

FOCCO ALADI

AC.MX.09/2011



ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Productos Mexicanos
en el Mercado Peruano

Secretaría General de la ALADI

ALADI. Secretaría General. Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad. Productos Mexicanos en el Mercado Peruano. Montevideo: ALADI. Secretaría General, octubre 2011. 12 p. (Foco ALADI. Análisis de Competitividad; no. AC.MX 09/11). – Material didáctico sobre comercio internacional.

1. Comercio Exterior. 2. Competitividad. 3. México. 4. Perú.
I. Título F.26.8(MX.09)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 peruano. 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 peruano, cuando su participación en las importaciones totales de Perú 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 Perú, 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 Perú 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 Perú, 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 Perú. 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 peruano 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 peruano, 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 peruano 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 Perú 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

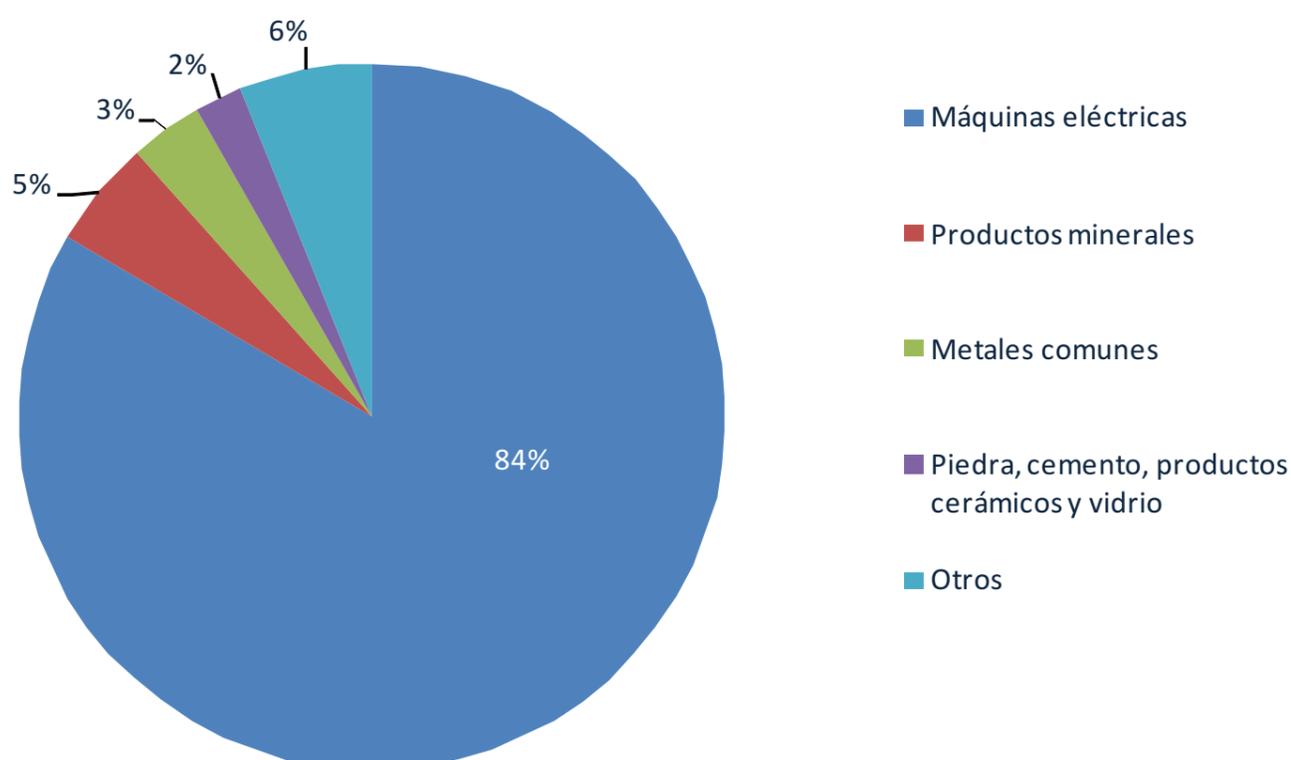
Situación óptima

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

La primera categoría de productos agrupa, entre otros, los tractores, los champúes, los refrigeradores con freezer, preparaciones para la alimentación infantil y el ácido fosfórico.

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

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

Los papeles y cartones multicapas, los minerales de plomo, las aleaciones de aluminio y la carne bovina deshuesa y congelada, componen parte de la canasta de productos en los cuales México cuenta con oferta exportable, y Perú con una demanda creciente por importaciones, pero que el primero no ha exportado a Perú en los dos trienios considerados.

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

	Exportaciones de México (2008-2010)	Importaciones de Perú(2008-2010)	Preferencia 2012* (%)
Papeles y cartones multicapas	21.372.067	36.097.110	–
Minerales de plomo y sus concentrados	158.302.177	21.353.458	6
Aparatos de diagnóstico por exploración ultrasónica	8.181.894	11.937.998	6
Aleaciones de aluminio	219.994.834	10.639.540	6
Acetato de vinilo	22.260.484	8.948.537	6
Carne de animales de la especie bovina, congelada, deshuesada	72.811.501	7.623.408	6
Minerales de hierro y sus concentrados, excepto las piritas de hierro tostadas (cenizas de piritas), aglomerados	70.441.988	6.537.923	6
Perfiles huecos de aluminio	5.377.389	5.193.757	–

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

Oportunidades perdidas

Por otra parte, algunos productos plásticos, los perfumes y aguas de tocador, los muebles de madera para dormitorios y ciertos cosméticos constituyen los componentes principales de la canasta de productos en los cuales los productores mexicanos no han podido aprovechar la fortaleza de la demanda peruana.

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

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

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

	Exportaciones de México (2008-2010)	Importaciones de Perú (2008-2010)	Importaciones de Perú desde México (2008-2010)	Preferencia 2012* (%)
Poli(tereftalato de etileno)	524.754.897	139.937.208	1.860.212	–
Poli(cloruro de vinilo) sin mezclar con otras sustancias	165.328.203	126.699.930	3.257.965	0 ó 100^
Nitrato de amonio, incluso en disolución acuosa	21.128.013	117.041.947	2.660.893	6
Vacunas para uso en medicina	43.745.928	76.640.861	16.315	6
Máquinas de capacidad unitaria, expresada en peso de ropa seca, superior a 10 kg	224.905.134	35.510.154	4.523.535	6
Perfumes y aguas de tocador.	103.003.964	33.923.381	369.837	–
Sostenes (corpiños)	29.266.865	15.695.173	14.978	–
Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios	61.826.524	9.515.742	65.938	–
Preparaciones para el maquillaje de los ojos	16.043.768	8.311.174	510.179	–
Cajas, cajones, jaulas y artículos similares	301.825.425	8.284.050	220.949	6
Preparaciones para el maquillaje de los labios	10.696.822	6.377.500	233.262	–

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde a la PAR; (^) corresponde al ACE 8.

Situación vulnerable

El trigo duro, las tapas y tapones, algunos plásticos, ciertos colorantes y productos textiles podrían presentar dificultades para consolidar o ampliar su participación en el mercado peruano, 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 Perú (2008-2010)	Importaciones de Perú desde México (2008-2010)	Preferencia 2012* (%)
Trigo duro	317.245.913	83.465.226	14.302.954	6
Tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre	168.236.152	16.743.580	2.193.302	6
Navajas y máquinas de afeitar	250.062.311	16.699.495	10.070.025	60 [^]
Cables y demás conductores eléctricos, coaxiales	198.186.389	14.909.998	2.537.522	6
Vajilla y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina	136.171.834	9.793.998	87.213	-
Abonos minerales o químicos con los tres elementos fertilizantes: nitrógeno, fósforo y potasio	9.874.959	8.157.030	52.627	6
Cepillos de dientes, incluidos los cepillos para dentaduras postizas	43.702.581	6.059.110	1.693.027	-
Lámparas de vapor de mercurio o sodio; lámparas de halogenuro metálico	12.665.194	4.797.669	109.932	-
Colorantes directos y preparaciones a base de estos colorantes	7.860.776	4.622.397	121.423	-
Colorantes ácidos, incluso metalizados, y preparaciones a base de estos colorantes; colorantes para mordiente y preparaciones a base de estos colorantes	9.273.486	4.550.036	92.694	-
Cajas de papel o cartón corrugado	115.540.638	4.312.093	146.591	-
Ropa de tocador o cocina, de tejido con bucles del tipo toalla, de algodón	11.002.414	4.282.836	1.854	-

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde a la PAR; (^) corresponde al ACE 8.

Productos en retirada

Las compresas y tampones higiénicos, los convertidores estáticos, los jabones de tocador, los dentífricos y las vacunas para uso veterinario se encuentran dentro del grupo de productos para los que México cuenta con oferta exportable, pero donde la demanda peruana 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 peruanas 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 Perú (2008-2010)	Importaciones de Perú desde México (2008-2010)	Preferencia 2012* (%)
Compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos higiénicos similares	372.823.840	47.936.638	2.141.798	–
Convertidores estáticos	518.751.089	47.109.741	601.811	100^
Trifosfato de sodio (tripolifosfato de sodio)	63.372.787	30.751.097	2.162.471	100^
Dentífricos	210.020.444	21.631.776	2.057.680	–
Pigmentos y preparaciones a base de dióxido de titanio con un contenido superior o igual al 80% en peso, calculado sobre materia seca	173.728.139	20.994.219	4.041.190	6*
Coloreados en la masa, opacificados, chapados o simplemente desbastados	43.654.634	19.086.602	1.931.136	100^
Máquinas totalmente automáticas	290.794.306	16.671.010	2.663	–
Vacunas para uso en veterinaria	23.626.673	15.631.836	465.394	6*
Colorantes pigmentarios y preparaciones a base de estos colorantes	31.628.180	12.857.939	111.545	6*
Agentes de superficie orgánicos, incluso acondicionados para la venta al por menor, no iónicos	63.664.565	12.668.682	1.588.784	–

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde a la PAR; (^) corresponde al ACE 8.

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