

FOCCO ALADI

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Productos Mexicanos
en el Mercado Paraguayo

Secretaría General de la ALADI

ALADI. Secretaría General. Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad. Productos Mexicanos en el Mercado Paraguayo. Montevideo: ALADI. Secretaría General, octubre 2011. 12 p. (Foco ALADI. Análisis de Competitividad; no. AC.MX 08/11). – Material didáctico sobre comercio internacional.

1. Comercio Exterior. 2. Competitividad. 3. México. 4. Paraguay.
I. Título F.26.8(MX.08)2011

Reservados todos los derechos. Queda prohibida toda reproducción, total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, o cualquier idioma, bajo las sanciones establecidas por la Ley, sin previa autorización formal de sus autores.

Nota: El propósito de este documento es sólo informativo y, por consiguiente, no puede entenderse, bajo ninguna circunstancia, que la Secretaría General asume responsabilidad alguna en relación a cualquier tipo de operación que un empresario realice o pretenda realizar respecto a los productos o mercados que se mencionan. En tal sentido, se recuerda que los cálculos efectuados son de carácter indicativo.

Por cualquier consulta o comentario diríjase al Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad de la Secretaría General de la ALADI (dpcdc@aladi.org)

Tabla de contenido

Objetivo y alcances	4
Situaciones competitivas.....	5
Situación óptima.....	6
Oportunidades perdidas.....	7
Situación vulnerable.....	9
Productos en retirada.....	10

Objetivos y alcance

La Secretaría General de la ALADI con el propósito de promover el comercio regional, presenta un análisis de competitividad de los productos mexicanos en el mercado paraguayo. El mismo se ha realizado en base a información propia de acceso a los mercados y flujos de comercio, complementado con una metodología desarrollada por CEPAL*.

En este contexto, se toma como indicador de la competitividad de un producto, la participación de las importaciones del mismo en el total de compras del país de destino. En este caso, un producto mexicano es competitivo en el mercado paraguayo, cuando su participación en las importaciones totales de Paraguay aumenta, comparando el trienio 2007-2009, con respecto al 1998-2000. Los cambios en la competitividad de un producto pueden ser explicados considerando las variaciones que se producen en el posicionamiento y en la eficiencia.

Posicionamiento

Por posicionamiento se entiende la participación de las importaciones de un producto en el total de las importaciones que fueron realizadas por Paraguay, con independencia de los países proveedores. El posicionamiento se califica como “favorable” cuando la participación de dicho producto aumenta en el total. Esta situación indica que las compras de Paraguay de ese producto en el mercado externo, crecen más rápidamente que las compras totales del país. En tanto, el posicionamiento será “desfavorable” cuando la participación disminuya.

Eficiencia

La eficiencia se define como la relación que existe entre las importaciones de un producto originario de México, en el total de las compras al exterior realizadas por Paraguay, del mismo producto.

La eficiencia se califica como “alta”, cuando aumenta la participación de las importaciones originarias de México de un producto en el total de las importaciones de dicho producto por parte de Paraguay. Esto significa que los proveedores de origen mexicano están aprovechando mejor las posibilidades que el mercado de destino brinda, en un contexto de ampliación del mismo y/o de sustitución de proveedores.

*CEPAL, Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional, disponible en <http://www.cepal.org/magic>)

Situaciones competitivas

Las diferentes situaciones competitivas por las que atraviesan los productos mexicanos en el mercado paraguayo pueden ser agrupadas en cuatro principales, combinando los indicadores de posicionamiento y eficiencia. Las mismas se detallan a continuación y se resumen en el Cuadro N°1.

1 - Situación óptima: Un producto se encuentra en situación óptima cuando el consumo importado del mismo se amplía en el mercado paraguayo, y estas oportunidades son aprovechadas por los productores mexicanos. En término de los indicadores definidos, el posicionamiento es favorable y la eficiencia es alta.

2 - Oportunidades perdidas: En este caso, si bien el posicionamiento es favorable, por tanto el producto es dinámico, existen determinadas razones por las cuales la participación de los productos mexicanos en el mercado paraguayo se ha ido reduciendo, con lo cual la eficiencia se cataloga como baja.

3 - Vulnerabilidad: Se trata de una situación en la cual, las importaciones de un producto por parte de Paraguay no han crecido al mismo ritmo que las importaciones totales, pero los productores mexicanos han logrado mantener o incrementar su participación en las mismas, desplazando competidores.

4 - Retirada: En esta situación, el consumo del producto importado crece menos que el total y al mismo tiempo, los productores mexicanos son desplazados por los productores de otros países.

Cuadro N° 1 - Situaciones competitivas seleccionadas

		<i>Variación de la Eficiencia</i>	
		Alta (aumenta o es cero)	Baja
Variación del Posicionamiento	Favorable (aumento o es cero)	Óptima/Buena	Oportunidades perdidas
	Desfavorable	Vulnerabilidad	Retirada

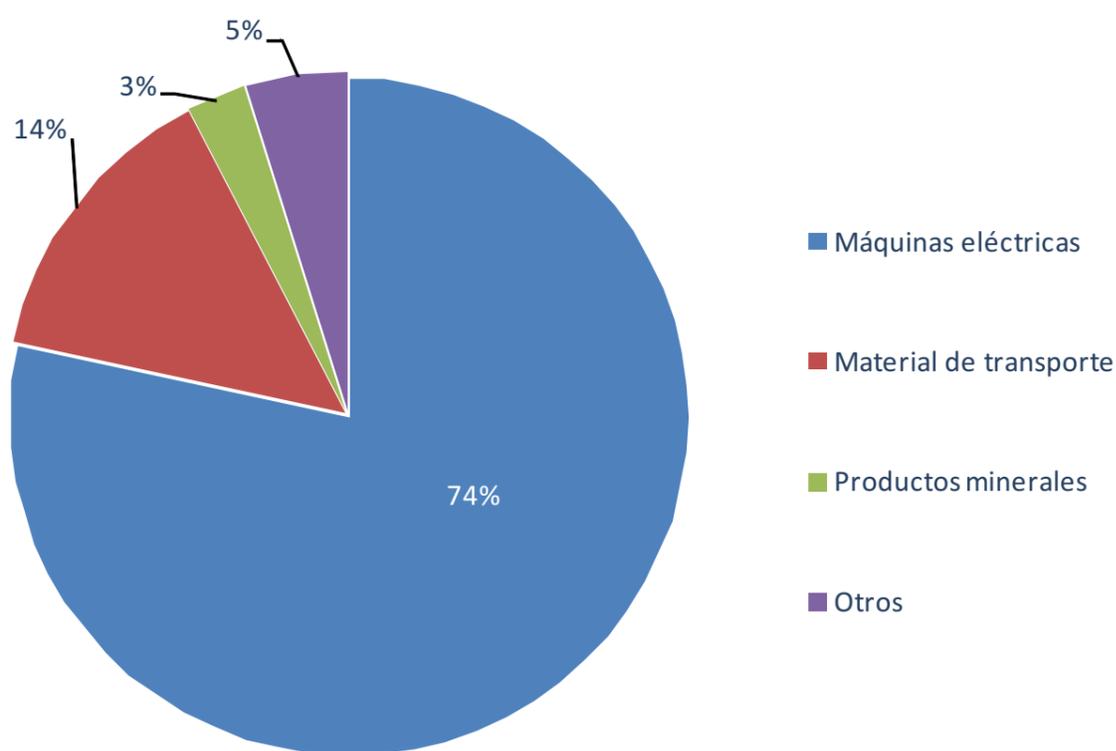
Situación óptima

El conjunto de productos mexicanos exportados a Paraguay en situación óptima, surgen de una demanda paraguaya dinámica y eficiencia mexicana alta. Las situaciones identificadas en este caso pueden dividirse en dos categorías. Aquellos que ya se exportaban en el trienio 1998-2000, y los que ingresaron al mercado paraguayo en el último trienio considerado, que se denominarán “nuevos productos”.

La primera categoría de productos agrupa, entre otros, las unidades de memoria, los cables de filamentos artificiales, los camiones, los teléfonos, las ruedas y los micrófonos.

Por su parte, el grupo compuesto por aquellos productos que han logrado insertarse con éxito en el mercado paraguayo en el período 2007-2009, se encuentra fundamentalmente compuesto por máquinas eléctricas, material de transporte y productos minerales, tal como puede observarse en el Gráfico N° 1.

Gráfico N° 1 - Sectores con productos en situación óptima



Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI, % de cada categoría en el total de las importaciones de Paraguay desde México vinculadas a la situación referida, para el promedio del trienio 2007-2009

Oportunidades perdidas

La situación que se ha denominado “oportunidad perdida” se encuentra configurada, en este caso, por dos circunstancias diferentes. En la primera de ellas, los productores mexicanos en ninguno de los dos trienios analizados han logrado ingresar con sus productos al mercado paraguayo. Por tanto, México no exportó a Paraguay un producto o conjunto de productos que éste país demanda de forma creciente del resto del mundo.

La segunda circunstancia corresponde a aquellos productos importados con demanda creciente en el mercado paraguayo, pero en la que los productores mexicanos han visto reducida su participación como proveedores de los mismos.

⇒ **Sectores de productos con demanda paraguaya dinámica que México no ha exportado a Paraguay en los trienios 2007-2009 y 1998-2000**

Los abonos minerales o químicos, los neumáticos para autobuses o camiones, los maíces para siembra y los superfosfatos, componen parte de la canasta de productos en los cuales México cuenta con oferta exportable, y Paraguay con una demanda creciente por importaciones, pero que el primero no ha exportado a Paraguay en los dos trienios considerados.

Cuadro N° 2 - Sectores con oportunidades perdidas sin ventas a Paraguay en los trienios 2007-2009 y 1998-2000

	Exportaciones de México (2007-2009)	Importaciones de Paraguay(2007-2009)	Preferencia 2012* (en %)
Abonos minerales o químicos con los tres elementos fertilizantes: nitrógeno, fósforo y potasio	7.400.093	169.732.476	8*
Neumáticos de los tipos utilizados en autobuses o camiones	69.511.428	64.679.837	8*
Maíces para siembra	12.073.515	35.780.480	–
Polietileno de densidad superior o igual a 0,94	43.269.929	21.915.852	–
Superfosfatos	76.999.071	21.721.547	–
Polietileno de densidad inferior a 0,94	80.239.929	16.575.898	–
Urea, incluso en disolución acuosa	6.059.643	8.145.431	8
Polipropileno	52.912.095	7.777.853	8
Vacunas para uso en medicina	40.985.003	7.032.343	–

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde a la PAR. (^) Corresponde al AAP.R.38

Oportunidades perdidas

Por otra parte, las máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, los videojuegos y los antisueros, constituyen los componentes principales de la canasta de productos en los cuales los productores mexicanos no han podido aprovechar la fortaleza de la demanda paraguaya.



Sectores de productos con demanda paraguaya dinámica y en los que México redujo su importancia como proveedor

Estos productos lograron ingresar al mercado paraguayo en el trienio 1998-2000, pero casi una década después no han podido mantener su posición en el mercado, aún cuando la demanda paraguaya hacia el resto del mundo es creciente.

Cuadro N° 3 - Productos mexicanos que redujeron su participación en las importaciones paraguayas

	Exportaciones de México (2007-2009)	Importaciones de Paraguay (2007-2009)	Importaciones de Paraguay desde México (2007-2009)	Preferencia 2012* (en %)
Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, portátiles, de peso inferior o igual a 10 kg, que estén constituidas, al menos, por una unidad central de proceso, un teclado y un visualizador	628.686.425	360.204.421	29.207	40 [^]
Videojuegos de los tipos utilizados con receptor de televisión	1.157.488.190	198.168.517	39.958	—
Partes y accesorios de máquinas de la partida 84.71	1.166.476.074	157.264.709	227.197	100
Convertidores estáticos	516.950.183	22.378.125	3.010	40
Antisueros (sueros con anticuerpos), demás fracciones de la sangre y productos inmunológicos modificados, incluso obtenidos por proceso biotecnológico	20.834.210	5.701.665	35.908	8 ó 10 ó 100
Tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre	158.646.891	5.123.427	6.106	—
Preparaciones para el maquillaje de los ojos	13.876.739	5.008.384	13.162	—
Velas, cirios y artículos similares	12.491.259	3.396.020	126	8*
Cajas de cojinetes con rodamientos incorporados	245.494.984	2.792.839	53	8*
Cajas de papel o cartón corrugado	97.660.996	2.202.867	28	—

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde a la PAR; (^) corresponde a la AAP.R.38.

Situación vulnerable

La cerveza de malta, los cigarrillos, los desodorantes corporales, la vajilla y demás artículos para el servicios de mesa o de cocina, los ventiladores eléctricos, los champúes y las t-shirts y camisetas de punto de algodón podrían presentar dificultades para consolidar o ampliar su participación en el mercado paraguayo, ya que la demanda por importaciones de dichos productos crece a menor ritmo que el total. Por tanto, las posibilidades de expansión de los productos mexicanos dependerán de la capacidad de los productores para desplazar tanto a oferentes locales como extranjeros.

Cuadro N° 4 - Subpartidas en situación de vulnerabilidad

	Exportaciones de México (2007-2009)	Importaciones de Paraguay (2007-2009)	Importaciones de Paraguay desde México (2007-2009)	Preferencia 2012* (en %)
Vehículos automóbiles para el transporte de mercancías, de peso total con carga máxima inferior o igual a 5 t	1.504.924.341	105.941.868	5.437.068	8*
Cerveza de malta	1.434.723.480	25.425.305	876.524	—
Cigarrillos que contengan tabaco	266.117.820	23.183.919	58.039	—
Los demás artículos de grifería y órganos similares, entre ellas válvulas de evacuación	1.090.948.970	9.909.730	6.466	44^ ó 49^
Desodorantes corporales y antitranspirantes	72.675.076	7.589.528	423.408	—
Vajilla y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina	116.809.476	6.899.318	1.869	—
Ventiladores de mesa, pie, pared, cielo raso, techo o ventana, con motor eléctrico incorporado de potencia inferior o igual a 125 W	12.464.478	6.317.039	493	20^
Bolsos de mano (carteras), incluso con bandolera o sin asas, con la superficie exterior de hojas de plástico o materia textil	8.809.907	5.664.548	6.342	—
Champúes	288.468.836	5.590.441	653.277	—
T-shirts y camisetas de punto, de algodón	616.552.560	3.797.299	7.494	8*
Cables de fibras ópticas	282.457.651	3.761.160	194.907	8*
Navajas y máquinas de afeitar	189.376.699	3.477.728	8.146	8*

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde a la PAR; (^) corresponde a la AAP.R.38.

Productos en retirada

Las compresas, tampones higiénicos y pañales, algunos agentes de superficie orgánicos, excepto el jabón, el jabón de tocador, los baúles con la superficie exterior de plástico o material textil y los licores se encuentran dentro del grupo de productos para los que México cuenta con oferta exportable, pero donde la demanda paraguaya por importaciones se redujo y los productores mexicanos fueron desplazados por otros competidores, tal como se aprecia en el Cuadro N° 5.

A diferencia de la situación de vulnerabilidad, la participación de las importaciones de estos productos en el total de las compras paraguayas en el mercado internacional descendió, en la comparación de los dos trienios considerados.

Cuadro N° 5 - Productos en retirada

	Exportaciones de México (2007-2009)	Importaciones de Paraguay (2007-2009)	Importaciones de Paraguay desde México (2007-2009)	Preferencia 2012* (en %)
Compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos higiénicos similares	369.386.381	26.574.360	20.515	–
Agentes de superficie orgánicos, excepto el jabón, en preparaciones acondicionadas para la venta al por menor	223.339.403	12.352.091	71.808	8*
Poli(cloruro de vinilo) sin mezclar con otras sustancias	145.790.356	5.916.843	38	8*
Baúles, maletas (valijas) y maletines, incluidos los de aseo y los portafolios, con la superficie exterior de plástico o materia textil	22.262.256	4.264.300	5.364	–
Jabón de tocador (incluso los medicinales)	81.078.751	4.242.931	17.649	–
Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares	208.458.400	3.782.958	1.423	–
Auriculares, incluidos los de casco, estén o no combinados con micrófono, y juegos o conjuntos constituidos por un micrófono y uno o varios altavoces (altoparlantes)	322.544.977	2.799.721	1.517	10^
Licores	39.864.248	1.640.487	262	8*
Limas, escofinas y herramientas similares	11.766.880	1.313.165	170.923	8*
Avisadores eléctricos de protección contra robo o incendio y aparatos similares	242.948.566	1.203.191	5.431	8*

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde a la PAR; (^) corresponde a la AAP.R.38.

ALADI: Servicio de Apoyo al Empresario

• Para acceder al archivo de esta publicación, consulte en nuestro sitio web www.aladi.org, en el cual también encontrará información, entre otros, sobre los siguientes temas:

- Acuerdos Comerciales
- Aranceles y Nomenclatura
- Preferencias y Regímenes de Origen
- Directorios de Importadores, Exportadores y Entidades Empresariales
- Productos de Inteligencia Comercial
- Estadísticas de Comercio Exterior
- Calendario de Ferias y Eventos
- Normativa sobre el Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos

Portal PYMESLATINAS (www.pymeslatinas.org)

Es un sitio regional gratuito, dirigido especialmente a la promoción del comercio entre las MIPYMES de la región y de éstas con el resto del mundo, pudiéndose:

- Publicar gratuitamente ofertas y demandas de productos y servicios de representación y distribución.
- Generar contactos con otras empresas, conocer eventos, acceder a noticias sectoriales de interés y realizar consultas técnicas.



Asociación Latinoamericana de Integración
Associação Latino-Americana de Integração

Asociación Latinoamericana de Integración
Cebollatí 1461, Código Postal 11200
Montevideo - Uruguay
Tel.: (598) 2410 1121 - Fax: (598) 2419 0649
E-mail: sgaladi@aladi.org
www.aladi.org