

FOCCO ALADI

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Productos Ecuatorianos
en el Mercado Colombiano

Secretaría General de la ALADI

ALADI. Secretaría General. Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad. Productos Ecuatorianos en el Mercado Colombiano. Montevideo: ALADI. Secretaría General, agosto 2011. 12 p. (Foco ALADI. Análisis de Competitividad; no. AC.EC.04/11). – Material didáctico sobre comercio internacional.

1. Comercio Exterior. 2. Competitividad. 3. Ecuador. 4. Colombia. I. Título F.26.8(EC.04)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 ecuatorianos en el mercado colombiano. 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 ecuatoriano es competitivo en el mercado colombiano, cuando su participación en las importaciones totales de Colombia aumenta, comparando el trienio 2008-2010, 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 Colombia, 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 Colombia 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 Ecuador, en el total de las compras al exterior realizadas por Colombia, del mismo producto.

La eficiencia se califica como “alta”, cuando aumenta la participación de las importaciones originarias de Ecuador de un producto en el total de las importaciones de dicho producto por parte de Colombia. Esto significa que los proveedores de origen ecuatoriano 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 ecuatorianos en el mercado colombiano 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 colombiano, y estas oportunidades son aprovechadas por los productores ecuatorianos. En términos 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 ecuatorianos en el mercado colombiano 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 Colombia no han crecido al mismo ritmo que las importaciones totales, pero los productores ecuatorianos 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 ecuatorianos 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

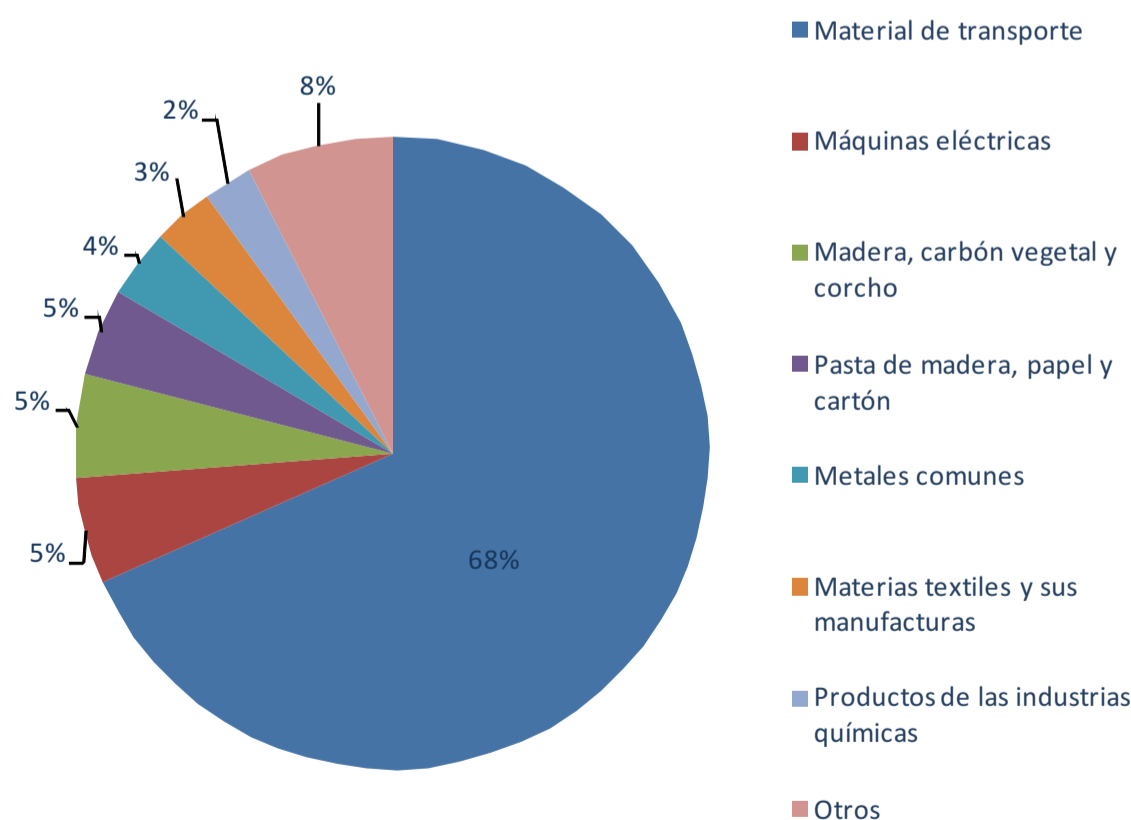
Situación óptima

El conjunto de productos ecuatorianos exportados a Colombia en situación óptima, surge de una demanda colombiana dinámica y eficiencia ecuatoriana 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 colombiano en el último trienio considerado, que se denominarán “nuevos productos”.

La primera categoría de productos agrupa, entre otros, a los cuadernos, los perfumes y las aguas de tocador, el café sin descafeinar, algunos electrodomésticos y productos textiles.

Por su parte, el grupo compuesto por aquellos productos que han logrado insertarse con éxito en el mercado colombiano en el período 2008-2010, se encuentra fundamentalmente compuesto por el material de transporte, las máquinas eléctricas y la madera, la pasta de madera, el papel y el cartón, 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 Colombia desde Ecuador vinculadas a la situación referida, para el promedio del trienio 2008-2010

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 ecuatorianos en ninguno de los dos trienios analizados han logrado ingresar con sus productos al mercado colombiano. Por tanto, Ecuador no exportó a Colombia un producto o conjunto de productos que este país demanda de forma creciente del resto del mundo.

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



Sectores de productos con demanda colombiana dinámica que Ecuador no ha exportado a Colombia en los trienios 2008-2010 y 1998-2000

Algunas maquinarias, los atunes blancos, las levaduras vivas y los artículos de ortopedia componen parte de la canasta de productos en los cuales Ecuador cuenta con oferta exportable, y Colombia con una demanda creciente por importaciones, pero que el primero no ha exportado a Colombia en los dos trienios considerados.

Cuadro N° 2 - Sectores con oportunidades perdidas sin ventas a Colombia en los trienios 2008-2010 y 1998-2000

	Exportaciones de Ecuador (2008-2010)	Importaciones de Colombia (2008-2010)
Máquinas para lavar ropa, incluso con dispositivo de secado, de capacidad unitaria, expresada en peso de ropa seca, superior a 10 kg	7.046.424	87.294.651
Artículos y aparatos de ortopedia o para fracturas	21.295.175	56.483.743
Las demás mezclas de hidrocarburos aromáticos que destilen 65% o más de su volumen (incluidas las pérdidas) a 250.C, según la norma ASTM D 86	104.440.002	19.034.779
Albacoras o atunes blancos (Thunnus alalunga)	3.589.517	10.884.458
Artículos y aparatos de prótesis dental, excepto dientes artificiales	8.644.138	10.871.188
Gafas (anteojos), excepto de sol	2.231.740	8.386.896
Máquinas y aparatos para la industria lechera	1.956.461	5.152.514
Levaduras vivas	1.403.549	5.020.064
Atunes (del género Thunnus), listados o bonitos de vientre rayado	10.570.514	3.378.125

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares.

Oportunidades perdidas

Por otra parte, algunos tipos de maíces y preparaciones forrajeras, productos cerámicos y plásticos, el aceite de palma, las mantas y t-shirts de punto y de algodón, constituyen los componentes principales de la canasta de productos en los cuales los productores ecuatorianos no han podido aprovechar la fortaleza de la demanda colombiana, tal como puede apreciarse en el Cuadro N°3.



Sectores de productos con demanda colombiana dinámica y en los que Ecuador redujo su importancia como proveedor

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

Cuadro N° 3 - Productos ecuatorianos que redujeron su participación en las importaciones colombianas

	Exportaciones de Ecuador (2008-2010)	Importaciones de Colombia (2008-2010)	Importaciones de Colombia desde Ecuador (2008-2010)
Los demás maíces, excepto para siembra	6.287.169	795.091.670	5.013.115
Preparaciones forrajeras con adición de melazas o de azúcar, sustitutos de la leche para alimentación de terneros, entre otras preparaciones para animales, excepto para perros y gatos acondicionadas para la venta al por menor	21.444.530	94.804.381	71.611
Conservas de atunes, listados y bonitos (Sarda spp.)	391.018.812	85.479.322	35.790.411
Plaquetas, cubos, dados y artículos similares, incluso de forma distinta de la cuadrada o rectangular, excepto en los que la superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado inferior a 7 cm	6.958.315	66.436.462	2.646.045
Las demás placas, láminas, hojas y tiras, de plástico no celular y sin refuerzo, estratificación ni soporte o combinación similar con otras materias, de polímeros de propileno	3.181.880	48.582.922	1.555.163
Aceite de palma, excepto en bruto	45.754.086	39.636.750	30.044.135
Aceite de soja, excepto en bruto	21.819.027	34.791.257	2.337.769
T-shirts» y camisetas, de punto, de algodón	2.724.701	25.800.809	135.028
Aceite de palma, en bruto	116.575.745	21.722.626	9.244.507
Los demás tubos y perfiles huecos, soldados, de sección circular, de hierro o acero sin alear	8.187.052	20.448.208	4.087.247
Mantas de fibras sintéticas (excepto las eléctricas)	11.124.440	18.027.524	8.400.028
Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	300.870.923	17.559.056	13.064.732

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares.

Situación vulnerable

Las sardinas en conserva, la harina en polvo de pescado, algunos tipos de calzado, el papel, los chicles y gomas de mascar y algunos productos plásticos, podrían presentar dificultades para consolidar o ampliar su participación en el mercado colombiano, 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 ecuatorianos 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 Ecuador (2008-2010)	Importaciones de Colombia (2008-2010)	Importaciones de Colombia desde Ecuador (2008-2010)
Máquinas y aparatos con función propia, tales como, humectadores y deshumectadores, parabrisas con motor, prensas, etc....	1.824.898	80.421.511	1.008.011
Sardinas, sardinelas y espadines en conserva	47.104.698	36.247.461	33.942.065
Las demás placas, láminas, hojas y tiras de plástico, excepto productos celulares	11.417.449	29.747.582	3.813.644
Harina, polvo y "pellets", de pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	83.202.897	19.247.038	15.310.276
Los demás sacos y bolsas para envasar, de tiras o formas similares, de polietileno o polipropileno	16.294.822	16.534.113	14.701.504
Las demás margarina; mezclas o preparaciones alimenticias de grasas o aceites, animales o vegetales (151790)	5.028.351	14.954.293	2.192.790
Calzados que cubran el tobillo sin cubrir la rodilla	16.579.923	13.371.356	12.600.056
Papel o cartón Kraft crudos o papel o cartón corrugados	3.208.323	11.396.073	2.156.174
Chicles y demás gomas de mascar, incluso recubiertos de azúcar	20.978.530	10.529.714	9.602.916
Bananas o plátanos, frescos o secos	1.933.255.347	4.263.546	4.217.883
Latas o botes para ser cerrados por soldadura o rebordeado	13.716.145	3.953.719	3.549.510

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares.

Productos en retirada

Algunos neumáticos, los tejidos de mezclilla, el arroz semiblanqueado, las compresas y tampones higiénicos y ciertos artículos de confitería constituyen algunos de los productos para los que Ecuador cuenta con oferta exportable, pero donde la demanda colombiana por importaciones se redujo y los productores ecuatorianos 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 colombianas en el mercado internacional descendió, en la comparación de los dos trienios considerados.

Cuadro N° 5 - Productos en retirada

	Exportaciones de Ecuador (2008-2010)	Importaciones de Colombia (2008-2010)	Importaciones de Colombia desde Ecuador (2008-2010)
Neumáticos nuevos del tipo de los utilizados en automóviles de turismo (incluidos los vehículos de tipo familiar - "break" o "station wagon"- y los de carrera)	25.142.365	130.310.625	11.905.369
Tejidos de mezclilla ("denim")	4.135.598	72.432.900	1.538.120
Medicamentos que contengan otros antibióticos	12.264.617	64.132.139	4.421.448
Arroz semiblanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado	3.840.786	18.904.755	1.275.292
Preparaciones para lavar acondicionadas para la venta al por menor	7.495.176	14.648.717	4.909.808
Compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos higiénicos similares	8.540.029	12.601.426	1.484.723
Artículos de confitería sin cacao, excepto chicles y demás gomas de mascar, incluso recubiertos de azúcar	25.911.715	7.731.354	920.803
Chocolates rellenos, en bloques, tabletas o barras	1.347.106	5.870.278	765.947
Gelatinas (aunque se presenten en hojas cuadradas o rectangulares, incluso trabajadas en la superficie o coloreadas) y sus derivados; ictiocola; las demás colas de origen animal, excepto las colas de caseína de la partida 35.01.	8.119.038	5.854.528	903.336
Grasas y aceites, vegetales, y sus fracciones	25.327.877	4.825.884	2.600.482

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares.

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
- Normativa sobre el Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos
- Sistema de Apoyo -Países de Menor Desarrollo Económico Relativo

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