

**FOCCO ALADI**

AC.EC.05/2011



# ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Productos Ecuatorianos  
en el Mercado Peruano

Secretaría General de la ALADI

ALADI. Secretaría General. Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad. Productos Ecuatorianos en el Mercado Peruano. Montevideo: ALADI. Secretaría General, agosto 2011. 12 p. (Foco ALADI. Análisis de Competitividad; no. AC.EC. 05/11). – Material didáctico sobre comercio internacional.

1. Comercio Exterior. 2. Competitividad. 3. Ecuador. 4. Perú. I. Título F.26.8(EC.05)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](mailto: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 peruano. 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 peruano, cuando su participación en las importaciones totales de Perú 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 Perú, 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 Perú 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 Perú, 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 Perú. 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 peruano 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 peruano, 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 peruano 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 Perú 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>	
		<b>Alta (aumenta o es cero)</b>	<b>Baja</b>
<b>Variación del Posicionamiento</b>	<b>Favorable (aumento o es cero)</b>	<b>Óptima/Buena</b>	<b>Oportunidades perdidas</b>
	<b>Desfavorable</b>	<b>Vulnerabilidad</b>	<b>Retirada</b>

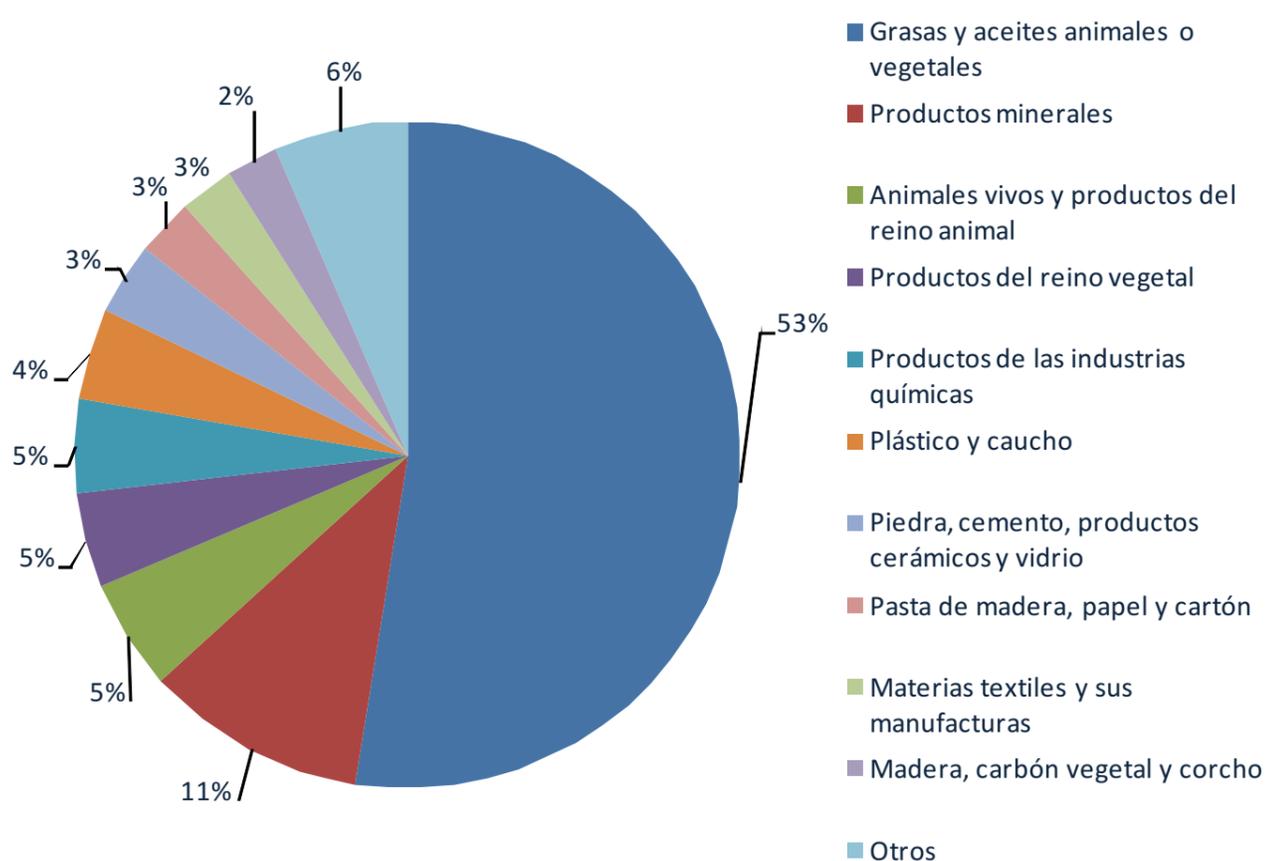
## Situación óptima

El conjunto de productos ecuatorianos exportados a Perú en situación óptima, surge de una demanda peruana 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 peruano en el último trienio considerado, que se denominarán “nuevos productos”.

La primera categoría de productos agrupa, entre otros, los aceites crudos de petróleo, algunos electrodomésticos, los perfumes y las aguas de tocador, los tejidos de mezclilla y otros productos textiles, los atunes, listados y bonitos y los camarones.

Por su parte, el grupo compuesto por aquellos productos que han logrado insertarse con éxito en el mercado peruano en el período 2008-2010, se encuentra fundamentalmente compuesto por las grasas y aceites animales o vegetales, los productos minerales y los animales vivos y productos del reino animal, 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 Perú 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 peruano. Por tanto, Ecuador no exportó a Perú 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 peruano, pero en la que los productores ecuatorianos han visto reducida su participación como proveedores de los mismos.

⇒ **Sectores de productos con demanda peruana dinámica que Ecuador no ha exportado a Perú en los trienios 2008-2010 y 1998-2000**

Algunos productos de la industria textiles y diversas maquinarias y equipos componen parte de la canasta de productos en los cuales Ecuador cuenta con oferta exportable, y Perú con una demanda creciente por importaciones, pero que el primero no ha exportado a Perú en los dos trienios considerados.

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

	Exportaciones de Ecuador (2008-2010)	Importaciones de Perú (2008-2010)
Máquinas de capacidad unitaria, expresada en peso de ropa seca, superior a 10 kg	6.769.674	35.510.154
Aparatos receptores de radiodifusión que solo funcionen con fuente de energía exterior, de los tipos utilizados en vehículos automóviles, combinados con grabador o reproductor de sonido	8.257.094	9.983.631
Telas y fieltros sin fin o con dispositivos de unión, de los tipos utilizados en las máquinas de fabricar papel o máquinas similares (por ejemplo: para pasta, para amiantocemento), de peso superior o igual a 650 g/m <sup>2</sup>	9.300.899	3.001.102
Frutos de cáscara y demás semillas, incluso mezclados entre sí, excepto maníes (cacahuets, Artículos y aparatos de prótesis dental, excepto dientes artificiales	8.797.240	1.318.157
Partes superiores de calzado y sus partes, excepto los contrafuertes y punteras duras	8.644.138	1.103.452
Partes superiores de calzado y sus partes, excepto los contrafuertes y punteras duras	1.196.450	952.836

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

## Oportunidades perdidas

Por otra parte, las tapas de metal para envases, algunos productos cerámicos y laminados de hierro o acero, el plomo refinado y determinados tipos de calzados, constituyen los componentes principales de la canasta de productos en los cuales los productores ecuatorianos no han podido aprovechar la fortaleza de la demanda peruana, tal como puede apreciarse en el Cuadro N°3.

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

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

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

	Exportaciones de Ecuador (2008-2010)	Importaciones de Perú (2008-2010)	Importaciones de Perú desde Ecuador (2008-2010)
Tapones y tapas, cápsulas para botellas, tapones roscados, sobretapas, precintos y demás accesorios para envases, de metal común, excepto tapas corona	5.546.586	25.327.996	1.493.020
Calzado con suela de caucho o plástico, excepto calzado de deporte	13.143.390	24.688.443	194.451
Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana	1.515.432	12.642.219	129.079
Mantas de fibras sintéticas (excepto las eléctricas)	10.928.802	6.935.190	123.701
Listados o bonitos de vientre rayado	10.858.668	6.833.759	1.999.114
Productos laminados planos de hierro o acero sin alear, de anchura inferior a 600 mm, chapados o revestidos, cincado	3.780.675	5.067.432	704.629
Tubos de aleaciones de aluminio	3.593.944	4.938.079	59.321
Los demás calzados con puntera metálica, eue cubran el tobillo sin cubrir la rodilla	16.329.543	4.075.699	3.899.609
Plomo refinado	3.883.064	3.704.328	284.605
Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	10.790.689	3.473.670	499.599
Judía (poroto, alubia, frijol, fréjol) común (Phaseolus vulgaris)	4.573.963	2.421.370	385.715

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

## Situación vulnerable

Algunos artículos de grifería, ciertos productos de higiene personal, las bombonas, botellas y otros envases, las construcciones prefabricadas, los chicles y las levaduras vivas, podrían presentar dificultades para consolidar o ampliar su participación en el mercado peruano, 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 Perú (2008-2010)	Importaciones de Perú desde Ecuador (2008-2010)
Los demás artículos de grifería y órganos similares, excepto válvulas de distinto tipo	3.732.096	100.917.351	1.175.485
Compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos higiénicos similares	8.355.781	47.936.638	3.006.411
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 etileno	2.986.717	24.747.482	699.216
Chicles y demás gomas de mascar, incluso recubiertos de azúcar	20.869.409	17.315.249	4.865.706
Construcciones prefabricadas	3.654.084	10.129.639	556.847
Grasas y aceites, vegetales, y sus fracciones	24.494.353	7.863.489	2.002.364
Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares	2.193.008	7.845.588	144.388
Levaduras vivas	1.366.348	5.130.141	1.380.113
Jabón en otras formas	9.464.196	4.970.432	1.243.938
Calzado de deporte; calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares	2.188.100	4.502.811	2.205.265
Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico superior o igual al 80% vol	17.115.458	4.425.778	1.445.675

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

## Productos en retirada

Algunos productos plásticos, las maquinarias para la agricultura, los bolígrafos y las gelatinas constituyen algunos de los productos para los que Ecuador cuenta con oferta exportable, pero donde la demanda peruana 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 peruanas en el mercado internacional descendió, en la comparación de los dos trienios considerados.

Cuadro N° 5 - Productos en retirada

	Exportaciones de Perú (2008-2010)	Importaciones de Ecuador (2008-2010)	Importaciones de Ecuador desde Perú (2008-2010)
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	23.191.961	25.131.324	1.878.611
Los demás aparatos para agricultura u horticultura, excluidos extintores, pistolas aerográficas y aparatos similares y máquinas y aparatos de chorro de arena o de vapor y aparatos de chorro similares	11.351.387	17.254.474	873.296
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.	7.936.068	10.652.204	195.849
Vajilla y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina	6.369.293	9.793.998	600.582
Preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar (incluidas las preparaciones auxiliares de lavado) y preparaciones de limpieza, aunque contengan jabón, excepto las de la partida 34.01, acondicionadas para la venta al por menor	7.335.128	7.649.170	2.251.780
Bolígrafos	5.297.027	7.389.613	8.693
Manteca, grasa y aceite de cacao	28.853.532	1.704.948	1.207.795
Pasta de cacao, sin desgrasar	22.132.848	1.335.996	1.325.463

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](http://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](http://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](mailto:sgaladi@aladi.org)  
[www.aladi.org](http://www.aladi.org)