

FOCCO ALLADI

AC.MX.01/2011

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Productos Mexicanos
en el Mercado Uruguayo

Secretaría General de la ALADI

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

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

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 uruguayo. 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 uruguayo, cuando su participación en las importaciones totales de Uruguay 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 Uruguay, 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 Uruguay 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 Uruguay, 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 Uruguay. 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 uruguayo 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 uruguayo, 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 uruguayo 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 Uruguay 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

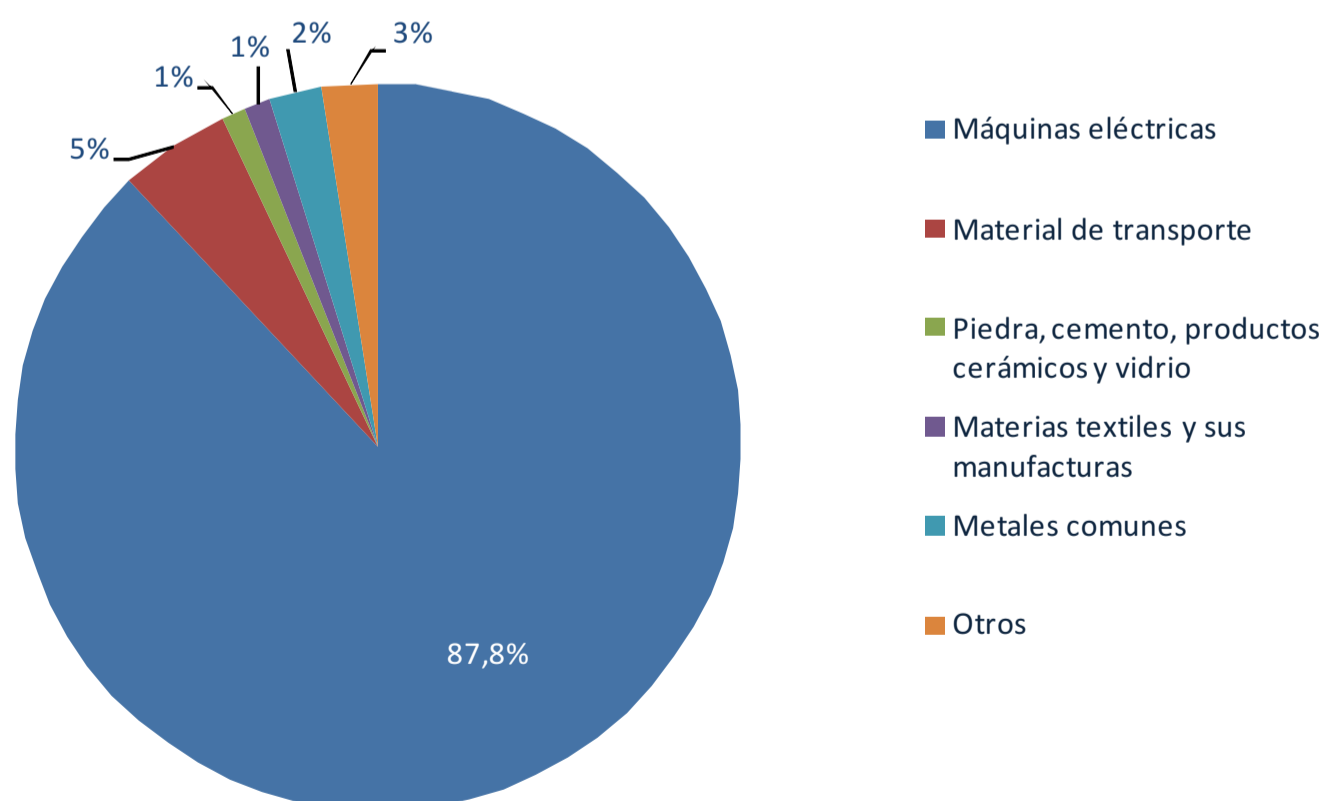
Situación óptima

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

La primera categoría de productos agrupa, entre otros, los vehículos, los colorantes, algunos neumáticos, prendas de vestir, teléfonos y videojuegos.

Por su parte, el grupo compuesto por aquellos productos que han logrado insertarse con éxito en el mercado uruguayo en el período 2007-2009, se encuentra fundamentalmente compuesto por máquinas eléctricas, material de transporte, piedra, cemento, productos cerámicos y vidrio, 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 Uruguay desde México 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 mexicanos en ninguno de los dos trienios analizados han logrado ingresar con sus productos al mercado uruguayo. Por tanto, México no exportó a Uruguay 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 uruguayo, pero en la que los productores mexicanos han visto reducida su participación como proveedores de los mismos.

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

Los aceites crudos de petróleo, los superfosfatos, el maíz para siembra y el alambre de cobre, componen parte de la canasta de productos en los cuales México cuenta con oferta exportable, y Uruguay con una demanda creciente por importaciones, pero que el primero no ha exportado a Uruguay en los dos trienios considerados.

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

	Exportaciones de México (2007-2009)	Importaciones de Uruguay (2007-2009)	Preferencia 2011*
Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	35.590.380.899	1.008.823.037	100
Las demás carnes de animales de la especie porcina	202.641.811	22.998.995	50
Superfosfatos	76.999.071	20.111.398	100
Cueros y pieles en plena flor sin dividir; divididos con la flor	19.365.534	19.448.392	100
Grupos electrógenos de potencia superior a 375 kVA	24.314.145	12.679.560	100
Las demás máquinas y aparatos de cosechar; máquinas y aparatos de trillar	5.202.620	12.198.336	100 [^]
Los demás calzados con suela de chaucho o cuero	6.102.428	11.912.992	70
Maíz para siembra	12.073.515	10.688.042	50
Alambre de cobre con la mayor dimensión de la sección transversal superior a 6 mm	156.700.485	10.428.153	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al ACE 60; (^) corresponde al ACE 55.

Oportunidades perdidas

Por otra parte, los aparatos para la agricultura, las máquinas automáticas o de procesamiento de datos, los antisueros, constituyen los componentes principales de la canasta de productos en los cuales los productores mexicanos no han podido aprovechar la fortaleza de la demanda uruguaya.



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

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

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

	Exportaciones de México (2007-2009)	Importaciones de Uruguay (2007-2009)	Importaciones de Uruguay desde México (2007-2009)	Preferencia 2011*
Poli(tereftalato de etileno)	497.357.570	95.844.845	1.895.640	100
Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, portátiles, de peso inferior o igual a 10 kg, que estén constituidas, al menos, por una unidad central de proceso, un teclado y un visualizador	628.686.425	55.589.780	26.417	100
Los demás productos intermedios de la fabricación de antibióticos o de vitaminas	116.034.339	26.866.701	57.819	100
Aparatos para agricultura u horticultura	114.691.254	18.810.171	11.071	100 [^]
Los demás calzados	21.655.214	14.485.543	391	70
Antisueros (sueros con anticuerpos), demás fracciones de la sangre y productos inmunológicos modificados, incluso obtenidos por proceso biotecnológico	20.834.210	14.132.841	4.296	100
Máquinas y aparatos para la preparación de carne	10.369.888	11.082.046	13.573	100
Las demás alimentos para animales	38.661.038	10.329.130	9.258	50
Partes identificables como destinadas, exclusiva o principalmente, a las máquinas de las partidas 85.01 u 85.02.	468.650.450	8.878.330	1.047	100
Poliuretanos	21.474.334	8.240.854	1.517	100
Productos laminados planos de hierro o acero pintados, barnizados o revestidos de plástico	91.539.052	8.003.219	44.675	100
Sacos (bolsas) y bolsitas de polímeros de etileno	134.398.798	7.914.406	72	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al ACE 60; (^) corresponde al ACE 55.

Situación vulnerable

Algunos medicamentos, los productos de tocador e higiene personal, las unidades de memoria y la cerveza de malta podrían presentar dificultades para consolidar o ampliar su participación en el mercado uruguayo, 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 (2007-2009)	Importaciones de Uruguay (2007-2009)	Importaciones de Uruguay desde México (2007-2009)	Preferencia 2011*
Vehículos de peso total con carga máxima inferior o igual a 5 t	1.504.924.341	38.010.451	2.630.170	100 [^]
Las demás preparaciones alimenticias no expresadas o comprendidas en otra parte	309.274.738	32.680.308	2.813.687	100
Polietileno de densidad inferior a 0,94	80.239.929	30.510.811	524.824	100
Combinaciones de refrigerador y congelador con puertas exteriores separadas	1.268.561.724	14.682.111	2.757.951	100
Unidades de memoria	878.247.776	12.526.497	402.172	100
Las demás preparaciones capilares	254.792.920	9.113.931	1.212.061	100
Desodorantes corporales y antitranspirantes	72.675.076	8.333.491	1.123.122	100
Champúes	288.468.836	6.336.708	1.339.099	100
Los demás conductores eléctricos	855.783.787	6.250.477	1.848.436	100
Los demás medicamentos que contengan vitaminas u otros productos de la partida 29.36	48.847.503	5.752.987	246.619	100
Navajas y máquinas de afeitar	189.376.699	3.652.041	566.062	100
Cerveza de malta	1.434.723.480	2.041.378	348.591	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al ACE 60; (^) corresponde al ACE 55.

Productos en retirada

Algunos medicamentos y reactivos de diagnóstico, las unidades de proceso, las compresas, tampones higiénicos y pañales, ciertos productos plásticos y de cartón se encuentran dentro del grupo de productos para los que México cuenta con oferta exportable, pero donde la demanda uruguaya 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 uruguayas en el mercado internacional descendió, en la comparación de los dos trienios considerados.

Cuadro N° 5 - Productos en retirada

	Exportaciones de México (2007-2009)	Importaciones de Uruguay (2007-2009)	Importaciones de Uruguay desde México (2007-2009)	Preferencia 2011*
Los demás medicamentos	813.056.798	56.323.080	757.656	100
Los demás cauchos	264.074.801	22.166.603	10.233	100
Reactivos de diagnóstico o de laboratorio sobre cualquier soporte y reactivos de diagnóstico o de laboratorio preparados, incluso sobre soporte, excepto los de las partidas 30.02 ó 30.06; materiales de referencia certificados	27.197.152	15.366.379	2.445	100
Unidades de proceso, excepto las de las subpartidas 8471.41 u 8471.49, aunque incluyan en la misma envoltura uno o dos de los tipos siguientes de unidades: unidad de memoria, unidad de entrada y unidad de salida	2.634.665.726	15.111.722	1.745.166	100
Poli(cloruro de vinilo) sin mezclar con otras sustancias	145.790.356	14.332.116	241.800	100
Compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos higiénicos similares	369.386.381	11.941.292	102.681	100
Los demás baldosas	275.013.424	11.520.426	26	100
Los demás instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria	1.704.365.190	10.237.162	17.421	100
Los demás medicamentos que contengan hormonas polipeptídicas o proteicas	25.015.238	9.531.597	47.345	100
Cajas de papel o cartón corrugado	97.660.996	8.766.215	172	100
Las demás placas, láminas, hojas, tiras de polímeros de propileno	147.345.404	8.329.311	333	100
Tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre	158.646.891	8.184.847	63.224	100

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

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