

**FOCCO ALADI**

AC.UY.01/2011



# ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Productos Uruguayos  
en el Mercado Mexicano

Secretaría General de la ALADI

ALADI. Secretaría General. Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad. Productos Uruguayos en el Mercado Mexicano. Montevideo: ALADI. Secretaría General, julio 2011. 12 p. (Foco ALADI. Análisis de Competitividad; no. AC. UY 01/11). – Material didáctico sobre comercio internacional.

1. Comercio Exterior. 2. Competitividad. 3. Uruguay. 4. México.  
I. Título F.26.8(UY.01)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 uruguayos en el mercado mexicano. 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 uruguayo es competitivo en el mercado mexicano, cuando su participación en las importaciones totales de México 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 México, 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 México 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 Uruguay, en el total de las compras al exterior realizadas por México, del mismo producto.

La eficiencia se califica como “alta”, cuando aumenta la participación de las importaciones originarias de Uruguay de un producto en el total de las importaciones de dicho producto por parte de México. Esto significa que los proveedores de origen uruguayo 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 uruguayos en el mercado mexicano 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 mexicano, y estas oportunidades son aprovechadas por los productores uruguayos. 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 uruguayos en el mercado mexicano 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 México no han crecido al mismo ritmo que las importaciones totales, pero los productores uruguayos 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 uruguayos 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>

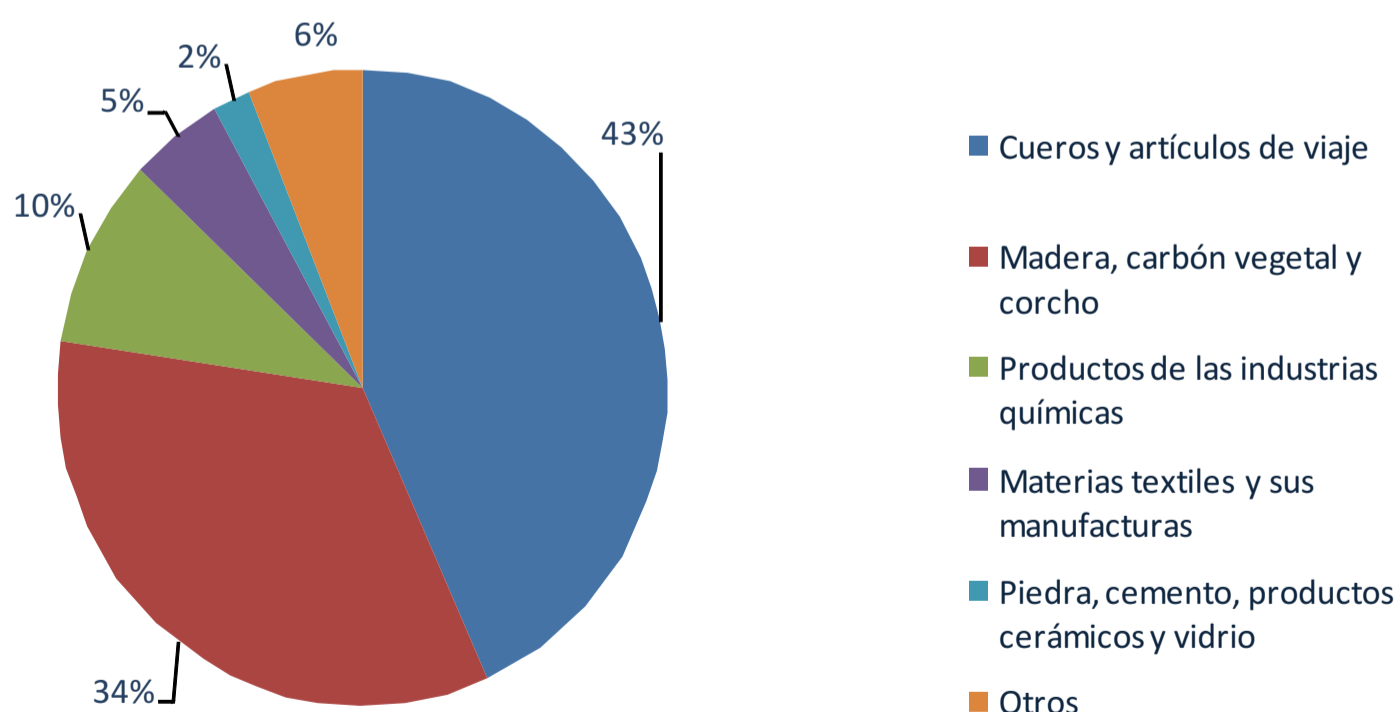
## Situación óptima

El conjunto de productos uruguayos exportados a México en situación óptima, surgen de una demanda mexicana dinámica y eficiencia uruguaya 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 mexicano en el último trienio considerado, que se denominarán “nuevos productos”.

La primera categoría de productos agrupa, entre otros, distintas prendas de vestir de lana, la mantequilla, algunos quesos y demás productos lácteos, así como algunos medicamentos.

Por su parte, el grupo compuesto por aquellos productos que han logrado insertarse con éxito en el mercado mexicano en el período 2007-2009, se encuentra fundamentalmente compuesto por los cueros, distintos productos forestales, químicos y textiles, 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 México desde Uruguay vinculadas a la situación referida, para el promedio del trienio 2007-2009

## 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 uruguayos en ninguno de los dos trienios analizados han logrado ingresar con sus productos al mercado mexicano. Por tanto, Uruguay no exportó a México 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 mexicano, pero en la que los productores uruguayos han visto reducida su participación como proveedores de los mismos.

⇒ **Sectores de productos con demanda mexicana dinámica que Uruguay no ha exportado a México en los trienios 2007-2009 y 1998-2000**

Algunos productos de la industria molinera, los aceites livianos de petróleo, las grasas animales, los abonos y el semen bovino componen parte de la canasta de productos en los cuales Uruguay cuenta con oferta exportable, y México con una demanda creciente por importaciones, pero que el primero no ha exportado a México en los dos trienios considerados.

**Cuadro N° 2 - Sectores con oportunidades perdidas sin ventas a México en los trienios 2007-2009 y 1998-2000**

	Exportaciones de Uruguay (2007-2009)	Importaciones de México (2007-2009)	Preferencia 2011*
Aceites de petróleo, livianos (ligeros) y preparaciones	121.716.402	11.244.525.233	100
Polipropileno	4.648.520	807.489.878	100
Grasa de animales de las especies bovina, ovina o caprina, excepto las de la partida 15.03.	37.893.307	308.348.073	100
Arroz con cáscara (arroz "paddy")	3.876.117	271.581.835	100
Malta (de cebada u otros cereales), sin tostar	144.219.235	186.323.858	0 ó 28^
Desperdicios y desechos, de cobre	6.146.721	162.823.340	100
Abonos minerales o químicos con los tres elementos fertilizantes: nitrógeno, fósforo y potasio	13.458.117	102.709.533	100
Harina, polvo y "pellets", de carne o despojos; chicharrones	16.539.079	50.291.343	28 ó 100^
Semen de bovino	4.445.915	18.121.208	100

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



## Oportunidades perdidas

Por otra parte, el arroz semiblanqueado o blanqueado, la carne vacuna deshuesada fresca o refrigerada, prendas de vestir, algunos pescados y preparaciones de pescado, constituyen los componentes principales de la canasta de productos en los cuales los productores uruguayos no han podido aprovechar la fortaleza de la demanda mexicana.

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

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

### Cuadro N° 3 - Productos uruguayos que redujeron su participación en las importaciones mexicanas

	Exportaciones de Uruguay (2007-2009)	Importaciones de México (2007-2009)	Importaciones de México desde Uruguay (2007-2009)	Preferencia 2011*
Carne bovina fresca o refrigerada, deshuesada	242.213.301	962.598.952	1.606.528	7^^
Sacos (bolsas), bolsitas y cucuruchos, de polímeros de etileno	1.022.399	193.099.203	1.272	100
Arroz semiblanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado	291.593.931	47.095.188	1.178.101	100
Fregaderos (piletas de lavar), lavabos, pedestales de lavabo, bañeras, bidés, inodoros, cisternas (depósitos de agua) para inodoros, urinarios y aparatos fijos similares, de cerámica, para usos sanitarios, excepto de porcelana	1.202.671	24.440.335	26.848	100^
Prendas de vestir	1.249.055	12.835.573	449.501	100
Productos curtientes orgánicos sintéticos	2.017.058	8.446.246	123.445	100
Jibias ( <i>Sepia officinalis</i> , <i>Rossia macrosoma</i> ) y globitos ( <i>Sepiola</i> spp.); calamares y potas ( <i>Ommastrephes</i> spp., <i>Loligo</i> spp., <i>Nototodarus</i> spp., <i>Sepioteuthis</i> spp.), excepto vivos, frescos o refrigerados	1.323.861	6.557.192	21.351	0 ó 100
Borras del peinado de lana o pelo fino	5.139.896	3.492.350	65.638	100
Los demás pescado excepto salmones, atunes, sardinas y sardinelas, caballas, anchoas, enteros o en trozos	2.215.283	1.958.811	12.322	28 ó 100^

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (\*) Corresponde al ACE 60.(^)^Ver condiciones en ACE 60.(^^)Corresponde al Gravámen Preferencial Acordado.



## Situación vulnerable

Algunas partes para vehículos, la caseína, la carne vacuna deshuesa y congelada, ciertos productos textiles y prendas de vestir y las cajas de cartón, podrían presentar dificultades para consolidar o ampliar su participación en el mercado mexicano, 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 uruguayos 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 Uruguay (2007-2009)	Importaciones de México (2007-2009)	Importaciones de México desde Uruguay (2007-2009)	Preferencia 2011*
Las demás partes para vehículos, entre ellas, mecanismos de cambio de diferencial, tanques de combustible, engranes, bastidores, ejes de ruedas, etc....	42.013.170	2.562.517.131	455.490	0 ^
Cajas, cajones, jaulas y artículos similares	4.216.569	970.794.463	939.355	100
Partes de asientos (excepto los de la partida 94.02), incluso los transformables en cama	24.725.351	671.403.765	65.401	100
Los demás libros, folletos e impresos similares, excepto diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos	6.995.349	371.427.262	1.189.689	100
Cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón, sin corrugar	3.545.909	223.034.909	428	100
Suéteres (jerseys), "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de fibras sintéticas o artificiales	4.177.040	118.099.836	885.781	100
Caseína	3.838.337	80.048.689	2.522.054	100
Los demás tubos y perfiles huecos, soldados, de sección circular, de acero inoxidable	27.391.519	66.495.094	51.149	100**
Las demás lanas peinadas, excepto a granel	119.581.957	49.283.215	1.524.463	100
Carne bovina, deshuesada y congelada	724.342.322	36.383.200	5.874.584	7^^

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (\*) Corresponde al ACE 60. (\*\*)Ver condiciones ACE 60. (^) Corresponde al Gravámen Preferencial Acordado en el ACE 55.  
(^^) Corresponde al Gravámen Preferencial Acordado en el ACE 60.

## Productos en retirada

Los trajes de lana, algunos productos textiles de lana, las cajas de cartón corrugado, cierto tipo de envases y la leche en polvo, constituyen algunos de los productos para los que Uruguay cuenta con oferta exportable, pero donde la demanda mexicana por importaciones se redujo y los productores uruguayos 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 mexicanas en el mercado internacional descendió, en la comparación de los dos trienios considerados.

Cuadro N° 5 - Productos en retirada

	Exportaciones de Uruguay (2007-2009)	Importaciones de México (2007-2009)	Importaciones de México desde Uruguay (2007-2009)	Preferencia 2011*
Las demás manufacturas de plástico, entre otras, mangos para herramientas de mano, flotadores, salvavidas, loncheras, cantimploras....	2.876.073	2.671.186.536	12.318	100
Cajas de papel o cartón corrugado	3.614.691	722.285.032	1.228	100
Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares	107.928.711	132.491.140	11	100
Leche en polvo, gránulos o demás formas sólidas, con un contenido de materias grasas superior al 1.5% en peso	121.027.876	103.461.192	23.419	100
Plaquitas, 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	3.758.623	81.010.552	26.898	100
Tejidos de lana peinada o pelo fino peinado, con un contenido de lana o pelo fino superior o igual al 85% en peso, de peso inferior o igual a 200 g/m <sup>2</sup>	14.465.941	34.472.901	2.920.783	28 ó 100 ^
Trajes de lana o pelo fino	1.893.682	19.293.520	27.810	100

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

## 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
- Calendario de Ferias y Eventos
- Normativa sobre el Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos

## 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)