



**FOCCO ALLADI**

AC.MX.04/2011



# ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Productos Mexicanos  
en el Mercado Brasileño

Secretaría General de la ALADI

ALADI. Secretaría General. Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad. Productos Mexicanos en el Mercado Brasileño. Montevideo: ALADI. Secretaría General, octubre 2011. 12 p. (Foco ALADI. Análisis de Competitividad; no. AC.MX 04/11). – Material didáctico sobre comercio internacional.

1. Comercio Exterior. 2. Competitividad. 3. México. 4. Brasil.  
I. Título F.26.8(MX.04)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 mexicanos en el mercado brasileño. 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 brasileño, cuando su participación en las importaciones totales de Brasil 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 Brasil, 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 Brasil 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 Brasil, 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 Brasil. 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 brasileño 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 brasileño, 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 brasileño 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 Brasil 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>	
		<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>

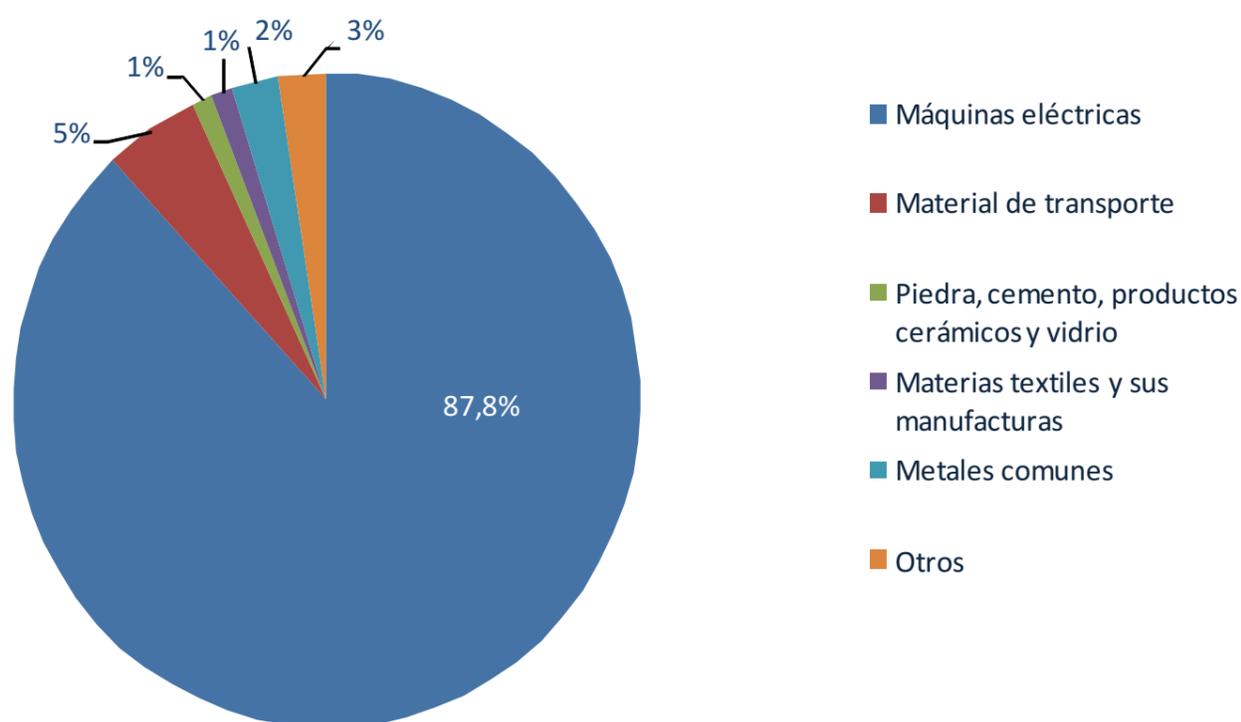
## Situación óptima

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

La primera categoría de productos agrupa, entre otros, los vehículos y partes para vehículos, neumáticos, algunas prendas de vestir de algodón y productos plásticos.

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

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

Los cátodos y secciones de cátodos de cobre refinado, los audífonos, el propeno, algunos tejidos y prendas de vestir y los minerales de hierro componen parte de la canasta de productos en los cuales México cuenta con oferta exportable, y Brasil con una demanda creciente por importaciones, pero que el primero no ha exportado a Brasil en los dos trienios considerados.

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

	Exportaciones de México (2008-2010)	Importaciones de Brasil(2008-2010)	Preferencia 2012* (en %)
Cátodos y secciones de cátodos de cobre refinado	198.667.794	1.626.627.308	75*
Audífonos, excepto sus partes y accesorios	41.685.067	44.133.915	20^
Propeno (propileno)	15.057.442	16.005.051	20^
Tejidos de mezclilla ("denim")	48.277.570	11.823.771	20^
Bordados en piezas, en tiras o en aplicaciones de fibras sintéticas o artificiales	10.124.377	9.211.636	20^
Minerales de hierro y sus concentrados, excepto las piritas de hierro tostadas (cenizas de piritas), sin aglomerar	101.439.768	8.556.254	100*
Sostenes (corpiños)	29.266.865	6.782.340	20^
Minerales de hierro y sus concentrados, excepto las piritas de hierro tostadas (cenizas de piritas),aglomerados	70.441.988	4.075.569	20^

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (\*) Corresponde al ACE 53; (^) corresponde a la PAR.

## Oportunidades perdidas

Por otra parte, los superfosfatos, los algunos artículos de grifería, el polipropileno, los audífonos, algunas prendas de vestir y los tubos de cobre constituyen los componentes principales de la canasta de productos en los cuales los productores mexicanos no han podido aprovechar la fortaleza de la demanda brasileña.



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

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

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

	Exportaciones de México (2008-2010)	Importaciones de Brasil (2008-2010)	Importaciones de Brasil desde México (2008-2010)	Preferencia 2012* (en %)
Superfosfatos	75.181.691	576.727.840	3.296.030	20^
Los demás artículos de grifería y órganos similares	1.090.388.535	482.408.077	4.119.473	100
Compresores de los tipos utilizados en los equipos frigoríficos	406.683.001	238.511.772	2.042.841	100
Polipropileno	71.516.862	216.129.421	6.262.933	20^
Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares	230.141.521	194.637.862	530.364	-
Partes	199.904.914	154.662.977	782.440	100
Auriculares, incluidos los de casco, estén o no combinados con micrófono, y juegos o conjuntos constituidos por un micrófono y uno o varios altavoces (altoparlantes)	301.495.015	109.323.556	883.082	-
Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts, de algodón para hombres o niños	1.248.988.447	57.181.009	357.849	20^
Tubos de cobre refinado	175.801.471	56.346.414	1.419.828	20^
Productos laminados planos de acero inoxidable, de anchura inferior a 600 mm, simplemente laminados en frío	48.957.797	50.291.189	45.326	20^
Artículos para fiestas de Navidad	8.492.108	36.888.030	2	30^^
Jeringas, incluso con aguja	165.652.399	36.874.312	2.163.120	-

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (\*) Corresponde al ACE 55; (^) corresponde a la PAR y (^^) refiere al ACE 53

## Situación vulnerable

Las unidades de memoria, algunos tipos de polietileno, los perfumes y aguas de tocador, los cables coaxiales y las semillas de hortalizas podrían presentar dificultades para consolidar o ampliar su participación en el mercado brasileño, 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 Brasil (2008-2010)	Importaciones de Brasil desde México (2008-2010)	Preferencia 2012* (en %)
Unidades de memoria	1.012.181.408	802.221.361	24.303.013	—
Polietileno de densidad inferior a 0,94	76.415.473	214.508.735	5.723.125	20^
Colorantes pigmentarios y preparaciones a base de estos colorantes	31.628.180	110.317.739	1.459.557	50*
Perfumes y aguas de tocador	103.003.964	73.785.935	310.968	20^
Cables y demás conductores eléctricos, coaxiales	198.186.389	55.421.801	2.323.035	20^
Semillas de hortalizas	10.442.425	50.108.552	177.669	100*
Lentes de otras materias para gafas (anteojos)	194.027.598	35.976.045	1.723.270	20^
Vajilla y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina	136.171.834	34.720.093	610.028	30*
Poliestireno expandible	104.337.405	34.304.625	2.763.609	20^
Combinaciones de refrigerador y congelador con puertas exteriores separadas	1.657.895.175	30.627.334	18.476.858	20^
Uvas frescas	141.250.727	27.647.124	420.471	100*
Cables de fibras ópticas	310.789.211	22.141.370	992.009	—
Patatas (papas)	65.651.447	21.586.054	5.675.879	20^

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (\*) Corresponde al ACE 53; (^) corresponde a la PAR.

## Productos en retirada

Los circuitos impresos, algunas placas, hojas y tiras de plástico, los radiadores y algunas prendas de vestir se encuentran dentro del grupo de productos para los que México cuenta con oferta exportable, pero donde la demanda brasileña 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 brasileñas 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 Brasil (2008-2010)	Importaciones de Brasil desde México (2008-2010)	Preferencia 2012* (en %)
Circuitos impresos	77.246.613	418.931.634	25.905	20 <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 etileno	62.380.536	92.749.165	930.859	25*
Radiadores y sus partes	228.165.841	55.770.780	865.797	100 <sup>^^</sup>
Levaduras vivas	72.203.649	52.930.995	1.928.995	40*
Camisas para hombres o niños, de algodón	50.693.861	34.829.080	1.406	20 <sup>^</sup>
Impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares	97.044.176	19.046.016	111.375	20 <sup>^</sup>
Cerveza de malta	1.346.378.870	16.406.041	308.390	70
Sacos (bolsas), bolsitas y cucuruchos, de polímeros de etileno	151.002.861	12.683.194	419.507	30*
Champúes	304.134.078	7.347.640	215.909	20 <sup>^</sup>
Semilla de sésamo (ajonjolí)	20.495.112	6.216.306	44.846	20 <sup>^</sup>
Garbanzos	115.510.883	6.092.491	4.330.372	20 <sup>^</sup> ó 100*
Licores	44.765.399	4.761.959	26.353	100*

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (\*) Corresponde al ACE 53; (^) PAR y (^^)ACE 55.

## 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)