

FOCCO ALLADI

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Productos Mexicanos
en el Mercado Ecuatoriano

Secretaría General de la ALADI

ALADI. Secretaría General. Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad. Productos Mexicanos en el Mercado Ecuatoriano. Montevideo: ALADI. Secretaría General, octubre 2011. 12 p. (Foco ALADI. Análisis de Competitividad; no. AC.MX 07/11). – Material didáctico sobre comercio internacional.

1. Comercio Exterior. 2. Competitividad. 3. México. 4. Ecuador.
I. Título F.26.8(MX.07)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 ecuatoriano. 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 ecuatoriano, cuando su participación en las importaciones totales de Ecuador 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 Ecuador, 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 Ecuador 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 Ecuador, 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 Ecuador. 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 ecuatoriano 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 ecuatoriano, 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 ecuatoriano 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 Ecuador 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

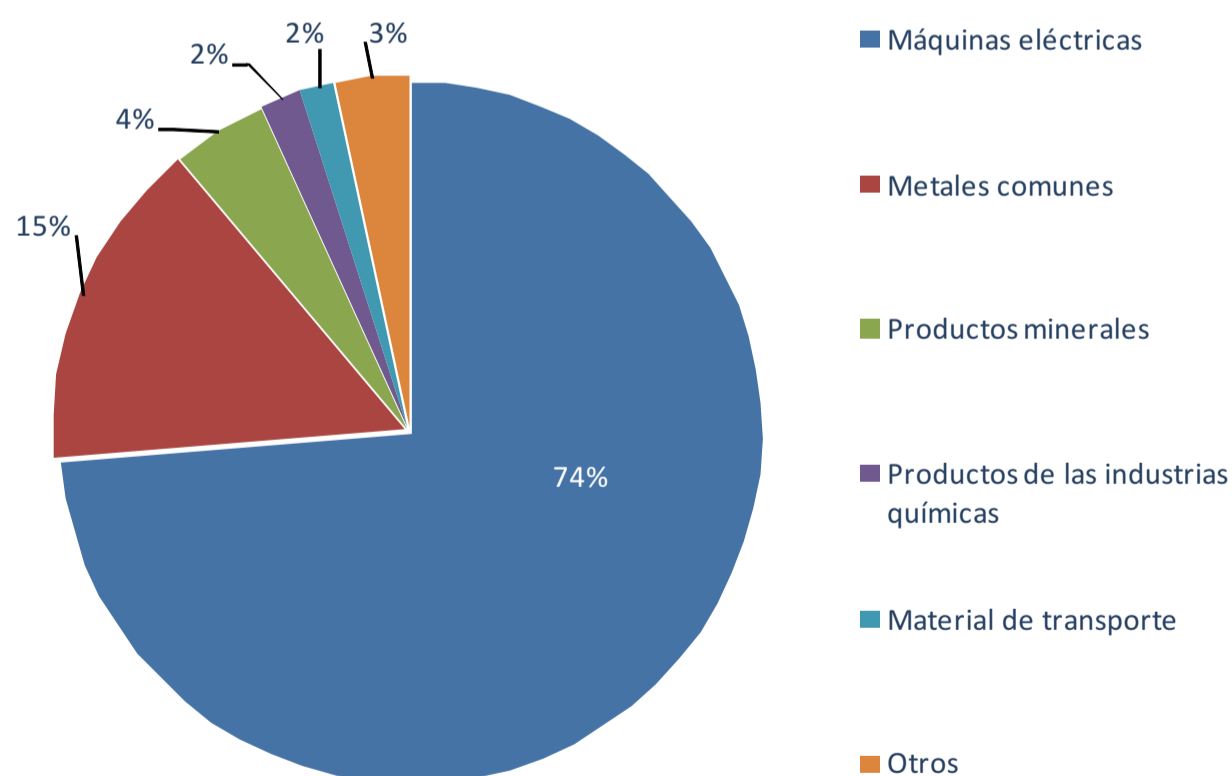
Situación óptima

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

La primera categoría de productos agrupa, entre otros, los automóviles, los tractores, autopartes, compresas y tampones higiénicos, cables de fibra óptica, champúes y las preparaciones para la alimentación infantil.

Por su parte, el grupo compuesto por aquellos productos que han logrado insertarse con éxito en el mercado ecuatoriano en el período 2008-2010, se encuentra fundamentalmente compuesto por máquinas eléctricas, metales comunes 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 Ecuador 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 ecuatoriano. Por tanto, México no exportó a Ecuador 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 ecuatoriano, pero en la que los productores mexicanos han visto reducida su participación como proveedores de los mismos.

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

Los aceites de girasol en bruto, algunas hortalizas, los alimentos para mascotas y los perfiles de hierro o acero, componen parte de la canasta de productos en los cuales México cuenta con oferta exportable, y Ecuador con una demanda creciente por importaciones, pero que el primero no ha exportado a Ecuador en los dos trienios considerados.

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

	Exportaciones de México (2008-2010)	Importaciones de Ecuador(2008-2010)	Preferencia 2012* (en %)
Aceites en bruto de girasol	27.655.429	12.498.239	8
Ajos	14.168.761	11.684.482	8
Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor	20.349.146	10.423.548	8
Cebollas y chalotes	286.423.705	9.764.024	8
Perfiles en L	50.706.145	5.092.133	-
Perfiles huecos	5.377.389	3.920.666	-
Bragas (bombachas, calzones) (incluso las que no llegan hasta la cintura), de fibras sintéticas o artificiales	28.508.297	3.761.042	-
Naranjas	7.133.214	3.741.385	-
Perfiles en U	16.274.849	3.517.482	-
Audífonos, excepto sus partes y accesorios	41.685.067	3.492.076	8
Plomo refinado	146.574.562	2.479.497	8

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

Oportunidades perdidas

Por otra parte, el polipropileno, los convertidores estáticos, los perfumes y los jabones de tocador, constituyen los componentes principales de la canasta de productos en los cuales los productores mexicanos no han podido aprovechar la fortaleza de la demanda ecuatoriana.



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

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

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

	Exportaciones de México (2008-2010)	Importaciones de Ecuador (2008-2010)	Importaciones de Ecuador desde México (2008-2010)	Preferencia 2012* (en %)
Polipropileno	71.516.862	69.957.199	60.141	–
Poli(tereftalato de etileno)	524.754.897	65.974.805	38.667	–
Productos laminados planos de hierro o acero sin alear, de anchura superior o igual a 600 mm, chapados o revestidos, revestidos de aleaciones de aluminio y cinc	81.695.813	38.474.810	3.756.753	25*
Convertidores estáticos	518.751.089	33.078.070	341.421	–
Perfumes y aguas de tocador	103.003.964	22.723.701	92.133	–
Jabón, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos,..., de tocador (incluso los medicinales)	81.201.022	16.980.784	101.922	–
Los demás aparatos de alumbrado o señalización visual	411.313.845	13.948.919	143.407	8^
Pañuelos, toallitas de desmaquillar y toallas	15.012.118	5.721.898	54	–
Sacos (bolsas) con una anchura en la base superior o igual a 40 cm	21.420.724	5.563.576	408	–
Sacos (bolsas), bolsitas y cucuruchos, de polímeros de etileno	151.002.861	5.192.058	568.788	–
Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios	61.826.524	3.623.047	926	–

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al AAP.PR. 29; (^) corresponde a la PAR.

Situación vulnerable

El algodón sin cardar ni peinar, los tejidos de mezclilla, los abonos minerales, las tapas y tapones, las vacunas para uso veterinario y las navajas y máquinas de afeitar, podrían presentar dificultades para consolidar o ampliar su participación en el mercado ecuatoriano, 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 Ecuador (2008-2010)	Importaciones de Ecuador desde México (2008-2010)	Preferencia 2012* (en %)
Algodón sin cardar ni peinar	59.367.499	27.698.796	1.931.724	–
Hidrogenoortofosfato de diamonio (fosfato diamónico)	190.530.617	24.996.639	3.388.226	8^
Tejidos de mezclilla ("denim")	48.277.570	19.924.773	484.293	–
Abonos minerales o químicos con los tres elementos fertilizantes: nitrógeno, fósforo y potasio	9.874.959	17.359.770	137.799	–
Tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre	168.236.152	13.893.235	2.482.033	–
Vacunas para uso en veterinaria	23.626.673	10.408.486	1.008.281	8^ ó 100*
Navajas y máquinas de afeitar	250.062.311	6.863.040	3.028.344	79*
«T-shirts» y camisetas, de punto, de algodón	638.744.625	6.743.428	53.220	–
Cerveza de malta	1.346.378.870	6.051.379	1.360.849	–
Penicilinas y sus derivados con la estructura del ácido penicilánico; sales de estos productos	52.436.860	6.041.715	1.749.191	8^
Cepillos de dientes, incluidos los cepillos para dentaduras postizas	43.702.581	4.990.389	1.144.931	–
Bolígrafos	175.752.901	4.859.560	1.191.695	–

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al AAPR 29; (^) refiere a la PAR.

Productos en retirada

Algunos productos plásticos y textiles, ciertos artículos de grifería y la vajilla para el servicio de mesa o de cocina se encuentran dentro del grupo de productos para los que México cuenta con oferta exportable, pero donde la demanda ecuatoriana 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 ecuatorianas 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 Ecuador (2008-2010)	Importaciones de Ecuador desde México (2008-2010)	Preferencia 2012* (en %)
Poli(cloruro de vinilo) sin mezclar con otras sustancias	165.328.203	63.748.715	790.631	-
Los demás artículos de grifería y órganos similares	1.090.388.535	58.479.261	650.089	80*
Medicamentos que contengan otros antibióticos	51.109.073	49.165.050	2.572.092	-
Acrílicos o modacrílicos	18.514.666	20.969.512	843.752	-
Compresores de los tipos utilizados en los equipos frigoríficos	406.683.001	17.202.663	108.136	-
Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares	230.141.521	15.299.817	9.787	-
Vajilla y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina	136.171.834	13.242.367	1.303.606	-
Trifosfato de sodio (tripolifosfato de sodio)	63.372.787	11.494.876	1.736.400	8^
Hilados texturados, de poliésteres	42.105.645	8.112.774	911	-
Yeso natural; anhidrita	7.429.230	5.988.377	1.860.068	8^
Electródos de los tipos utilizados en hornos	65.882.607	3.147.594	1.016.064	60*

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al ACE 60. (^) Corresponde a la PAR.

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