

FOCCO ALADI

AC.MX.03/2011



ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Productos Mexicanos
en el Mercado Boliviano

Secretaría General de la ALADI

ALADI. Secretaría General. Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad. Productos Mexicanos en el Mercado Boliviano. Montevideo: ALADI. Secretaría General, octubre 2011. 12 p. (Foco ALADI. Análisis de Competitividad; no. AC.MX 03/11). – Material didáctico sobre comercio internacional.

1. Comercio Exterior. 2. Competitividad. 3. México. 4. Bolivia.
I. Título F.26.8(MX.03)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 boliviano. 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 boliviano, cuando su participación en las importaciones totales de Bolivia 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 Bolivia, 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 Bolivia 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 Bolivia, 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 Bolivia. 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 boliviano 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 boliviano, 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 boliviano 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 Bolivia 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

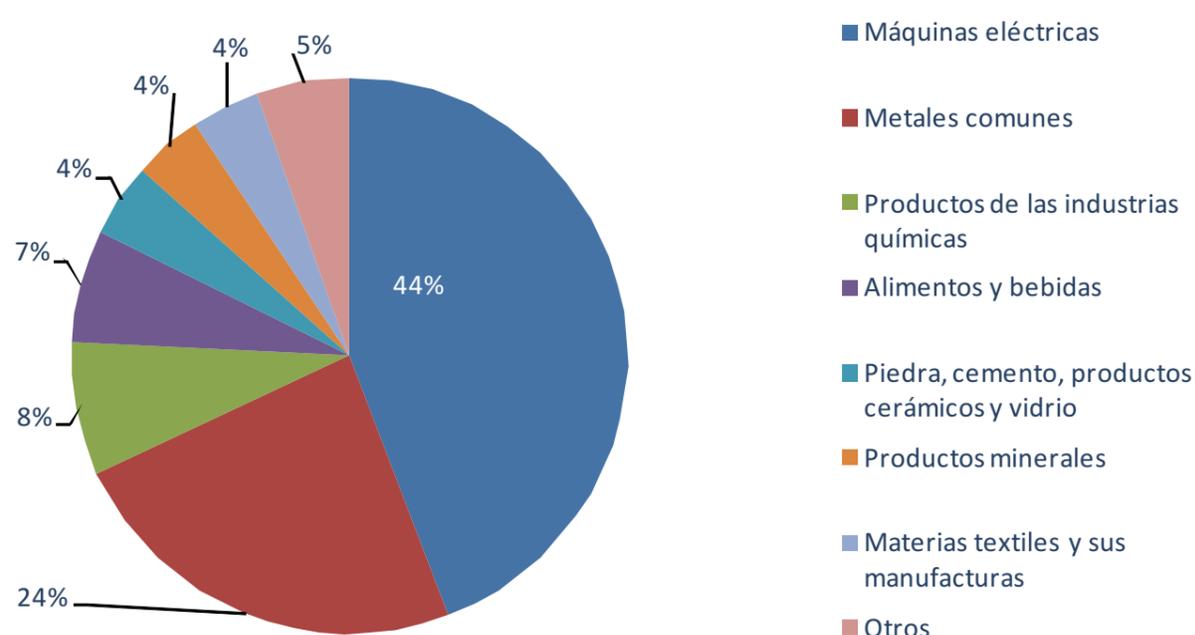
Situación óptima

El conjunto de productos mexicanos exportados a Bolivia en situación óptima, surgen de una demanda boliviana 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 boliviano en el último trienio considerado, que se denominarán “nuevos productos”.

La primera categoría de productos agrupa, entre otros, a los champús, algunos tipos de plásticos, electrodomésticos y bebidas alcohólicas.

Por su parte, el grupo compuesto por aquellos productos que han logrado insertarse con éxito en el mercado boliviano en el período 2008-2010, se encuentra fundamentalmente compuesto por máquinas eléctricas, metales comunes y productos de las industrias químicas, 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 Bolivia desde México 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 mexicanos en ninguno de los dos trienios analizados han logrado ingresar con sus productos al mercado boliviano. Por tanto, México no exportó a Bolivia 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 boliviano, pero en la que los productores mexicanos han visto reducida su participación como proveedores de los mismos.

⇒ **Sectores de productos con demanda boliviana dinámica que México no ha exportado a Bolivia en los trienios 2008-2010 y 1998-2000**

Los volquetes para automotores, las torres y castilletes, los aparatos mecánicos para la agricultura y los cementos sin pulverizar, componen parte de la canasta de productos en los cuales México cuenta con oferta exportable, y Bolivia con una demanda creciente por importaciones, pero que el primero no ha exportado a Bolivia en los dos trienios considerados.

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

	Exportaciones de México (2008-2010)	Importaciones de Bolivia(2008-2010)	Preferencia 2012*(%)
Volquetes automotores concebidos para utilizarlos fuera de la red de carreteras	11.793.136	13.595.753	100
Torres y castilletes	33.745.964	11.724.080	100
Aparatos mecánicos para agricultura u horticultura	108.321.219	10.076.323	100
Cementos sin pulverizar ("clinker")	20.207.438	9.080.333	100
Alambre de hierro o acero sin alear, cincado	57.520.021	7.624.843	100
Sin revestir, incluso pulido	67.784.719	6.579.274	100
Urea, incluso en disolución acuosa	10.207.833	5.648.698	100
Papel higiénico	47.741.302	4.838.141	100
Perfiles huecos de aleaciones de aluminio	5.377.389	4.025.286	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al ACE 66.

Oportunidades perdidas

Por otra parte, las compresas y tampones higiénicos, los perfumes y aguas de tocador, las vacunas, los intercambiadores de calor, los impresos y los muebles de plástico constituyen los componentes principales de la canasta de productos en los cuales los productores mexicanos no han podido aprovechar la fortaleza de la demanda boliviana.



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

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

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

	Exportaciones de México (2008-2010)	Importaciones de Bolivia (2008-2010)	Importaciones de Bolivia desde México (2008-2010)	Preferencia 2012*(%)
Compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos higiénicos similares	372.823.840	32.512.747	380.983	100
Poli(tereftalato de etileno)	524.754.897	21.162.518	1.071.374	100
Perfumes y aguas de tocador	103.003.964	15.708.159	439.201	100
Vacunas para uso en medicina	43.745.928	14.413.551	205	100
Vacunas para uso en veterinaria	23.626.673	7.397.157	255.294	100
Intercambiadores de calor	123.137.305	6.300.364	14.098	100
Impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares	97.044.176	5.843.478	26.432	100
Muebles de plástico	8.181.742	2.928.010	3.422	100
Juntas o empaquetaduras	168.286.334	2.696.272	16.694	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al ACE 66.

Situación vulnerable

Las antenas, las jeringas, las bolsas de polímeros de etileno, las navajas y máquinas de afeitar y los pantalones para hombres o niños de algodón podrían presentar dificultades para consolidar o ampliar su participación en el mercado boliviano, 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 (2008-2010)	Importaciones de Bolivia (2008-2010)	Importaciones de Bolivia desde México (2008-2010)	Preferencia 2012*(%)
Antenas y reflectores de antena de cualquier tipo; partes apropiadas para su utilización con dichos artículos	184.167.334	4.677.808	97.395	100
Adhesivos a base de polímeros de las partidas 39.01 a 39.13 o de caucho	36.350.249	4.551.935	5.788	100
Navajas y máquinas de afeitar	250.062.311	4.109.197	87.220	100
Jeringas, incluso con aguja	165.652.399	1.861.368	2.704	100
Sacos (bolsas), bolsitas y cucuruchos: de polímeros de etileno	151.002.861	1.218.691	2.364	100
Bolígrafos	175.752.901	1.181.099	60.284	100
Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y «shorts»:de algodón para hombres o niños	1.248.988.447	1.088.240	10.028	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al ACE 66.

Productos en retirada

Las damajuanas, botellas y frascos, los chicles, algunos productos textiles y químicos y los cables de fibra óptica se encuentran dentro del grupo de productos para los que México cuenta con oferta exportable, pero donde la demanda boliviana 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 bolivianas en el mercado internacional descendió, en la comparación de los dos trienios considerados.

Cuadro N° 5 - Productos en retirada

	Exportaciones de México (2008-2010)	Importaciones de Bolivia (2008-2010)	Importaciones de Bolivia desde México (2008-2010)	Preferencia 2012*(%)
Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares	230.141.521	13.464.193	3.452	100
Chicles y demás gomas de mascar, incluso recubiertos de azúcar	61.232.882	7.883.336	48.149	—
Acrílicos o modacrílicos	18.514.666	7.388.094	2.277.726	100
Hidrogenoortofosfato de diamonio (fosfato diamónico)	190.530.617	5.532.735	143.031	100
Jabón, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos,..., de tocador (incluso los medicinales)	81.201.022	5.011.381	98.811	100
Trifosfato de sodio (tripolifosfato de sodio)	63.372.787	3.655.473	903.615	100
Coloreados en la masa, opacificados, chapados o simplemente desbastados	43.654.634	3.543.113	40.900	100
Cables de fibras ópticas	310.789.211	2.763.851	1.915	100
Bombas de carburante, aceite o refrigerante, para motores de encendido por chispa o compresión	479.748.482	2.276.553	12.076	100
«T-shirts» y camisetas, de punto y de algodón	638.744.625	1.975.907	7.641	100
Sostenes (corpiños)	29.266.865	1.113.831	376	100
Válvulas para transmisiones oleohidráulicas o neumáticas	140.145.290	649.001	14.279	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al ACE 66.

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