

FOCCO ALLADI

AC.MX.01/2010

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Productos Mexicanos
en el Mercado Colombiano

Secretaría General de la ALADI

ALADI. Secretaría General. Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad. Productos mexicanos en el mercado colombiano. Montevideo: ALADI. Secretaría General, octubre 2010. 12 p. (Foco ALADI. Análisis de Competitividad; no. AC.MX 01/10). – Material didáctico sobre comercio internacional.

1. Comercio Exterior. 2. Competitividad. 3. México. 4. Colombia. I. Título F.26.8(MX.01)2010

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 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. En este caso, un producto mexicano es competitivo en el mercado colombiano, cuando su participación en las importaciones totales de Colombia 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 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 México, 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 México, de un producto en el total de las importaciones de dicho producto por parte de Colombia. 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 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 éstas 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 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 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

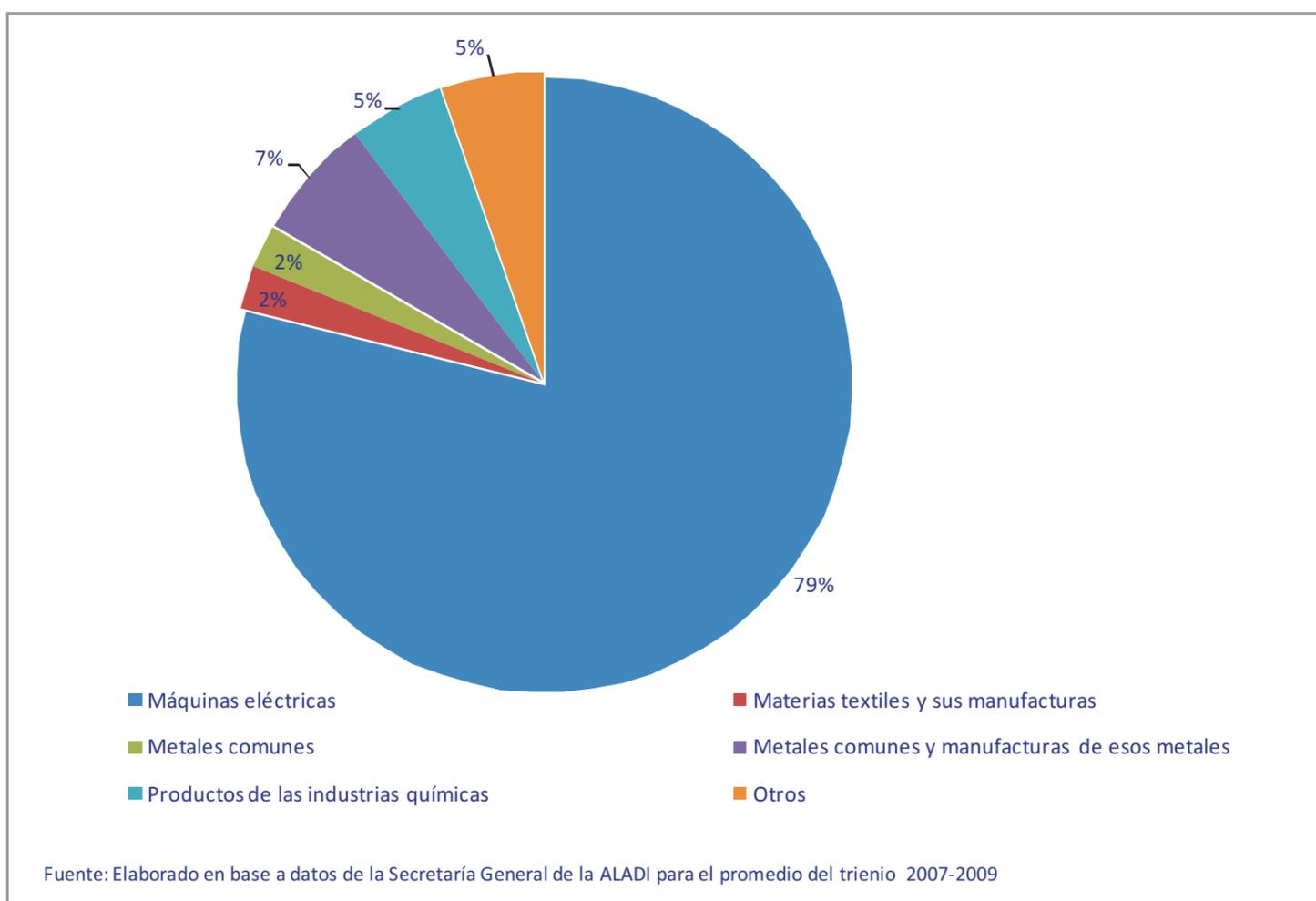
El conjunto de productos mexicanos exportados a Colombia en situación óptima, surgen de una demanda colombiana dinámica y eficiencia mexicana alta. Las situaciones identificadas en este caso pueden dividirse en dos categorías. Aquellos que ya se exportaban en el trienio 1998-2000, y los que ingresaron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

La primera categoría de productos agrupa, entre otros, tractores, automóviles, lavarropas y máquinas procesadoras de datos y sus partes, el poli (tereftalato de etileno) y las navajas y máquinas de afeitar.

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

Gráfico N° 1 - Sectores con productos en situación óptima

Los principales productos incluidos en el capítulo Maquinas Eléctricas en situación óptima son los teléfonos móviles, los televisores y las tarjetas inteligentes.



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 colombiano. Por tanto, México no exportó a Colombia 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 colombiano, pero en la que los productores mexicanos han visto reducida su participación como proveedores de los mismos.



Sectores de productos con demanda colombiana dinámica que México no ha exportado a Colombia en los trienios 2007-2009 y 1998-2000

Algunos materiales de transporte, productos minerales, máquinas eléctricas, productos de industrias alimentarias, bebidas y tabaco, los metales comunes y sus manufacturas, junto con diversos productos de la industria química componen parte de la canasta de productos en los cuales México 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 2007-2009 y 1998-2000

	Exportaciones de México	Importaciones de Colombia
Material de transporte	307.233.023	1.044.002.952
Productos minerales	36.012.284.943	245.949.522
Máquinas eléctricas	313.207.813	219.891.550
Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos; vinagre y tabaco	65.001.319	156.479.936
Metales comunes y manufacturas de esos metales	202.098.204	82.964.269
Productos de las industrias químicas	160.904.699	36.925.703

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI.

Nota: Datos en dólares para el trienio 2007-2009.

Oportunidades perdidas

Por otra parte, las bombonas, algunos medicamentos, los demás maíces excepto para siembra, la tela sin tejer impregnada, algunos instrumentos médicos y el calzado con suela de caucho y plástico, constituyen parte de la canasta de productos en los cuales los productores mexicanos no han podido aprovechar la fortaleza de la demanda colombiana.



Sectores de productos con demanda colombiana dinámica, en los que México 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 mexicanos que redujeron su participación en el mercado colombiano

	Exportaciones de México	Importaciones de Colombia	Importaciones de Colombia desde México
Máquinas eléctricas	5.461.173.693	1.415.816.351	27.226.152
Productos de las industrias químicas	1.366.260.484	909.136.678	57.588.677
Productos del reino vegetal	79.491.308	762.482.338	10.280.638
Metales comunes	1.284.303.841	504.083.638	4.222.764
Material de transporte	1.538.254.735	475.123.948	9.953.248
Materias textiles y sus manufacturas	3.250.625.608	252.704.945	4.651.437
Plástico y caucho	1.009.027.366	234.081.328	8.470.851
Calzado, paraguas y flores artificiales	188.593.852	208.585.477	623.568
Instrumentos de óptica, aparatos de relojería, instrumentos musicales	3.293.773.786	133.500.128	1.253.727

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI.

Nota: Datos en dólares para el trienio 2007-2009.

Situación vulnerable

Algunos productos mexicanos, pertenecientes a los sectores químico, textil, caucho y plásticos y metales comunes 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 las importaciones totales. 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	Importaciones de Colombia	Importaciones de Colombia desde México
Tejidos de mezclilla ("denim")	45.636.794	78.441.077	20.025.112
Productos de hierro o acero sin alear de anchura superior o igual a 600 mm laminados en frío sin chapar ni revestir, de espesor inferior a 0,5 mm	15.847.785	105.357.561	595.288
Polietileno de densidad inferior a 0,94	80.239.929	123.013.757	29.542.521
Polietileno de densidad superior o igual a 0,94	43.269.929	158.776.297	4.612.095
Neumáticos nuevos de caucho del tipo de los utilizados en automóviles de turismo	253.432.342	114.023.790	2.825.401
Estireno	6.193.155	127.579.622	901.194
Hidrogenoortofosfato de diamonio (fosfato diamónico)	156.836.660	57.851.889	3.199.292

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI.
 Nota: Datos en dólares para el trienio 2007-2009.

Productos en retirada

Los convertidores estáticos, los colorantes pigmentarios y preparaciones a base de estos colorantes pigmentados, los embragues y sus partes, los productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado, los poliuretanos, al igual que los chicles y las compresas y tampones, constituyen productos para los que México cuenta con oferta exportable, pero donde la demanda colombiana 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 colombianas en el mercado internacional descendió, en la comparación de los dos trienios considerados.

Cuadro N° 5 - Productos en retirada

	Exportaciones de México	Importaciones de Colombia	Importaciones de Colombia desde México
Convertidores estáticos	516.950.183	52.750.952	605.594
Colorantes pigmentarios y preparaciones a base de estos colorantes	32.107.185	22.740.460	755.790
Embragues y sus partes	126.360.494	20.170.428	403.876
Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado	143.403.273	15.321.660	1.655.484
Poliuretanos	21.474.334	14.752.112	1.668.420
Chicles y demás gomas de mascar, incluso recubiertos de azúcar	61.110.482	12.710.785	119.833
Compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos higiénicos similares	369.386.381	12.349.889	2.704.920
Dióxido de silicio	8.534.995	11.407.006	173.109
Bolígrafos	168.269.330	10.895.965	393.908

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI.

Nota: Datos en dólares para el trienio 2007-2009.

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