	314	6	574	1.565	12.340	3	0	179	1.248	207	24	190
MEXICO	144	0	135	0	2	0	0	0	0	1	0	17.661
PARAGUAY	33	9	18	0	10	2	3	4	0	0	1	282
PERU	10.598	0	297	0	0	2	0	691	0	0	0	11.588
URUGUAY	118	6	27	243	8	19	25	0	1	0	0	447
VENEZUELA	54.522	969	8.924	2.187	13.764	892	1.120	3.804	3.611	2.899	2.407	95.099
TOTAL ALADI	360.973	2.653	223.934	61.045	57.038	9.323	638.557	26.784	28.893	14.847	132.829	1.556.676
EE.UU.	71.539	2.741	104.706	37.483	10.974	8.307	109.162	1.067	4.758	2.509	27.139	380.385
U.E.	60.904	1.668	151.461	26.009	73.806	2.238	275.921	29.570	26.845	7.488	35.941	691.871
JAPON	145.716	424	56.037	14.529	54.816	2.323	2.201	45.053	17.175	48.747	7.147	394.168
ACDO.BANGK	85.417	349	82.925	6.277	24.451	3.729	234.739	35.622	10.962	7.644	7.542	500.657
RESTO ASIA	168.161	813	130.898	37.697	75.888	6.319	240.227	25.133	22.120	18.466	35.602	761.324
TOTAL GLOBAL	947.232	9.617	758.905	185.227	310.737	33.131	1.501.927	168.033	114.364	102.600	248.407	4.380.180

1992 1993 1994 Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela
1991 1992 1993 Ecuador
1991 1993 1994 Perú

CUADRO 4
ALADI
EXPORTACIONES DE PRODUCTOS ELECTRONICOS DE CONSUMO
1990 - 1994
(En miles de dólares)

	1990	1991	1992	1993	1994
ARGENTINA					
ALADI	2256	1917	1854	3036	34448
RESTO DEL MUNDO	471	396	1855	2597	5206
TOTAL	2727	2313	3509	5573	39654
BOLIVIA					
ALADI	0	0	251	75	11
RESTO DEL MUNDO	0	0	636	37	48
TOTAL	0	0	887	112	59
BRASIL					
ALADI	35722	37490	8589	10433	13451
RESTO DEL MUNDO	336409	285663	326292	349000	358018
TOTAL	372131	323153	334881	359433	371469
COLOMBIA					
ALADI	493	1154	1799	3212	2769
RESTO DEL MUNDO	1049	1819	949	2405	3105
TOTAL	1542	2973	2748	5617	5874
CHILE					
ALADI	209	308	331	657	859
RESTO DEL MUNDO	58	78	397	495	381
TOTAL	267	386	728	1152	1240
ECUADOR (1)					
ALADI	0	30	81	317	394
RESTO DEL MUNDO	0	0	59	65	131
TOTAL	0	30	140	382	525
MEXICO					
ALADI	281	5573	889	1248	3001
RESTO DEL MUNDO	30705	74596	74858	92554	100857
TOTAL	30986	80169	75747	93802	103858
PARAGUAY					
ALADI	0	83	91	76	173
RESTO DEL MUNDO	0	26	3	84	0
TOTAL	0	109	94	160	173
PERU (2)					
ALADI	872	4	5	5	68
RESTO DEL MUNDO	0	1	25	36	171
TOTAL	872	5	30	41	239
URUGUAY					
ALADI	653	233	48	86	121
RESTO DEL MUNDO	173	37	33	20	24
TOTAL	826	270	81	106	145
VENEZUELA					
ALADI	532	317	262	251	810
RESTO DEL MUNDO	5028	547	800	1952	1100
TOTAL	5560	864	1062	2203	1910
TOTAL ALADI					
ALADI	41018	47109	14200	19396	56105
RESTO DEL MUNDO	373893	363163	405707	449185	469041
TOTAL	414911	410272	419907	468581	525146

(1) 1994 Estimado

(2) 1992 Estimado

CUADRO 5
ALADI
IMPORTACIONES DE PRODUCTOS ELECTRONICOS DE CONSUMO
1990 - 1994
(En miles de dólares)

	1990	1991	1992	1993	1994
ARGENTINA					
ALADI	3224	64425	67430	50185	46950
RESTO DEL MUNDO	97321	347437	780720	798971	1098444
TOTAL	100545	411862	848150	849156	1144394
BOLIVIA					
ALADI	2593	939	1192	761	954
RESTO DEL MUNDO	11231	8118	6495	9101	10347
TOTAL	13824	9057	7687	9862	11301
BRASIL					
ALADI	563	737	469	1416	24886
RESTO DEL MUNDO	488396	478489	443937	710048	1095956
TOTAL	488979	479226	444406	711464	1120841
COLOMBIA					
ALADI	736	80	493	1745	4330
RESTO DEL MUNDO	77418	57895	76903	117447	354765
TOTAL	78154	57975	77396	119192	359095
CHILE					
ALADI	9650	6535	6713	18537	18047
RESTO DEL MUNDO	180870	228387	295294	297213	298411
TOTAL	190520	234922	302007	315750	314458
ECUADOR (1)					
ALADI	895	209	1984	483	2295
RESTO DEL MUNDO	13674	21491	30083	45144	61643
TOTAL	14569	21700	32067	45627	63878
MEXICO					
ALADI	1549	1786	1070	1245	1041
RESTO DEL MUNDO	885832	1194737	1502307	1412553	1587572
TOTAL	887181	1196523	1503377	1413798	1588613
PARAGUAY					
ALADI	12544	6182	2509	2920	5987
RESTO DEL MUNDO	245849	209143	113267	145865	233557
TOTAL	258393	215325	115776	148785	239544
PERU (2)					
ALADI	2187	4485	2990	2066	4276
RESTO DEL MUNDO	40043	53299	67506	86023	192952
TOTAL	42230	57784	70496	88089	197228
URUGUAY					
ALADI	5782	5206	2900	2078	3725
RESTO DEL MUNDO	32421	39867	151057	67900	80143
TOTAL	38203	45073	153957	69978	83868
VENEZUELA					
ALADI	1188	824	1429	3263	2538
RESTO DEL MUNDO	106502	133790	260318	268426	209269
TOTAL	107690	134614	261747	271689	211807
TOTAL ALADI					
ALADI	141651	219992	346597	351047	317513
RESTO DEL MUNDO	1932744	2464382	3054765	3350676	4721839
TOTAL	2074395	2684374	3401362	3701723	5039352
(1) 1994 Estimado					
(2) 1992 Estimado					

CUADRO 6
ALADI
EXPORTACIONES SEGUN PRINCIPALES ZONAS ECONOMICAS
 Promedio de los tres ultimos años disponibles
 (Millones de dólares)

DESTINO	1990	1991	1992	1993	1994
ALADI	41	47	14	19	56
EE.UU	271	245	319	381	423
UE	89	113	81	59	37
JAPON	2	1	0	0	1
A.BKOK	0	0	0	0	0
R. ASIA	1	0	0	0	0
OTROS	11	5	6	9	8
TOTAL	415	410	420	469	525

CUADRO 7
ALADI
IMPORTACIONES SEGUN PRINCIPALES ZONAS ECONOMICAS
 Promedio de los tres ultimos años disponibles
 (Millones de dólares)

ORIGEN	1990	1991	1992	1993	1994
ALADI	41	91	89	85	112
EE.UU	767	1028	1285	1371	1991
UE	162	170	294	362	515
JAPON	697	679	691	688	711
A.BKOK	248	259	420	363	402
R. ASIA	117	290	470	478	577
OTROS	189	346	567	697	1028
TOTAL	2220	2864	3817	4043	5335

CUADRO 8

Exportaciones de la partida 8518 (SA) y subpartidas 851401 y 02 (NCCA)

Promedio de los tres últimos años disponibles
(Miles de dólares FOB)

DESTINO	ORIGEN											ALADI	
	ARG	BOL	BRA	COL	CHI	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN		
ARGENTINA	0	0	1,950	34	7	0	21	0	0	0	0	0	2,012
BOLIVIA	0	0	531	0	1	0	1	0	0	0	0	0	533
BRASIL	83	0	0	28	0	0	25	0	0	0	67	0	203
COLOMBIA	3	0	11	0	0	0	13	0	0	0	87	0	114
CHILE	27	0	415	19	0	0	38	0	0	0	0	0	499
ECUADOR	2	0	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	7
MEXICO	28	0	606	100	8	0	0	0	0	0	2	0	744
PARAGUAY	17	23	310	0	0	0	0	0	0	0	0	0	350
PERU	4	1	151	6	4	0	3	0	0	0	0	0	169
URUGUAY	106	0	305	0	0	0	0	0	0	0	0	0	411
VENEZUELA	0	16	5	54	1	0	9	0	0	0	0	0	85
TOTAL ALADI	270	40	4,287	243	21	0	110	0	0	0	156	0	5,127
EE.UU.	26	3	567	137	0	0	7,694	0	0	0	104	0	8,531
U.E.	16	0	889	13	1	0	176	0	3	0	18	0	1,116
JAPON	0	0	0	0	0	0	40	0	0	0	0	0	40
ACDO.BANGK	0	0	0	7	0	0	0	0	0	0	0	0	7
RESTO ASIA	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0	11
OTROS	7	1	1,370	40	1	0	322	0	0	0	24	0	1,765
TOTAL GLOBAL	319	44	7,113	440	23	0	8,353	0	3	0	302	0	16,597

1992 1993 1994 Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela
1991 1992 1993 Ecuador
1991 1993 1994 Perú

CUADRO 9

Exportaciones de la partida 8519 (SA) y de las subpartidas 921101 y 02 (NCCA)

Promedio de los tres últimos años disponibles
(Miles de dólares FOB)

DESTINO	ORIGEN											
	ARG	BOL	BRA	COL	CHI	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN	ALADI
ARGENTINA	0	0	22	0	0	0	0	0	0	0	0	22
BOLIVIA	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
BRASIL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COLOMBIA	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	26	30
CHILE	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	5
ECUADOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MEXICO	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	23
PARAGUAY	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
PERU	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	3
URUGUAY	0	0	175	0	0	0	0	1	0	0	0	176
VENEZUELA	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	3
TOTAL ALADI	2	0	198	1	0	0	14	1	0	0	48	264
EE.UU.	3	0	76	1	1	0	2,912	8	0	0	18	3,019
U.E.	2	0	4	22	5	0	57	0	0	1	5	96
JAPON	0	0	0	0	3	0	14	0	0	0	0	17
ACOO.BANGK	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RESTO ASIA	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OTROS	0	0	8	5	0	0	14	0	0	0	192	219
TOTAL GLOBAL	8	0	286	29	9	0	3,011	9	0	1	263	3,616
1992 1993 1994	Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela											
1991 1992 1993	Ecuador											
1993 1994	Perú											

CUADRO 10

Exportaciones de la partida 8520 (SA) y de la subpartida 921104 (NGCA)

Promedio de los tres últimos años disponibles

(Miles de dólares FOB)

DESTINO	ORIGEN													TOTAL ALADI	TOTAL GLOBAL		
	ARG	BOL	BRB	COL	CHI	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN	ALDI					
ARGENTINA	-	0	0	9	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	11
BOLIVIA	0	-	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
BRASIL	0	0	-	0	0	0	0	24	0	0	0	0	0	0	0	30	54
COLOMBIA	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0	1	7
CHILE	13	0	1	0	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14
ECUADOR	0	0	0	11	0	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	25
MEXICO	0	0	3	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0	3
PARAGUAY	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
PERU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
URUGUAY	21	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21
VENEZUELA	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
TOTAL ALADI	34	0	21	11	0	0	0	32	0	0	0	0	0	0	0	39	143
EE.UU.	279	0	649	16	0	0	0	2,490	0	0	0	0	0	0	0	5	3,442
U.E.	14	0	28	0	12	0	0	31	0	0	0	0	0	0	0	10	95
JAPON	0	0	17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17
ACDO.BANGK	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RESTO ASIA	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
OTROS	0	0	5	7	0	0	0	28	0	0	0	0	0	0	0	18	58
TOTAL GLOBAL	334	0	720	34	12	0	0	2,581	0	0	0	0	0	0	0	72	3,762

1992 1993 1994 Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela
 1991 1992 1993 Ecuador
 1991 1993 1994 Perú

CUADRO 11

Exportaciones de la partida 8521 (SA) y de la subpartida 921103 (NCCA)
Promedio de los tres últimos años disponibles
(Miles de dólares FOB)

DESTINO	ORIGEN											ALADI	
	ARG	BOL	BRA	COL	CHI	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN		
ARGENTINA	-	1	1	6	0	0	11	27	0	0	3	0	49
BOLIVIA	0	-	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2
BRASIL	0	2	-	0	0	0	0	3	0	0	0	0	5
COLOMBIA	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	5	11
CHILE	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8
ECUADOR	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	9	14
MEXICO	0	1	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	1
PARAGUAY	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
PERU	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	4
URUGUAY	113	0	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	131
VENEZUELA	0	0	0	28	0	0	2	0	0	0	0	0	30
TOTAL ALADI	121	5	21	39	3	0	19	30	0	0	3	16	257
EE.UU.	19	15	275	41	2	0	2,110	14	0	0	0	37	2,513
U.E.	277	0	39	36	1	0	32	0	0	0	0	0	385
JAPON	6	0	38	0	1	0	28	0	0	0	0	0	73
ACDO.BANGK	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RESTO ASIA	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	4
OTROS	1	3	8	19	0	0	61	1	0	0	0	5	98
TOTAL GLOBAL	424	23	381	135	7	0	2,250	49	0	3	58	3,330	

1992 1993 1994 Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela

1991 1992 1993 Ecuador

1991 1993 1994 Perú

CUADRO 12

Exportaciones de la partida 8522 (SA) y de la subpartida 921300 (NCCA)

Promedio de los tres últimos años disponibles
(Miles de dólares FOB)

DESTINO	ORIGEN											ALADI		
	ARG	BOL	BRA	COL	CHI	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN			
ARGENTINA	-	0	42	6	8	0	0	4	0	0	0	0	0	60
BOLIVIA	4	-	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8
BRASIL	0	0	18	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18
COLOMBIA	79	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	79
CHILE	89	0	0	16	-	0	0	0	0	0	0	0	0	105
ECUADOR	0	0	0	93	0	-	0	0	0	0	0	0	0	93
MEXICO	0	0	127	80	0	0	-	0	0	0	0	0	2	209
PARAGUAY	2	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	4
PERU	0	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10
URUGUAY	0	0	8	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	8
VENEZUELA	0	0	1	47	0	0	0	42	0	0	0	0	0	90
TOTAL ALADI	174	0	180	273	8	0	0	46	0	1	0	2	2	684
EE.UU.	3	0	184	594	0	2	21,587	0	0	0	0	66	0	22,436
U.E.	6	0	52	42	0	0	14	0	0	0	0	0	0	114
JAPON	2	0	2	0	0	0	30	0	0	0	0	0	0	34
ACDO.BANGK	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RESTO ASIA	0	0	0	0	0	0	14	0	0	0	0	0	0	14
OTROS	160	0	105	86	0	0	58	0	0	2	3	0	0	414
TOTAL GLOBAL	345	0	523	995	8	2	21,749	0	1	2	71	0	0	23,696

1992 1993 1994 Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela
 1991 1992 1993 Ecuador
 1991 1993 1994 Perú

CUADRO 13

Exportaciones de la partida 8525 (SA) y de las subpartidas 851501 y 08 (NCCA)

Promedio de los tres últimos años disponibles

(Miles de dólares FOB)

DESTINO	ORIGEN											ALADI	
	ARG	BOL	BR	COL	CH	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN		
ARGENTINA	-	1	575	5	7	3	6	0	0	0	22	0	619
BOLIVIA	27	-	50	0	5	0	0	0	0	0	0	0	82
BRASIL	74	0	-	0	21	0	7	0	0	0	0	0	102
COLOMBIA	3	0	162	-	87	0	17	0	0	0	0	6	275
CHILE	152	4	158	10	-	2	1	0	1	0	0	0	328
ECUADOR	19	0	136	14	0	-	28	0	0	0	0	0	197
MEXICO	39	0	78	9	44	0	-	0	7	0	0	0	177
PARAGUAY	59	0	22	8	60	0	0	0	0	0	0	0	149
PERU	430	1	54	31	13	0	15	0	-	0	0	0	544
URUGUAY	301	0	96	8	99	0	4	0	0	0	0	0	498
VENEZUELA	0	47	16	35	15	0	120	0	0	0	0	0	233
TOTAL ALADI	1,104	53	1,337	120	351	5	198	0	8	22	6	0	3,204
EE.UU.	609	155	1,127	644	147	10	10,079	0	25	0	79	0	12,875
U.E.	84	12	605	21	10	0	915	0	0	0	1	0	1,648
JAPON	5	0	127	0	6	0	161	0	0	0	0	0	299
ACDO.BANGK	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RESTO ASIA	0	0	1	0	0	0	64	0	0	0	0	0	65
OTROS	108	1	469	25	95	1	1,750	0	0	0	243	0	2,692
TOTAL GLOBAL	1,910	221	3,666	810	609	16	13,167	0	33	22	329	0	20,783
1992 1993 1994	Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela												
1991 1992 1993	Ecuador												
1991 1993 1994	Perú												

CUADRO 14

Exportaciones de la partida 8527 (SA) y de las subpartidas 851504 a 07 (NCCA)
Promedio de los tres últimos años disponibles
(Miles de dólares FOB)

DESTINO	ORIGEN													ALADI
	ARG	BOL	BRA	CPL	CHI	ECU	MEX	PAR	PEP	URU	VEN	ALADI		
ARGENTINA	-	0	594	0	11	0	66	0	0	0	35	0	706	
BOLIVIA	0	-	7	0	3	0	0	0	0	0	0	0	10	
BRASIL	2,795	0	-	0	0	0	272	32	0	0	2	1	3,102	
COLOMBIA	10	0	27	-	0	1	28	0	0	0	0	28	94	
CHILE	4	0	200	0	-	0	508	0	0	0	0	0	712	
ECUADOR	0	0	10	162	1	-	8	0	0	0	0	0	181	
MEXICO	0	0	3	0	0	0	-	0	0	0	0	0	3	
PARAGUAY	15	0	5	0	0	0	84	-	0	0	0	0	104	
PERU	1	2	7	0	10	0	1	0	0	0	0	0	21	
URUGUAY	407	0	981	0	3	0	62	0	0	0	0	0	1,453	
VENEZUELA	0	9	0	365	0	0	12	2	0	0	0	0	388	
TOTAL ALADI	3,232	11	1,834	527	28	1	1,041	34	0	0	37	29	6,774	
EE.UU.	15	0	278,458	21	19	0	2,475	2	3	0	0	50	281,043	
U.E.	13	0	50,701	6	4	0	216	0	0	0	0	0	50,940	
JAPON	0	0	0	0	0	0	21	0	0	0	0	2	23	
ACDO. BANGK	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	
RESTO ASIA	15	0	1	0	0	0	28	0	0	6	0	0	50	
OTROS	2	3	60	25	3	6	456	0	4	1	32	0	592	
TOTAL GLOBAL	3,277	14	331,064	579	54	7	4,237	36	7	44	113	0	339,432	

1992 1993 1994 Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela
1991 1992 1993 Ecuador
1991 1993 1994 Perú

CUADRO 15													
Exportaciones de la partida 8528 (SA) y de las subpartidas 851502/03 y 921103 (NCCA)													
Promedio de los tres últimos años disponibles													
(Miles de dólares FOB)													
DESTINO	ORIGEN												
	ARG	BOL	BRA	COL	CHL	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN	ALADI	
ARGENTINA	-	0	107	0	13	0	0	28	0	0	10	0	158
BOLIVIA	13	-	4	0	1	0	4	0	0	0	0	0	22
BRASIL	7,120	0	-	0	0	0	20	19	0	0	0	0	7,159
COLOMBIA	0	0	2	-	0	2	1	0	0	0	0	126	131
CHILE	72	0	10	0	-	0	68	0	0	0	0	0	150
ECUADOR	1	0	0	504	1	-	4	0	0	0	0	1	511
MEXICO	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0
PARAGUAY	96	0	153	0	1	0	0	-	0	0	0	0	250
PERU	5	2	3	0	3	0	19	0	-	0	0	0	32
URUGUAY	300	0	3	0	0	0	0	0	0	-	0	0	303
VENEZUELA	6	0	1	675	0	0	11	0	0	0	0	0	693
TOTAL ALADI	7,613	2	283	1,179	19	2	127	47	0	0	10	127	9,409
EE.UU.	28	0	45	3	1	0	2,494	0	1	3	68	0	2,643
U.E.	90	0	231	0	1	0	129	0	0	0	55	0	506
JAPON	9	0	8	0	0	0	16	0	0	0	0	0	33
ACDO.BANGK	3	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
RESTO ASIA	1	0	1	0	0	0	18	0	0	0	9	0	29
OTROS	4	0	16	11	0	0	336	0	1	10	66	0	444
TOTAL GLOBAL	7,748	2	586	1,193	21	2	3,120	47	2	23	325	0	13,069
1992 1993 1994	Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela												
1991 1992 1993	Ecuador												
1991 1993 1994	Perú												

CUADRO 16

Exportaciones de la partida 8529 (SA) y de la subpartida 851510 (NCCA)
Promedio de los tres últimos años disponibles
 (Miles de dólares FOB)

DESTINO	ORIGEN												
	ARG	BOL	BRA	COL	CHI	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN	ALADI	
ARGENTINA	-	0	1,718	0	137	0	4	0	0	0	13	0	1,872
BOLIVIA	48	-	109	0	5	0	0	0	1	0	0	1	164
BRASIL	78	0	-	0	0	0	9	0	1	0	0	0	88
COLOMBIA	9	0	38	-	16	66	2	0	1	0	4	0	136
CHILE	84	0	171	2	-	0	12	0	0	0	8	0	277
ECUADOR	1	0	54	50	0	-	0	0	0	0	3	0	108
MEXICO	10	0	34	0	1	0	-	0	7	0	1	0	53
PARAGUAY	73	0	203	0	11	0	0	-	0	0	0	0	287
PERU	27	0	19	7	3	35	88	0	-	0	0	0	179
URUGUAY	228	0	298	0	9	0	2	0	0	-	0	0	537
VENEZUELA	0	0	22	142	0	33	8	0	0	0	0	0	205
TOTAL ALADI	558	0	2,666	201	182	134	125	0	10	13	17	0	3,906
EE.UU.	1,034	1	5,665	110	13	6	30,723	0	25	0	56	0	37,633
U.E.	72	45	2,324	97	4	14	1,150	0	0	0	30	0	3,736
JAPON	0	0	38	26	1	0	101	0	0	0	0	0	166
ACDO.BANGK	2	0	0	8	0	0	0	0	2	0	0	0	12
RESTO ASIA	22	0	29	0	1	0	15	0	0	0	0	0	67
OTROS	188	0	202	88	92	1	555	0	1	2	86	0	1,215
TOTAL GLOBAL	1,876	46	10,924	530	293	155	32,669	0	38	15	189	0	46,735

1992 1993 1994 Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela
 1991 1992 1993 Ecuador
 1991 1993 1994 Perú

CUADRO 17

Importaciones de la partida 8518 (SA) y subpartidas 851401 y 02 (NCCA)
Promedio de los tres últimos años disponibles
 (Miles de dólares CIF)

ORIGEN	DESTINO											ALADI
	ARG	BOL	BRA	COL	CHI	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN	
ARGENTINA	-	3	32	2	29	0	42	3	3	52	0	166
BOLIVIA	26	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	26
BRASIL	1,981	32	0	5	443	108	715	77	182	330	100	3,973
COLOMBIA	0	0	0	0	31	1	2	0	2	0	53	89
CHILE	2,594	63	0	0	0	6	1	13	17	15	4	2,713
ECUADOR	0	0	0	0	0	0	1	0	3	0	0	4
MEXICO	14	1	25	26	193	3	-	0	3	0	2	267
PARAGUAY	2	0	7	0	0	0	0	0	0	0	0	9
PERU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
URUGUAY	489	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENEZUELA	77	0	0	82	0	0	3	0	0	0	0	493
TOTAL ALADI	5,183	99	68	115	696	118	764	93	210	397	159	7,902
EE.UU.	16,193	211	4,446	1,927	4,138	612	57,722	1,465	2,009	670	5,012	94,405
U.E.	3,388	16	950	690	653	563	3,449	100	165	102	668	10,744
JAPON	3,041	137	2,661	786	4,536	266	10,171	1,462	808	172	1,325	25,365
ACDO BANGK	4,958	6	1,135	382	406	123	152	201	63	63	109	7,598
RESTO ASIA	3,862	28	3,214	1,091	2,009	489	12,498	878	703	332	785	25,889
OTROS	3,491	62	2,028	272	1,713	308	3,697	485	521	239	1,946	14,762
TOTAL GLOBAL	40,116	559	14,502	5,263	14,151	2,479	88,453	4,684	4,479	1,975	10,004	186,665
1992 1993 1994	Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela											
1991 1992 1993	Ecuador											
1991 1993 1994	Perú											

CUADRO 18

Importaciones de la partida 8519 (SA) y de las subpartidas 921101 y 02 (NCCA)

Promedio de los tres últimos años disponibles

(Miles de dólares CIF)

	DESTINO												
	ARG	BOL	BRA	COL	CHI	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN	ALADI	
ARGENTINA	-	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	4	
BOLIVIA	0	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
BRASIL	70	0	-	1	3	0	1	12	0	178	3	268	
COLOMBIA	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	5	5	
CHILE	1,857	23	0	0	-	0	0	26	0	5	0	1,911	
ECUADOR	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	5	
MEXICO	3	0	0	3	26	0	-	53	2	0	0	87	
PARAGUAY	3	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	5	
PERU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
URUGUAY	441	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	446	
VENEZUELA	2	0	0	3	0	0	10	0	0	0	0	15	
TOTAL ALADI	2,376	24	7	7	29	0	11	93	7	183	9	2,746	
EE.UU.	7,213	25	32,488	523	193	189	16,277	862	232	236	2,568	60,806	
U.E.	877	14	61	84	135	1,203	1,766	53	36	43	247	4,519	
JAPON	1,087	31	1,048	593	2,106	64	16,546	1,735	472	103	1,560	25,345	
ACDO.BANGK	1,012	32	210	521	194	8	15	191	7	72	39	2,301	
RESTO ASIA	1,980	8	391	750	183	66	7,744	306	236	91	762	12,517	
OTROS	5,187	39	1,136	469	576	211	5,201	487	318	357	2,627	16,608	
TOTAL GLOBAL	19,732	173	35,341	2,947	3,416	1,741	47,560	3,727	1,308	1,085	7,812	124,842	

1992 1993 1994 Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela

1991 1992 1993 Ecuador

1991 1993 1994 Perú

CUADRO 19

Importaciones de la partida 8520 (SA) y de la subpartida 921104 (NCCA)

Promedio de los tres últimos años disponibles

(Miles de dólares CIF)

ORIGEN	DESTINO												
	ARG	BOL	BRA	COL	CH	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN	ALADI	
ARGENTINA	1	0	1	0	0	0	2	1	0	0	0	1	6
BOLIVIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
BRASIL	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
COLOMBIA	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	0	1	17
CHILE	521	11	0	0	0	0	0	0	4	1	0	0	537
ECUADOR	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
MEXICO	1	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0	4
PARAGUAY	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
PERU	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	3
URUGUAY	98	0	17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	115
VENEZUELA	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
TOTAL ALADI	622	12	20	2	0	16	2	5	6	1	2	688	
EE.UU.	4,940	21	2,401	805	544	96	7,356	304	386	239	1,104	18,196	
U.E.	162	5	530	122	105	14	1,995	6	24	25	163	3,151	
JAPON	525	51	1,146	640	1,381	18	4,949	622	387	137	1,106	10,962	
ACDO. BANGK	9	1	29	98	55	5	55	114	56	2	27	451	
RESTO ASIA	536	14	258	298	204	18	667	82	59	61	320	2,517	
OTROS	990	33	590	241	363	145	1,637	32	269	177	1,194	5,671	
TOTAL GLOBAL	7,784	137	4,974	2,206	2,652	312	16,661	1,165	1,187	642	3,916	41,636	
1992 1993 1994	Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela												
1991 1992 1993	Ecuador												
1991 1993 1994	Perú												

CUADRO 20

Importaciones de la partida 8521 (SA) y de la subpartida 921103 (NCCA)

Promedio de los tres últimos años disponibles

(Miles de dólares CIF)

ORIGEN	DESTINO												
	ARG	BOI	BRA	COL	CHI	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN	ALADI	
ARGENTINA	-	0	0	2	1	0	0	3	0	0	51	29	86
BOLIVIA	0	-	1	7	0	0	2	0	0	0	0	0	10
BRASIL	26	0	-	0	3	0	21	252	0	0	0	1	303
COLOMBIA	0	0	0	-	0	1	0	0	0	0	0	4	5
CHILE	2,081	57	0	0	0	0	0	10	29	0	0	3	2,180
ECUADOR	0	0	0	0	0	-	0	0	4	0	0	0	4
MEXICO	0	1	1	11	1	0	-	0	6	0	0	0	20
PARAGUAY	36	0	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	44
PERU	1	0	0	0	0	0	0	2	-	0	0	0	3
URUGUAY	1,005	0	62	0	0	1	0	53	0	0	0	0	1,121
VENEZUELA	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2
TOTAL ALADI	3,149	58	72	20	5	3	24	320	39	51	37	3,778	
EE.UU.	10,119	119	8,911	893	962	695	22,713	3,924	1,141	1,107	5,465	56,049	
U.E.	1,533	3	200	18	89	4	415	57	58	13	163	2,553	
JAPON	6,582	274	5,961	3,701	9,593	595	39,599	10,921	2,872	1,328	3,747	85,174	
ACDO.BANGK	8,427	0	1,187	1,772	7,181	256	136	6,305	2,217	2,755	862	31,098	
RESTO ASIA	141	9	2	264	585	82	33,148	882	9	54	122	35,298	
OTROS	7,589	85	5,334	718	9,793	350	56,019	4,047	1,815	1,339	4,516	91,605	
TOTAL GLOBAL	37,540	548	21,667	7,386	28,208	1,985	152,054	26,456	8,151	6,648	14,912	305,555	
1992 1993 1994	Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela												
1991 1992 1993	Ecuador												
1991 1993 1994	Parú												

CUADRO 22

Importaciones de la partida 8525 (SA) y de las subpartidas 851501 y 08 (NCCA)
Promedio de los tres últimos años disponibles
(Miles de dólares CIF)

ORIGEN	DESTINO													ALADI
	ARG	BOL	BRA	COL	CHI	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN			
ARGENTINA	-	0	45	6	92	2	36	67	233	107	2	590		
BOLIVIA	26	-	8	0	0	0	0	0	1	0	0	35		
BRASIL	489	60	143	143	168	559	5	26	893	89	4	2,430		
COLOMBIA	26	0	1	0	0	1	0	0	29	0	58	115		
CHILE	873	19	43	76	0	0	6	87	18	122	11	1,255		
ECUADOR	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	11		
MEXICO	208	0	0	532	1	0	0	6	48	0	46	841		
PARAGUAY	8	0	23	0	1	0	0	0	0	0	0	32		
PERU	0	2	18	0	1	0	0	0	0	0	0	21		
URUGUAY	481	0	43	0	0	0	0	0	0	0	0	524		
VENEZUELA	38	0	25	3	0	0	2	0	0	0	0	68		
TOTAL ALADI	2,149	81	206	760	263	562	49	186	1,233	312	121	5,922		
EE.UU.	167,149	1,030	66,675	34,230	25,298	2,971	216,851	2,983	9,116	4,538	74,606	605,447		
U.E.	36,962	2,134	71,141	31,327	6,081	2,771	62,367	245	2,672	195	15,523	231,418		
JAPON	19,247	357	27,456	7,218	19,276	339	92,528	3,670	2,736	1,386	13,594	187,807		
ACDO.BANGK	513	10	443	859	2,346	14	205	156	85	36	69	4,736		
RESTO ASIA	769	3	367	185	472	7	2,922	298	82	68	282	5,455		
OTROS	15,268	75	19,959	29,370	6,762	1,137	46,691	149	4,103	388	7,135	131,037		
TOTAL GLOBAL	242,057	3,690	186,247	103,949	60,498	7,801	421,613	7,687	20,027	6,923	111,330	1,171,822		

1992 1993 1994 Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela
1991 1992 1993 Ecuador
1991 1993 1994 Perú

CUADRO 23

Importaciones de la partida 8527 (SA) y de las subpartidas 851504 a 07 (NCCA)
Promedio de los tres últimos años disponibles
 (Miles de dólares CIF)

ORIGEN	DESTINO													ALADI
	ARG	BOL	BRA	COL	CHI	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN	ALADI		
ARGENTINA	-	0	2,543	0	5	0	0	0	50	18	72	1	2,689	
BOLIVIA	2	-	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	6	
BRASIL	656	3	-	3	260	11	5	687	12	819	1	2,457	2,457	
COLOMBIA	0	0	0	-	0	1	0	0	0	0	0	242	243	
CHILE	18,533	259	7	0	0	5	12	151	169	107	0	0	19,243	
ECUADOR	0	0	0	16	0	-	1	0	0	0	0	0	31	
MEXICO	62	0	498	43	1,030	0	-	108	7	64	14	14	1,826	
PARAGUAY	23	0	78	0	0	0	0	0	0	1	0	0	102	
PERU	28	3	0	0	9	1	0	0	0	0	0	0	41	
URUGUAY	6,089	0	25	0	0	0	0	3	0	0	0	0	6,097	
VENEZUELA	1	0	2	35	1	17	2	0	0	0	0	0	58	
TOTAL ALADI	25,374	265	3,155	97	1,305	35	20	999	220	1,063	260	32,793	32,793	
EE.UU.	46,070	272	32,583	6,066	2,683	1,223	63,549	6,439	5,776	2,329	9,839	176,829	176,829	
U.E.	2,454	72	2,356	1,611	385	42	4,613	250	1,346	144	1,091	14,364	14,364	
JAPON	3,677	145	7,112	7,737	20,591	420	46,890	7,916	7,719	1,498	2,144	105,849	105,849	
ACDO.BANGK	22,394	13	3,083	3,109	7,163	133	572	7,739	2,214	679	570	47,669	47,669	
RESTO ASIA	39,522	121	19,544	1,996	15,185	1,199	76,029	17,803	5,279	4,401	2,662	183,741	183,741	
OTROS	79,027	225	17,695	2,421	28,382	1,761	83,673	8,234	7,977	6,810	8,890	245,095	245,095	
TOTAL GLOBAL	218,518	1,113	85,528	23,037	75,694	4,813	275,346	49,380	30,531	16,924	25,456	806,340	806,340	

1992 1993 1994 Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela

1991 1992 1993 Ecuador

1991 1993 1994 Perú

CUADRO 24

Importaciones de la partida 8528 (SA) y de las subpartidas 851502/03 y 921103 (NCCA)
 Promedio de los tres últimos años disponibles
 (Miles de dólares CIF)

ORIGEN	DESTINO											ALADI	
	ARG	BOL	BRA	COL	CHI	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN		
ARGENTINA	-	1	5,074	7	2	0	2	40	0	0	257	12	5,395
BOLIVIA	2	-	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
BRASIL	244	2	-	0	0	0	26	1,141	25	36	36	32	1,509
COLOMBIA	26	1	0	0	0	92	1	0	0	0	0	484	604
CHILE	9,750	300	2	1	0	0	0	184	214	27	27	10	10,488
ECUADOR	0	0	0	6	0	0	11	0	1	0	0	0	18
MEXICO	7	0	43	942	11,064	0	0	9	1,113	141	141	944	14,263
PARAGUAY	70	0	15	0	0	0	0	-	0	0	0	0	85
PERU	0	3	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	5
URUGUAY	1,883	0	87	0	0	1	0	635	0	0	0	1	2,606
VENEZUELA	0	0	0	117	1	0	2	0	0	0	0	0	120
TOTAL ALADI	11,982	307	5,223	1,073	11,070	94	42	2,009	1,353	461	1,483	35,097	
EE.UU.	40,766	169	13,489	4,610	13,283	2,108	157,388	9,800	4,939	4,725	21,935	273,212	
U.E.	1,493	8	690	165	154	155	3,472	186	103	1,855	746	9,027	
JAPON	3,992	566	1,744	4,436	11,100	259	13,066	2,923	9,430	2,666	998	51,180	
ACDO.BANGK	22,779	339	2,056	5,367	37,177	175	578	30,310	9,453	45,090	2,693	156,017	
RESTO ASIA	28,296	129	1,838	1,049	4,883	615	79,665	16,115	3,050	2,552	1,965	140,157	
OTROS	36,722	208	8,401	3,057	26,524	2,052	26,852	11,636	6,243	9,121	5,803	136,619	
TOTAL GLOBAL	146,030	1,726	33,441	19,757	104,191	5,458	281,063	72,979	34,571	66,470	35,623	801,309	

1992 1993 1994 Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela
 1991 1992 1993 Ecuador
 1991 1993 1994 Perú

CUADRO 25

Importaciones de la partida 8529 (SA) y de la subpartida 851510 (NCCA)Promedio de los tres últimos años disponibles

(Miles de dólares CIF)

ORIGEN	DESTINO													ALADI
	ARG	BOL	BRA	COL	CHI	ECU	MEX	PAR	PER	URU	VEN			
ARGENTINA	69		89	8	95	4	37	57	8	157	0	524		
BOLIVIA	8		5	0	0	0	0	1	0	0	0	14		
BRASIL	2,080	25		25	254	5	44	34	306	259	12	3,044		
COLOMBIA	1	0	0		0	13	0	0	8	0	24	46		
CHILE	982	15	0	1		0	0	1	39	10	0	1,048		
ECUADOR	1	0	0	69	0	0	0	0	18	0	24	112		
MEXICO	16	4	7	7	24	0	0	1	69	2	212	342		
PARAGUAY	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1		
PERU	3	1	0	0	0	0	3	0	0	0	0	7		
URUGUAY	125	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	128		
VENEZUELA	0	6	0	2	6	1	5	0	1	0	0	21		
TOTAL ALADI	3,217	120	104	112	379	23	89	94	449	428	272	5,287		
EE.UU.	66,278	772	57,190	11,653	9,667	1,198	91,369	948	4,940	899	10,455	255,369		
U.E.	23,837	487	25,091	3,379	3,333	3,534	30,318	165	339	113	8,415	99,011		
JAPON	11,319	75	42,728	706	4,424	192	31,741	212	1,961	138	9,345	102,841		
ACDO.BANGK	38,074	15	18,071	2,033	196	1,489	472	21	1,773	29	734	62,907		
RESTO ASIA	9,231	14	27,906	570	828	884	18,002	190	546	79	320	58,570		
OTROS	16,554	77	19,490	905	1,725	230	13,455	59	769	24	2,763	56,061		
TOTAL GLOBAL	168,510	1,560	190,580	19,358	20,552	7,550	185,446	1,689	10,777	1,710	32,304	640,036		

1992 1993 1994 Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela

1991 1992 1993 Ecuador

1991 1993 1994 Perú

CUADRO 26
SECTOR ELECTRONICA DE CONSUMO
RESUMEN DEL COMERCIO DE LAS PRINCIPALES PARTIDAS SELECCIONADAS
 Promedio de los tres últimos años disponibles
 (Millones de dólares)

PAISES	8525 EMISORES RADIODI- FUSION, TV, ETC.		8527 RECEPTORES RADIO- DIFUSION, ETC.		8528 RECEPTORES DE TV		8529 PARTES P/APARATOS PTDS. 8525 A 8528		SUBTOTAL PTDS. 8525; 8527/9		TOTAL SECTOR															
	EXPORTS	IMPORTS	EXPORTS	IMPORTS	EXPORTS	IMPORTS	EXPORTS	IMPORTS	EXPORTS	IMPORTS	EXPORTS	IMPORTS														
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%														
ARGENTINA	2	12,5	242	25,6	3	16,8	219	23,1	8	50,0	146	15,4	2	12,5	160	17,8	15	93,8	776	81,9	16	100	947	100		
BOLIVIA			4	40,0			1	10,0			2	20,0			2	20,0				9	90,0			10	100	
BRASIL	4	1,1	186	24,5	331	93,2	86	11,3	1	0,3	33	4,3	11	3,1	191	25,2	347	97,7	486	65,3	355	100	759	100		
COLOMBIA	1	20,0	104	56,2	1	20,0	23	12,4	1	20,0	20	10,8	1	20,0	19	10,3	4	80,0	166	89,7	5	100	185	100		
CHILE	1	100,0	60	19,3			76	24,4			104	33,4			21	6,8			1	100,0	261	83,9	1	100	311	100
ECUADOR			8	24,2			5	15,2			5	15,2			8	24,2				8	24,2			33	100	
MEXICO	13	14,3	422	28,1	4	4,4	275	18,3	3	3,3	281	16,7	33	36,3	185	12,3	53	58,2	1163	77,4	91	100	1502	100		
PARAGUAY			8	4,8			49	29,2			73	43,5			2	1,2				132	78,6			158	100	
PERU			20	17,5			31	27,2			35	30,7			11	9,6				97	85,1			114	100	
URUGUAY			7	6,8			17	16,5			66	64,1			2	1,9				92	89,3			103	100	
VENEZUELA			111	44,8			25	10,1			36	14,5			32	12,9				204	82,3	2	100	248	100	
ALADI	21	4,5	1172	26,8	339	72,0	806	18,4	13	2,8	801	18,3	47	10,0	840	14,6	420	89,2	3419	76,1	471	100	4380	100		

CUADRO 27
ALADI - IMPORTACIONES DE HORNOS DE MICROONDAS
 Promedio de los tres últimos años disponibles
 (Miles de dólares)

INFORMANTES	PRINCIPALES PAISES COPARTICIPES						
	ALADI	COREA S.	COREA N.	EE.UU.	JAPON	OTROS	TOTAL
ARGENTINA	1059	9234		1596	181	5239	17289
BOLIVIA	10	27		13	25	13	88
BRASIL		3562		1621	553	1111	6847
COLOMBIA		237		977		380	1594
CHILE	1	8576		294	336	982	10189
ECUADOR				74		106	180
MEXICO		159	8385	16365	3899	1766	30574
PARAGUAY	34	889		930	470	936	3239
PERU	60	3382		280	212	122	4036
URUGUAY	14	1763		475	7	3058	5317
VENEZUELA	4	440		1924	630	190	3188
ALADI	1182	28229	8385	24549	6293	13903	82541