

**FOCCO ALADI**

AC.EC.01/2011



# ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Productos Ecuatorianos  
en el Mercado Argentino

Secretaría General de la ALADI

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

1. Comercio Exterior. 2. Competitividad. 3. Ecuador. 4. Argentina.  
I. Título F.26.8(EC.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 ecuatorianos en el mercado argentino. 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 ecuatoriano es competitivo en el mercado argentino, cuando su participación en las importaciones totales de Argentina 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 Argentina, 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 Argentina 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 Ecuador, en el total de las compras al exterior realizadas por Argentina, del mismo producto.

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

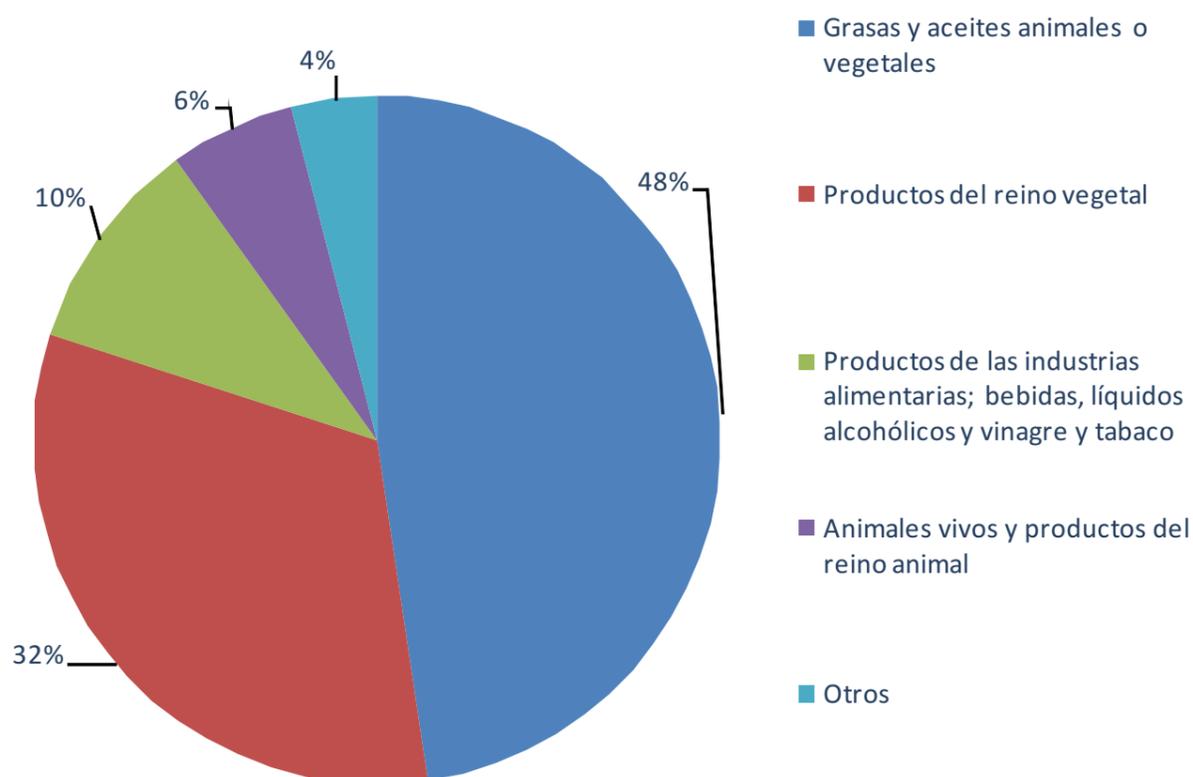
## Situación óptima

El conjunto de productos ecuatorianos exportados a Argentina en situación óptima, surge de una demanda argentina dinámica y eficiencia ecuatoriana 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 argentino en el último trienio considerado, que se denominarán “nuevos productos”.

La primera categoría de productos agrupa, entre otros, la manteca, la grasa y el aceite de cacao, la pasta de cacao y el cacao en polvo sin azúcar.

Por su parte, el grupo compuesto por aquellos productos que han logrado insertarse con éxito en el mercado argentino en el período 2008-2010, se encuentra fundamentalmente compuesto por grasas y aceites vegetales y animales, otros productos del reino vegetal y diversos productos alimenticios, 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 Argentina desde Ecuador 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 ecuatorianos en ninguno de los dos trienios analizados han logrado ingresar con sus productos al mercado argentino. Por tanto, Ecuador no exportó a Argentina un producto o conjunto de productos que este país demanda de forma creciente del resto del mundo.

La segunda circunstancia corresponde a aquellos productos importados con demanda creciente en el mercado argentino, pero en la que los productores ecuatorianos han visto reducida su participación como proveedores de los mismos.

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

Algunos tipos de maquinarias, el alambre de cobre y los recipientes de vidrio, componen parte de la canasta de productos en los cuales Ecuador cuenta con oferta exportable, y Argentina con una demanda creciente por importaciones, pero que el primero no ha exportado a Argentina en los dos trienios considerados.

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

	Exportaciones de Ecuador (2008-2010)	Importaciones de Argentina (2008-2010)	Preferencia 2011(en %)*
Refrigeradores y demás aparatos para la producción de frío , combinaciones de refrigerador y congelador con puertas exteriores separadas	14.007.060	88.756.802	100
Alambre de cobre con la mayor dimensión de la sección transversal superior a 6 mm	2.982.791	70.774.678	100
Aparatos receptores de radiodifusión que solo funcionen con fuente de energía exterior, de los tipos utilizados en vehículos automóviles, combinados con grabador o reproductor de sonido	8.257.094	70.166.521	88
Bombonas, botellas, frascos y demás recipientes para el transporte o envasada, de vidrio, excepto ampollas, tapones y tapas	1.550.422	43.680.251	100
Desperdicios y desechos de aluminio	6.781.613	6.764.314	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (\*) corresponde al AAP.CE 59.

## Oportunidades perdidas

Por otra parte, son algunos productos químicos en los cuales los productores ecuatorianos no han podido aprovechar la fortaleza de la demanda argentina, tal como puede apreciarse en el Cuadro N°3.



**Sectores de productos con demanda argentina dinámica y en los que Ecuador redujo su importancia como proveedor**

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

### Cuadro N° 3 - Productos ecuatorianos que redujeron su participación en las importaciones argentinas

	Exportaciones de Ecuador (2008-2010)	Importaciones de Argentina (2008-2010)	Importaciones de Argentina desde Ecuador (2008-2010)	Preferencia 2011(en %)*
Los demás preparaciones aglutinantes para moldes o núcleos de fundición y otros productos químicos	4.635.111	201.393.332	41	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (\*) Corresponde al AAP:CE 59

## Situación vulnerable

Algunas partes de máquinas, los libros, ciertos productos plásticos, las conservas y preparaciones de pescado y los palmitos, entre otros productos, podrían presentar dificultades para consolidar o ampliar su participación en el mercado argentino, 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 ecuatorianos 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 Ecuador (2008-2010)	Importaciones de Argentina (2008-2010)	Importaciones de Argentina desde Ecuador (2008-2010)	Preferencia 2011(en %)*
Partes y accesorios de máquinas de la partida 84.71 (847330)	2.394.362	189.741.371	54	100
Libros, folletos e impresos similares, excepto diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos	2.110.045	94.097.604	67.202	100 <sup>^</sup>
Las demás placas, láminas, hojas y tiras, de plástico no celular y sin refuerzo, estratificación ni soporte o combinación similar con otras materias, de polímeros de propileno	23.191.961	43.036.242	494.673	100
Conservas y preparaciones de atunes, listados y bonitos (Sarda spp.)	396.554.768	34.592.321	17.611.648	100
Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares	2.193.008	29.316.371	1.799	88
Preparaciones y conservas de pescado, excepto en entero o en trozos	256.136.912	23.432.434	6.814.452	100
Chocolate blanco, bombones, caramelos, pastillas y turrone...	25.925.109	19.834.491	2.448.749	100
Vajilla y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina	6.369.293	16.690.068	68.611	55
Palmitos	63.112.859	13.546.825	8.267.832	88
Preparaciones para lavar acondicionadas para la venta al por menor	7.335.128	10.755.329	54	69

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (\*) corresponde al AAP.CE 59; (^) corresponde al AR.CYT 7

## Productos en retirada

Algunos artículos de grifería, las bananas, la pasta de cacao, las cajas de cartón corrugado constituyen parte de los productos para los que Ecuador cuenta con oferta exportable, pero donde la demanda argentina por importaciones se redujo y los productores ecuatorianos 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 argentinas en el mercado internacional descendió, en la comparación de los dos trienios considerados.

Cuadro N° 5 - Productos en retirada

	Exportaciones de Ecuador (2008-2010)	Importaciones de Argentina (2008-2010)	Importaciones de Argentina desde Ecuador (2008-2010)	Preferencia 2011(en %)*
Los demás artículos de grifería y órganos similares, excepto válvulas de distinto tipo	3.732.096	149.890.096	460.409	100
Bananas o plátanos, frescos o secos	1.890.202.606	107.284.262	84.783.170	100
Pasta de cacao sin desgrasar	22.132.848	30.807.283	884.499	100
Cajas de papel o cartón corrugado	4.361.642	18.827.383	81	100
Las demás manufacturas de madera, excepto perchas	13.381.874	10.201.895	8	88
Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana	1.515.432	6.998.775	44.896	100
Materias colorantes de origen vegetal o animal (incluidos los extractos tintóreos, excepto los negros de origen animal), aunque sean de constitución química definida; preparaciones a que se refiere la Nota 3 de este Capítulo a base de materias colorantes de origen vegetal o animal	3.890.903	3.056.761	2.239	100
Sardinas, sardinelas y espadines	49.363.141	2.749.061	21.972	100
Camarones, langostinos y demás Decápodos natantia	740.724.074	2.005.233	1.642.693	100
Hilados de poliésteres	2.440.994	1.812.067	16.665	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (\*) corresponde al AAP.CE 59

## 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
- Normativa sobre el Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos
- Sistema de Apoyo-Países de Menor Desarrollo Económico Relativo

## 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)