

Estudio de identificación de los bloques económicos, así como los sectores productivos en los que México tendría una mayor oportunidad de integración comercial

Parte II

IQOM Inteligencia Comercial

Departamento de Países de
Centroamérica, México, Haití y
la República Dominicana

NOTA TÉCNICA N°
IDB-TN-1446

Estudio de identificación de los bloques económicos, así como los sectores productivos en los que México tendría una mayor oportunidad de integración comercial

Parte II

IQOM Inteligencia Comercial

Junio 2018

Catalogación en la fuente proporcionada por la
Biblioteca Felipe Herrera del
Banco Interamericano de Desarrollo
IQOM Inteligencia Comercial (Firm).

Estudio de identificación de los bloques económicos, así como los sectores productivos
en los que México tendría una mayor oportunidad de integración comercial: parte II /
IQOM; editor, Guillermo Lagarda.

p. cm. — (Nota técnica del BID ; 1446)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Mexico-Commerce. 2. Mexico-Commercial treaties. 3. Mexico-Foreign economic
relations. 4. International trade. 5. Trade blocs. 6. Free trade. I. Lagarda, Guillermo,
editor. II. Banco Interamericano de Desarrollo. Representación en México. III. Título.
IV. Serie.

IDB-TN-1446

<http://www.iadb.org>

Copyright © 2018 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.



Estudio de identificación de los bloques económicos, así como los sectores productivos en los que México tendría una mayor oportunidad de integración comercial

Parte II

Preparado por IQOM

Marzo 2018

JEL Códigos: F10, F13, F14, F15

Palabras Claves: Política comercial, comercio internacional, diversificación, tarifas, aranceles, bloques comerciales

Contenido

I.	Sectores ganadores y perdedores ante escenarios de proteccionismo de Estados Unidos...	3
II.	Identificación de productos y regiones con mayor oportunidad de diversificación geográfica	14
	A. Identificación de productos con mayor oportunidad de diversificación geográfica	14
	B. Identificación de mercados y regiones potenciales	20
	C. Resultados preliminares.....	24
III.	Mapa de oportunidades de diversificación geográfica	34
	A. Ejercicio de validación	34
	B. Principales resultados validados	44
	C. Otros productos con oportunidad de diversificación geográfica.....	53
IV.	Conclusiones.....	62

I. Sectores ganadores y perdedores ante escenarios de proteccionismo de Estados Unidos

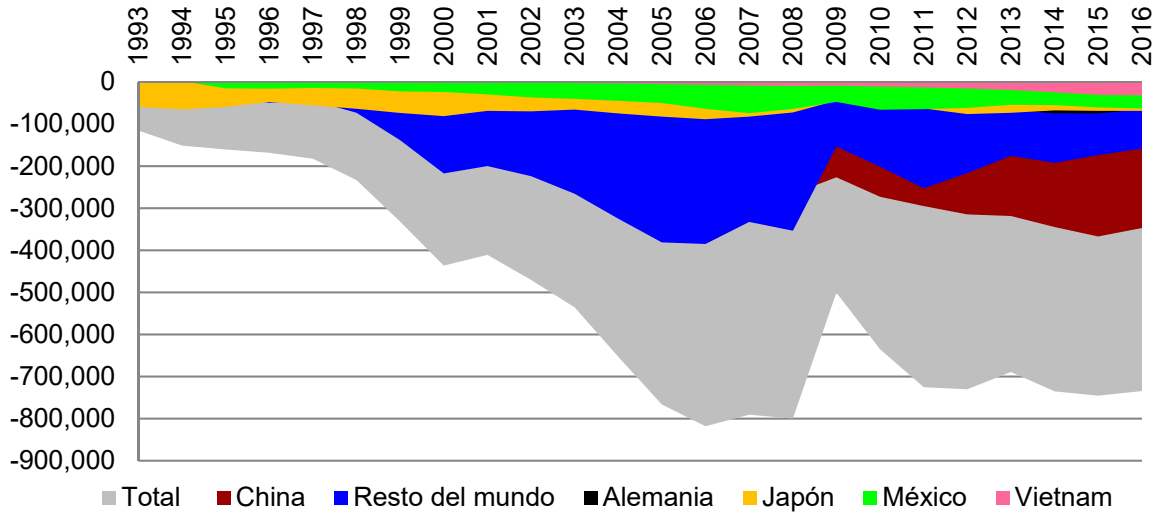
El déficit comercial que la Unión Americana tiene con México se ha convertido en una de las principales banderas de campaña del presidente Trump. Tal déficit es la principal razón que ha esgrimido para propugnar la renegociación del TLCAN.

Dicho argumento reviste tal importancia que el 31 de marzo de 2017, el presidente de Estados Unidos firmó una Orden Ejecutiva¹ mediante la que ordena a su Administración la realización de una evaluación sobre el déficit comercial de su país con países con los que ha suscrito tratados de libre comercio o que son miembros de la OMC.

En 2015, el déficit comercial de Estados Unidos con el mundo fue de 745.660 millones de dólares. China es el país que más ha contribuido con dicho déficit (49%), mientras que México representa apenas el 8% del mismo (véase el Gráfico 38).

Gráfico 38
Déficit comercial EE.UU.
Millones de dólares

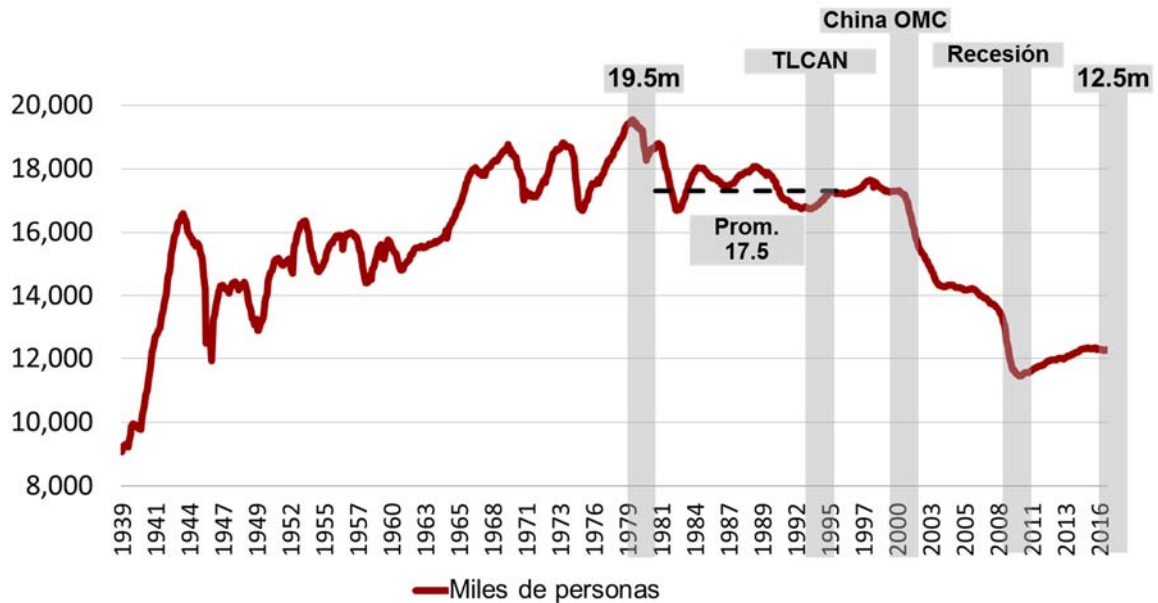
¹ Las Órdenes Ejecutivas son mandatos con obligatoriedad jurídica emitidas por el presidente de EE.UU. a la Administración en su calidad de titular del Poder Ejecutivo de la Unión Americana, con objeto de que las dependencias de la misma implementen las políticas dictadas por el mandatario. Una vez firmada una orden, debe publicarse en el Registro Federal. De conformidad con la legislación de EE.UU., las Órdenes Ejecutivas no requieren de la aprobación del Congreso. Sin embargo, en caso de que el Poder Legislativo no esté de acuerdo con su contenido, puede intentar revertirlas mediante una negativa con el fin de aprobar recursos para su implementación.



Fuente: USITC.

Una de las principales críticas al déficit por parte de la Administración Trump es su impacto en el empleo estadounidense. El empleo manufacturero en Estados Unidos ha caído en los últimos 25 años, debido al desplazamiento tecnológico y a la reorganización de la producción mundial. El descenso del empleo manufacturero inició en los años ochenta; sin embargo, se agudizó a partir del siglo XXI, coincidiendo con el ingreso de China a la OMC. Durante los primeros años de vida del TLCAN, el empleo manufacturero en Estados Unidos registró un período de relativa estabilidad (véase el Gráfico 39).

Gráfico 39
Evolución del empleo manufacturero en EE.UU.

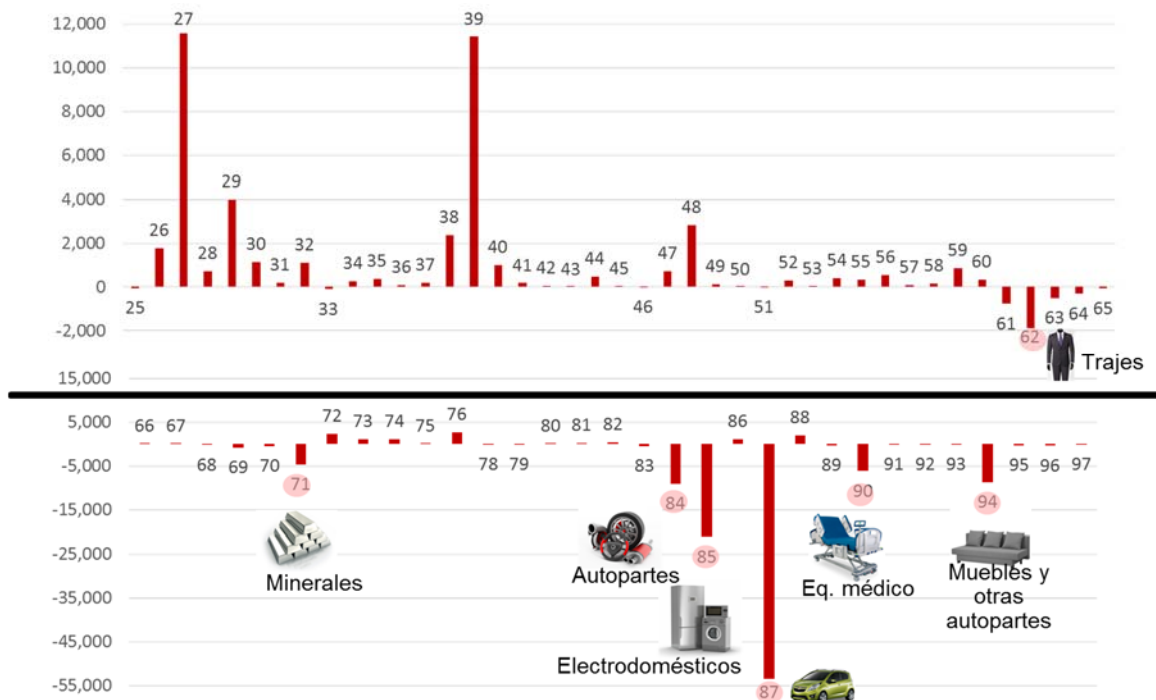


Fuente: Reserva Federal.

Al analizar los sectores en los cuales Estados Unidos es deficitario con México, destacan los sectores de hortalizas, frutas y bebidas alcohólicas en el caso del sector agrícola, y textiles, automotriz, minerales y electrodomésticos, en el caso del sector industrial (véanse los Gráficos 40 y 41).



Gráfico 41
Balanza Comercial de EE.UU. con México, 2015
Sector industrial, por capítulo
Millones de dólares



Fuente: USITC.

Sin embargo, las verdaderas razones tras el déficit comercial de Estados Unidos están relacionadas con temas macroeconómicos, tales como la capacidad de ahorro de la economía estadounidense, más que con la implementación de acuerdos comerciales.

Desde la perspectiva mexicana, el déficit es el resultado del proceso de integración en América del Norte y de la interdependencia que se ha generado entre las tres economías miembro del TLCAN en los últimos 25 años. Al comparar las relaciones comerciales de Estados Unidos con sus socios en distintos continentes, se podrá observar que las importaciones de productos mexicanos, a diferencia de aquellos que provienen de otros orígenes, tienen la ventaja de contar con un elevado contenido de insumos estadounidenses (en promedio, alrededor del 40%)².

La Tarifa de EE.UU. contiene más de 10.000 líneas arancelarias³ con un arancel NMF aplicado promedio de 4,09%. El arancel promedio consolidado es muy similar (3,52%)⁴, lo

² Wilson (2017). *GROWING TOGETHER: Economic Ties between the United States and Mexico*. Washington, D.C.: Mexico Institute Woodrow Wilson International Center for Scholars.

³ En este estudio, no se consideraron las “operaciones especiales” clasificadas en los Capítulos 98 y 99 de la Tarifa de EE.UU.

⁴ Los aranceles consolidados y aplicados se encuentran en diferentes versiones del Sistema Armonizado. Los aranceles consolidados vigentes se acordaron durante la última Ronda de Negociaciones de la OMC celebrada hace veintidós años. Los países actualizan

que demuestra que las autoridades estadounidenses cuentan con muy poco margen de maniobra para incrementar sus aranceles.

Actualmente, las exportaciones mexicanas a Estados Unidos gozan de acceso libre de arancel en el mercado estadounidense al amparo del TLCAN. Si la Administración Trump denunciase el Tratado, las ventas externas de México a dicho país estarían sujetas al arancel aplicado por Estados Unidos o, en su caso, al consolidado.

Al utilizar datos correspondientes a 2015, en la ausencia del TLCAN, el 35% de las exportaciones mexicanas, equivalentes a 99.260 millones de dólares, continuarían gozando de acceso libre de arancel en el mercado de Estados Unidos, ya que el arancel aplicado por ese país en la OMC es 0%. En ese mismo escenario, el 65% de los exportadores mexicanos harían frente a aranceles positivos en Estados Unidos, aun cuando el arancel aplicado fuese relativamente bajo (véase el Cuadro 77).

Cuadro 77
Análisis arancelario de EE.UU., 2015
Millones de dólares

Tipo de arancel	# de líneas arancelarias	Arancel consolidado (promedio)	NMF aplicado (promedio)	Importaciones EE.UU. – 2015					
				Total	México	Part. México	Part. TLCAN	Part. otros TLC	Part. no TLC
Acceso libre	3,790	0.09	0	1,016,537	99,260	35%	20%	8%	72%
Arancel <i>ad valorem</i>	5,407	6.27	6.96	908,037	160,913	56%	29%	8%	63%
No <i>ad valorem</i> ⁵	1,074	1.75	-	237,118	26,100	9%	39%	9%	52%
Total	10,271	3.52	4.09	2,161,692	286,273	100%	26%	8%	66%

Fuente: elaboración IQOM con datos del USITC.

Sin el TLCAN, en 2015 las exportaciones mexicanas a Estados Unidos hubieran estado sujetas al pago de 10.024 millones de dólares en aranceles, contabilizando un valor de la

continuamente sus listas de tarifas nacionales. En consecuencia, el desglose de la línea arancelaria nacional es diferente entre las listas de aranceles consolidadas y aplicadas.

⁵ Dado que los aranceles específicos y mixtos se expresan en diferentes unidades, tales como kilogramos, centavos y metros, la agregación y el promedio de tales datos da como resultado información imprecisa.

preferencia TLCAN por 9.498 millones de dólares para bienes industriales y 526 millones de dólares en el caso del sector agropecuario⁶ (véase el Cuadro 78).

Cuadro 78
Valor de las preferencias del TLCAN para México, 2015
Millones de dólares

Sector	# de líneas arancelarias	NMF aplicado (Promedio)	Valor preferencial TLCAN ⁷	Importaciones EE.UU. de México
Agricultura	1,962	5.3	526	23,024
Industrial	8,309	3.9	9,498	263,249
Total	10,271	4.09	10,024	286,273

Fuente: elaboración IQOM con datos del USITC y OMC.

En el Cuadro 79 se muestra el grupo de productos agropecuarios en los que se concentra el valor de la preferencia TLCAN para México. Algunos de los bienes mexicanos que mayormente se benefician de la eliminación de aranceles en el Tratado son los vegetales, las frutas, el azúcar, el chocolate y el tabaco.

Cuadro 79
Valor de las preferencias de TLCAN para México, 2015. Sector agrícola
Millones de dólares

#	Partida	Descripción	NMF aplicado (Promedio)	Valor de preferencias TLCAN	Part. Prefer. TLCAN	Importaciones EE.UU.	
						Total	México
1	0709	Las demás hortalizas, frescas o refrigeradas	13.57	94	18%	2,621	1,708
2	0807	Melones, sandías y papayas, frescos	12.81	63	12%	728	446
3	0710	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas	10.2	61	12%	891	421
4	0704	Coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, colinabos frescos o refrigerados	11.8	55	10%	364	308
5	2008	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas	16.46	48	9%	2,660	387

⁶ Puesto que los aranceles específicos y mixtos no se incluyen en este ejercicio, se subestima el valor de las preferencias del TLCAN para México en el sector agrícola. En ausencia de dicho Acuerdo, varias exportaciones agropecuarias mexicanas, como el azúcar, las frutas, los productos de origen animal, las bebidas, entre otras, estarían sujetas a tales obligaciones en el mercado norteamericano.

⁷ Análisis realizado a nivel ocho dígitos del Sistema Armonizado.

#	Partida	Descripción	NMF aplicado (Promedio)	Valor de preferencias TLCAN	Part. Prefer. TLCAN	Importaciones EE.UU.	
						Total	México
6	0811	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados	6.59	30	6%	892	280
7	1704	Artículos de confitería sin cacao	7.64	29	6%	1,641	536
8	1806	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	5.97	23	4%	2,416	489
9	2401	Tabaco en rama o sin elaborar; desperdicios de tabaco	55.26	20	4%	727	6
10	2001	Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre	8.56	15	3%	360	160
11	2103	Preparaciones para salsas y salsas preparadas	5.16	12	2%	974	173

Fuente: elaboración IQOM con datos del USITC y OMC.

En el sector industrial, los vehículos, las autopartes, los bienes electrónicos y el equipo eléctrico así como las prendas de vestir son los que mayormente se benefician del acceso libre de arancel en el mercado de Estados Unidos (véase el Cuadro 80).

Cuadro 80
Valor de las preferencias del TLCAN para México, 2015. Sector industrial
Millones de dólares

#	Partida	Descripción	NMF aplicado (Promedio)	Valor de las preferencias de TLCAN	Part. Prefer. TLCAN	Importaciones EE.UU.	
						Total	México
1	8704	Vehículos automóviles para el transporte de mercancías	17.11	4,435	47%	23,394	19,590
2	8703	Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para el transporte de personas	2.5	596	6%	167,208	23,839
3	8708	Partes y accesorios de vehículos automóviles	1.13	524	6%	64,682	21,232
4	8528	Monitores y proyectores	2.61	465	5%	26,639	12,324

#	Partida	Descripción	NMF aplicado (Promedio)	Valor de las preferencias de TLCAN	Part. Prefer. TLCAN	Importaciones EE.UU.	
						Total	México
5	8544	Hilos, cables (incluidos los coaxiales) y demás conductores aislados para electricidad	2.89	430	5%	19,497	9,899
6	8701	Tractores	0.67	320	3%	12,013	8,225
7	6203	Trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones largos	12.38	256	3%	8,680	1,493
8	6109	T-shirts y camisetas, de punto	14.54	137	1%	5,833	589
9	9405	Aparatos de alumbrado (incluidos los proyectores) y sus partes	5.77	134	1%	10,256	1,965
10	8537	Cuadros, paneles, consolas, armarios	2.7	105	1%	9,970	3,907
11	8501	Motores y generadores, eléctricos	2.7	95	1%	9,037	2,842
12	8407	Motores de émbolo alternativo	0.6	68	1%	11,139	2,772
13	8409	Partes identificables como destinadas, exclusiva o principalmente, a los motores	1.5	66	1%	9,927	2,973
14	3926	Las demás manufacturas de plástico	4.07	63	1%	8,823	1,212
15	8518	Micrófonos y sus soportes, altavoces	3.18	58	1%	5,741	1,195
Subtotal TOP 15			4.96	7,753	82%	392,838	114,057
Industrial			3.9	9,498	100%	2,021,228	263,249

Fuente: elaboración IQOM con datos del USITC y OMC.

México es el principal proveedor del mercado estadounidense de diversas frutas y vegetales, azúcar y otros productos del sector agroindustrial. En la ausencia del TLCAN, estos productos estarían sujetos a altos aranceles en Estados Unidos. En el Cuadro 81 se muestra el grupo de productos agropecuarios que se verían mayormente afectados con la denuncia del Tratado.

Para la realización de este análisis, los productos que se señalan a continuación cumplen con dos condiciones:

- a. La diferencia entre la preferencia TLCAN y el arancel NMF aplicado por Estados Unidos es elevada.
- b. México es uno de los principales proveedores del mercado estadounidense con ventas superiores a 100 millones de dólares.

Cuadro 81
Exportaciones mexicanas sensibles a un incremento arancelario de EE.UU. a

tarifas aplicadas. Sector agrícola
Millones de dólares

#	Fracción	Descripción	NMF aplicado (Promedio)	Importaciones EE.UU. – 2015					
				Total	México	Part. México	Part. TLCAN	Part. otros TLC	Part no TLC
1	07092090	Espárragos frescos o refrigerados	21.3	514	266	52%	53%	47%	0%
2	07099990	Vegetales	20	120	104	87%	92%	6%	1%
3	07049040	"Kohlrabi", "kale"	20	259	244	94%	100%	0%	0%
4	08071140	Melones, sandías y papayas, frescos	17	248	243	98%	98%	2%	0%
5	07108097	Vegetales sin cocer congeladas	14.9	467	327	70%	77%	11%	11%
6	08111000	Fresas congeladas	11.2	223	162	73%	73%	14%	13%
7	20019038	Vegetales preparados o conservados en vinagre	9.6	210	140	66%	68%	10%	22%
8	21039090	Salsas y preparaciones	6.4	581	129	22%	47%	8%	45%
9	18069090	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	6	979	288	29%	72%	2%	26%
10	17049035	Artículos de confitería sin cacao	5.6	1,431	496	35%	62%	3%	35%
11	19059090	Obleas de comunión	4.5	458	196	43%	62%	10%	28%
12	19041000	Cereal tostado o productos de cereales	1.1	311	135	44%	89%	2%	9%
13	08055030	Limas persas	0.8	276	271	98%	98%	2%	0%
Subtotal 13 productos sensibles			10.65	6,076	3,001	49%	70%	9%	22%
Agricultura			5.3	140,464	23,024	16%	35%	15%	50%

Fuente: elaboración IQOM con datos del USITC y OMC.

En el caso de los bienes industriales, entre los productos con mayores aranceles NMF aplicados se encuentran los camiones ligeros sujetos a una tasa de 25%. Estos vehículos se clasifican en las fracciones arancelarias estadounidenses: 8704.21.00, 870423.00, 8704.31.00 y 8704.32.00. Como se mencionó anteriormente, la tasa es el resultado del denominado “*chicken tax*”.

Por otra parte, aun en la ausencia del TLCAN, algunos productos mexicanos gozarían de acceso libre de arancel en el mercado de EE.UU. Ello en virtud de que el arancel NMF aplicado por esta nación es 0% y, en algunos casos, el consolidado también es 0%. Los Cuadros 82 y 83 identifican estos productos mexicanos.

Cuadro 82
Exportaciones mexicanas ingresando al mercado de EE.UU.
con un arancel aplicado de cero. Sector agrícola
Millones de dólares

#	Fracción	Descripción	Importaciones EE.UU. – 2015					
			Total	México	Part. México	Part. TLCAN	Part. otros TLC	Part no TLC
1	22030000	Cerveza de malta	4,540	2,720	60%	63%	1%	36%
2	22089050	Tequila en contenedores de no más de 4 l	736	736	100%	100%	0%	0%
3	08061040	Uvas frescas	495	326	66%	66%	34%	0%
4	22089055	Tequila en contenedores de más de 4 l	313	313	100%	100%	0%	0%
5	03061700	Camarones y langostinos sin cocer, secos, salados congelados	4,146	308	7%	7%	4%	88%
6	19059010	Pan, pastel, galletas o productos similares	1,991	296	15%	68%	5%	27%
7	19053100	Galletas dulces	919	287	31%	66%	3%	31%
8	08102090	Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesa.	279	269	97%	97%	3%	0%
9	09011100	Café sin tostar sin descafeinar	4,719	172	4%	4%	48%	48%
10	08104000	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género <i>Vaccinium</i> frescos	713	133	19%	44%	46%	10%
11	08039000	Plátanos, incluidos los plátanos para cocinar (<i>plantains</i>), frescos o secos	2,074	128	6%	6%	76%	18%
12	21011121	Café instantáneo sin saborizante	339	96	28%	30%	23%	47%
13	05119920	Desperdicios y desechos similares de pieles	238	80	34%	37%	5%	58%
14	03028950	Pescado excepto filetes y demás carne de pescado en contenedores con un peso superior a 6.8 kg	236	68	29%	40%	27%	34%
15	33011951	Aceites esenciales	107	61	57%	58%	5%	38%
Subtotal Top 15			21,846	5,994	27%	35%	22%	42%
Agricultura- NMF cero			65,974	6,810	10%	26%	13%	61%

Fuente: elaboración IQOM con datos del USITC.

Cuadro 83
Exportaciones mexicanas ingresando al mercado de EE.UU.
con arancel aplicado de cero. Sector industrial
Millones de dólares

#	Fracción	Descripción	Importaciones EE.UU. – 2015					
			Total	México	Part. México	Part. TLCAN	Part. otros TLC	Part. no TLC
1	84715001	Unidades de proceso, excepto las de las subpartidas 8471.41 u 8471.49	17,739	13,389	75%	76%	1%	23%

#	Fracción	Descripción	Importaciones EE.UU. – 2015					
			Total	México	Part. México	Part. TLCAN	Part. otros TLC	Part. no TLC
2	85176200	Aparatos para la recepción, conversión y transmisión o regeneración de voz	39,956	10,164	25%	27%	2%	71%
3	94019010	Partes de asientos	7,986	6,084	76%	87%	2%	11%
4	84181000	Combinaciones de refrigerador y congelador con puertas exteriores separadas	4,424	2,793	63%	63%	23%	14%
5	71081210	Oro para uso no monetario, en bruto	10,102	2,670	26%	52%	27%	21%
6	90189080	Instrumentos y aparatos para medicina, cirugía	5,392	1,931	36%	36%	27%	37%
7	71069110	Plata en bruto	3,406	1,654	49%	78%	10%	12%
8	85272140	Aparatos receptores de radiodifusión no operable con fuente externa de poder para vehículos	3,488	1,497	43%	43%	6%	51%
9	90183900	Catéteres, cánulas y similares	3,869	1,383	36%	39%	12%	49%
10	84714900	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos	3,019	1,093	36%	37%	1%	61%
11	90292040	Velocímetros y tacómetros, distintos de los indicadores de velocidad de bicicleta	1,507	1,079	72%	72%	2%	26%
12	88033000	Partes de aeronaves y helicópteros	14,447	1,073	7%	17%	10%	73%
13	87163900	Remolques y semirremolques para cualquier vehículo	1,526	1,020	67%	76%	0%	24%
14	85414060	Diodos para dispositivos semiconductores, distinto de diodos que emitan luz	6,343	969	15%	17%	14%	70%
15	85122020	Equipo de alumbrado eléctrico del tipo usado para vehículos de motor	2,380	766	32%	36%	9%	55%
Subtotal Top 15			125,584	47,567	38%	44%	8%	48%
Industrial - NMF Cero			950,562	92,450	10%	20%	8%	72%

Fuente: elaboración IQOM con datos del USITC.

II. Productos y regiones con mayor oportunidad de diversificación geográfica

Tal como se ha mencionado en las secciones anteriores, el comercio mexicano se encuentra concentrado en la región de América del Norte, en particular en Estados Unidos. Frente al *shock* proteccionista de la actual Administración estadounidense, México se enfrenta al desafío de buscar nuevas opciones de integración comercial.

En ese sentido, la presente sección tiene como objeto seleccionar los productos con mayor oportunidad de integración comercial en el mercado de exportación mediante la elaboración de una serie de indicadores de competitividad en el caso de la oferta exportable mexicana.

Posteriormente, se identificarán los mercados y regiones económicas con potencial para la adquisición de los productos seleccionados a partir del análisis de coincidencias entre la oferta mexicana y la demanda mundial.

A. Identificación de productos con mayor oportunidad de diversificación geográfica

En 2015, México realizó exportaciones por un monto de 380.623 millones de dólares a través de 4.635 subpartidas arancelarias a seis dígitos del Sistema Armonizado.

Cada una de estas subpartidas (productos) fue sometida al análisis de distintas variables con objeto de construir indicadores que permitieran definir niveles de oportunidad (calificaciones). El análisis se realizó a partir de la interacción de cada una de las variables y su efecto en cada producto, esto es, considerándose una calificación de 1 como de baja oportunidad, y una de 5 como de alta oportunidad. El análisis dio como resultado una estimación puntual del grado de competitividad de cada uno de los productos que integran la oferta exportable mexicana.

La metodología utilizada para analizar dichos productos, así como las variables revisadas se muestra en el Gráfico 42 y se explica a continuación:

Gráfico 42 Metodología para el análisis de las exportaciones mexicanas



Fuente: elaboración IQOM.

A continuación se describe cada una de las variables analizadas:

- Crecimiento de las exportaciones mexicanas. Esta variable permite analizar el comportamiento de los productos en los mercados internacionales, otorgando mayor peso a aquellos que han registrado un aumento en sus envíos al exterior en los últimos cinco años, con el argumento de un incremento en la demanda como resultado de su competitividad en el exterior.
- Saldo de la balanza comercial. Este indicador permite detectar productos con excedentes en su oferta y, por ende, con mayores probabilidades de satisfacer la demanda de nuevos mercados o incrementar envíos a los mercados actuales.
- Presencia de productos mexicanos en mercados distintos a EE.UU. La revisión de esta variable permite premiar a aquellos productos que han aprovechado la red del TLC que México ha suscrito o los nichos de mercado que ha identificado en nuevas regiones del mundo, mediante la diversificación

de sus envíos, y permite demostrar su capacidad para recorrer mayores distancias y, al mismo tiempo, mantener su competitividad.

- Comportamiento de productos mexicanos en el mercado estadounidense. Estados Unidos es de lejos el mercado más competido del mundo. Un producto mexicano que actualmente es exportado a dicho país ha probado su competitividad frente al resto de los países. Este indicador se ha analizado desde dos perspectivas: la penetración del producto mexicano en dicho mercado así como del incremento en su participación, y el crecimiento de la demanda estadounidense durante los últimos cinco años.

Los criterios anteriormente descritos se han ponderado en relación con su grado de importancia (véase el Cuadro 84).

Cuadro 84
Ponderación de criterios para analizar las exportaciones mexicanas
Porcentaje

No.	Criterio	Ponderación
1	Crecimiento exportaciones mexicanas por subpartida (5 años)	20%
2	Balanza comercial	25%
3	Presencia de México en mercados distintos a EE.UU.	25%
4	Penetración en EE.UU. en 2015	15%
5	Evolución penetración en EE.UU. (5 años)	15%
		100%

Fuente: elaboración IQOM.

Además, se realizaron ejercicios de sensibilidad modificando las ponderaciones asignadas y dando como resultado la permanencia de la mayoría de las subpartidas obtenidas en el ejercicio inicial.

Una vez asignadas las calificaciones al universo de análisis, se elaboraron matrices por sector: el agropecuario, el agroindustrial y el industrial, que permitieron identificar, distribuir y analizar la composición de las exportaciones mexicanas.

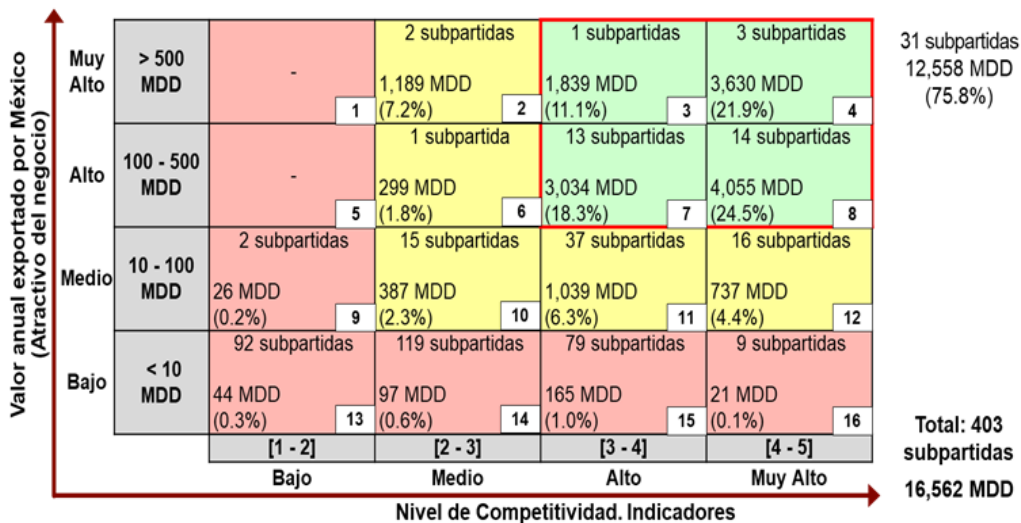
El objetivo de dichas matrices fue determinar los productos con mayor oportunidad y en los cuales se concentró el análisis posterior con base en dos variables interrelacionadas: en el

eje horizontal, el nivel de competitividad o calificación; y en el eje vertical, el monto de exportación total por subpartida arancelaria.

En total se definieron 16 cuadrantes al interior de cada matriz, y se replicó un semáforo para identificar los cuadrantes con mayor oportunidad. En color verde se muestran los cuadrantes altamente competitivos (representados por sus altas calificaciones así como por su alto valor de exportación), mientras que en rojo se consideraron los productos con menos oportunidades en los mercados externos, en razón de los bajos niveles de envíos al exterior y al bajo desempeño de alguna de las variables analizadas.

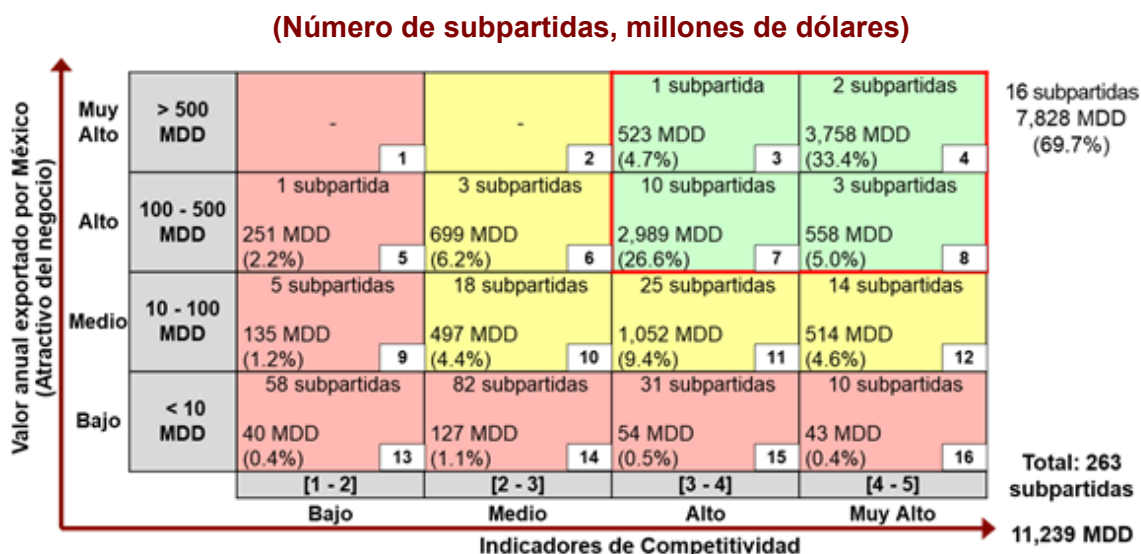
Como resultado del análisis de cada matriz, en el sector agropecuario, se identificaron 31 subpartidas con una calificación mayor a 3 y montos de exportación superiores a 100 millones de dólares. Para el sector agroindustrial, se identificaron 16 subpartidas con potencial de diversificación geográfica. Finalmente, en el sector industrial se identificaron 83 subpartidas con una calificación superior a 3 y montos de exportación superiores a 500 millones de dólares (véanse los Gráficos 43, 44 y 45).

Gráfico 43
Matriz para explorar la diversificación geográfica de las exportaciones agropecuarias
(Número de subpartidas, millones de dólares)



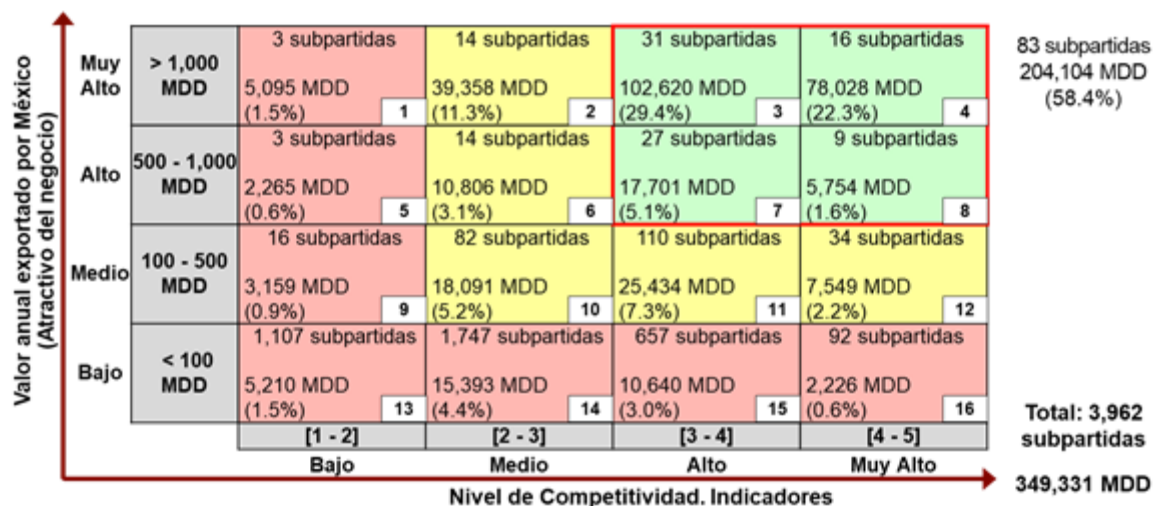
Fuente: elaboración IQOM con datos de Secretaría de Economía.

Gráfico 44
Matriz para explorar la diversificación geográfica de las exportaciones agroindustriales



Fuente: elaboración IQOM con datos de Secretaría de Economía.

Gráfico 45
Matriz para explorar la diversificación geográfica de las exportaciones industriales
(Número de subpartidas, millones de dólares)



Fuente: elaboración IQOM con datos de Secretaría de Economía.

Una vez analizada la distribución de la oferta exportable mexicana según los criterios descritos anteriormente, se seleccionaron los cuadrantes con mayor oportunidad, acotando el análisis posterior a una selección de productos altamente competitivos, y dando como resultado, 130 subpartidas mexicanas que, en 2015, representaron el 59% del total de las

exportaciones mexicanas, equivalentes a 224,489 millones de dólares (véase el Gráfico 46).



Fuente: elaboración IQOM con datos de Secretaría de Economía.

Las 130 subpartidas seleccionadas se distribuyen en 22 capítulos del Sistema Armonizado (véanse los Cuadros 85, 86 y 87).

Cuadro 85
Distribución sectorial de los productos seleccionados. Sector agropecuario
Número de subpartidas, millones de dólares

#	Cap.	Descripción	# Subpartidas	Tipo de subpartidas	Expos MX 2015	Part. en expos totales
1	08	Frutas y nueces	14	Aguacates; mangos; limones; sandías; fresas; zarzamoras; fresas congeladas; frutos congelados; nueces nogal con cáscara; nueces nogal sin cáscara; bananas; uvas; melones, moras	5,403	1%
2	07	Vegetales	10	Tomates; cebollas; coliflores; pepinos; chiles; calabazas; garbanzos; espárragos; hortalizas frescas; hortalizas cocidas o congeladas	5,181	1%
3	02	Carne	2	Carne de res, fresca o refrigerada; carne de cerdo congelada	638	0.2%
4	10	Cereales	2	Trigo durum; maíz	514	0.1%
5	01	Animales vivos	1	Bovinos domésticos	345	0.1%
6	03	Pescados y crustáceos	1	Camarones y langostinos, congelados.	320	0.1%
7	04	Productos de origen animal	1	Miel natural	156	0.04%
Agropecuario			31	-	12,557	3.3%

Fuente: elaboración IQOM con datos de Secretaría de Economía.

Cuadro 86

⁸ Se excluyen las operaciones correspondientes al capítulo de operaciones especiales: imp/exp de muestrarios, de materiales y equipos sujetos a tratamiento especial y de regla octava.

Distribución sectorial de los productos seleccionados. Sector agroindustrial
Número de subpartidas, millones de dólares

#	Cap.	Descripción	# Sub-partidas	Tipo de subpartidas	Expos MX 2015	Part. en expos totales
1	22	Bebidas alcohólicas	2	Cerveza; tequila - mezcal	3,758	1.0%
2	19	Productos de cereal o harina; pastelería	4	Productos de panadería; preparaciones para alimentación infantil; galletas; cereales	1,403	0.4%
3	17	Azúcar y sus productos	2	Confitería, azúcar de caña	956	0.3%
4	20	Preparaciones de hortalizas y frutos	3	Frutos conservados; jugo de naranja congelado; hortalizas conservadas en vinagre	607	0.2%
5	21	Preparaciones alimenticias	3	Salsas; concentrados de café; levaduras vivas	556	0.1%
6	18	Cacao y sus preparaciones	1	Los demás chocolates	376	0.1%
7	24	Tabaco	1	Cigarrillos	172	0.05%
Agroindustrial			16	-	7,828	2.1%

Fuente: Elaboración IQOM con datos de Secretaría de Economía.

Cuadro 87
Distribución sectorial de los productos seleccionados. Sector industrial
Número de subpartidas, millones de dólares

#	Cap.	Descripción	# Sub-partidas	Tipo de subpartidas	Expos MX 2015	Part. en expos totales
1	87	Vehículos y sus partes	21	Autos para transporte de personas y mercancías; tractores; carrocerías; ejes; airbags; cajas de cambio; frenos; volantes; ruedas, suspensiones; remolques	87,318	22.9%
2	85	Equipo eléctrico	23	Monitores; teléfonos y sus partes; arneses; soportes, conductores y condensadores eléctricos; reproductores de sonido; aparatos de radio; faros y luces; motores; altavoces	56,950	15.0%
3	84	Máquinas y aparatos mecánicos	12	Unidades de proceso y de memoria; motores y sus partes; refrigeradores; turborreactores, bombas de aire; aire acondicionado; compresores; secadoras	27,552	7.2%
4	90	Equipo óptico, de medición, médico	5	Instrumentos y aparatos de medicina; velocímetros; instrumentos para control de presión	8,325	2.2%
5	94	Artículos manufacturados	3	Asientos; aparatos de alumbrado	7,389	1.9%
6	71	Metales preciosos	2	Oro en bruto; oro semilabrado	4,312	1.1%
7	26	Minerales	3	Cobre; plomo; cinc	3,149	0.8%
8	73	Manufacturas de hierro y acero	2	Tubos para extracción de petróleo; estructuras para la construcción	1,485	0.4%
9	62	Prendas de vestir	1	Pantalones de algodón para hombres o niños	1,277	0.3%
10	39	Plástico y manufacturas	2	Envases y dispositivos de cierre de plástico	1,058	0.3%
11	-	Otros sectores (9)	9	Juguetes; máquinas de afeitar; pañales; preparaciones capilares; partes para aviones; químicos; cerámica de usos sanitarios; envases de vidrio; artículos confeccionados	5,288	1.4%
Industrial			83	-	204,104	53.6%

Fuente: elaboración IQOM con datos de Secretaría de Economía.

B. Identificación de mercados y regiones potenciales

En esta etapa, se analizó la demanda mundial, con el objeto de identificar mercados y regiones económicas distintos a EE.UU. que representaran una oportunidad potencial para los 130 productos seleccionados.

El primer paso consistió en identificar los veinte principales países importadores, así como los países de América y el Caribe que importan los productos identificados. Para cada uno de ellos, se analizó una serie de variables con el objeto de calificar su potencial como posibles compradores de los productos mexicanos. Al igual que en la etapa anterior, se determinó la viabilidad de compra a partir de la obtención de calificaciones (considerándose 1 como de baja viabilidad y 5, de alta viabilidad).

La metodología utilizada para analizar dichos productos, así como las variables revisadas se muestran en el Gráfico 47.

Gráfico 47
Metodología para la identificación de mercados potenciales



Fuente: elaboración IQOM.

Las variables analizadas para la identificación de mercados potenciales se describen a continuación:

- Valor de las importaciones por país. Criterio que califica el tamaño del mercado por país, premiando a aquellos mercados con un alto valor de importación.
- Crecimiento de las importaciones por país. Variable que permite analizar el comportamiento de las compras de los principales países importadores del mundo, América y el Caribe, otorgando mayor calificación cuando el valor de sus compras, a nivel producto, se ha incrementado en los últimos cinco años.
- Saldo de la balanza comercial. Este indicador permite determinar cuáles son los países con necesidad de proveeduría y, por ende, con mayores probabilidades de adquirir productos mexicanos para satisfacer su demanda.
- Arancel de Nación Más Favorecida. Este arancel proporciona información relativa al nivel de protección de cada uno de los mercados importadores respecto a los países con los que no tiene suscritos TLC.
- Existencia de un TLC con México. Esta variable permite calificar con un valor alto si el país analizado ha suscrito un TLC con México⁹, ante la probable existencia de una preferencia arancelaria.
- Participación de México como proveedor del mercado analizado. Esta variable mide la presencia actual de productos mexicanos en la demanda de los países identificados.
- Índice de facilitación de comercio (*Global Enabling Trade Report 2016*). Indicador elaborado por el Foro Económico Mundial que analiza el grado en que cada país cuenta con instituciones, políticas y servicios que favorecen el comercio exterior, facilitando el libre flujo de mercancías fuera de las fronteras. Califica temas como el acceso a los mercados, la administración de las fronteras, la infraestructura y el entorno operativo del país.

⁹ No incluye Acuerdos de Complementación Económica; sin embargo, en el caso de Brasil y Argentina, se considera que actualmente existe una negociación en proceso.

- Índice de desempeño logístico (*Connecting to Compete 2016: Trade Logistics in the Global Economy*). Indicador elaborado por el Banco Mundial para la clasificación de 160 países a partir de su desempeño en materia de logística comercial. Mide la eficiencia de las cadenas de suministro de cada país y cómo se desenvuelven en el comercio con otros países. Para su elaboración, considera temas como la eficiencia del proceso del despacho de aduana; la calidad de la infraestructura relacionada con el comercio y el transporte; la facilidad de acordar embarques a precios competitivos; la calidad de los servicios logísticos; la capacidad de seguir y rastrear los envíos; y la frecuencia con la cual los embarques llegan al consignatario en el tiempo programado.

Al igual que la identificación de los productos con potencial, las variables descritas anteriormente se han ponderado de acuerdo al Cuadro 88.

Cuadro 88
Ponderación de criterios para analizar mercados para diversificación geográfica
Porcentaje

No.	Criterio	Ponderación
1	Valor importaciones	20%
2	Crecimiento importaciones (5 años)	20%
3	Balanza Comercial	15%
4	Nivel de protección por país: arancel NMF promedio	15%
5	Acuerdos comerciales con México	10%
6	Part. México en importaciones de los mercados	5%
7	Ranking Facilitación del Comercio (FEM)	10%
8	Índice de Desempeño Logístico (BM)	5%
		100%

Fuente: elaboración IQOM.

La aplicación de la metodología descrita en cada uno de los mercados analizados y para cada uno de los productos seleccionados permitió obtener calificaciones promedio a nivel país (véase el Cuadro 89).

Cuadro 89
Promedio de la calificación por país de la metodología aplicada

No.	Región	País	Calificación promedio	No.	Región	País	Calificación promedio
1	África	Egipto	4	21	Europa	Suiza	4.2
2	Asia	Japón	4.3	22	Europa	Noruega	4.2
3	Asia	Malasia	4.3	23	Europa	Rusia	4.2

4	Asia	China	4.2	24	Medio Oriente	Jordania	4.4
5	Asia	India	4.2	25	Medio Oriente	Israel	4.3
6	Asia	Turquía	4.2	26	Medio Oriente	Arabia Saudita	4.2
7	Asia	Taiwán	4.2	27	Medio Oriente	Kuwait	4.2
8	Asia	Singapur	4.1	28	Medio Oriente	Emiratos Árabes Unidos	4.1
9	Asia	Hong Kong	4.1	29	Medio Oriente	Omán	4.1
10	Asia	Vietnam	4.1	30	Norteamérica	Canadá	4.4
11	Asia	Tailandia	4.1	31	Oceanía	Australia	4.3
12	Asia	Corea del Sur	4.1	32	Oceanía	Nueva Zelanda	4.1
13	Asia	Indonesia	4.1	33	Sudamérica	Brasil	4.2
14	Asia	Camboya	4.1	34	Sudamérica	Colombia	4.2
15	Centroamérica	Panamá	4.2	35	Sudamérica	Chile	4.2
16	Centroamérica	Guatemala	4.1	36	Sudamérica	Perú	4.1
17	Centroamérica	Costa Rica	4.1	37	Sudamérica	Argentina	4.1
18	Centroamérica	Nicaragua	4.1	38	Sudamérica	Uruguay	4.1
19	Centroamérica	El Salvador	4.1				
20	Europa	UE – 28	4.3				

Fuente: elaboración IQOM.

C. Resultados preliminares

A partir del análisis y la aplicación de la metodología descrita anteriormente, esto es, comparando las coincidencias entre la oferta mexicana competitiva y la demanda por producto de los principales países, se obtuvieron resultados preliminares por sector y por regiones.

En el caso del sector agropecuario, el análisis se tradujo en la selección de 31 productos altamente competitivos, para los cuales se identificaron 19 países con potencial de comprar productos mexicanos. En el transcurso de 2015, estos países importaron 55.817 millones de dólares, de los cuales 1.526 millones fueron originarios de México.

Para el sector agroindustrial, se identificaron oportunidades para 16 productos en 20 mercados, con una demanda de 26.106 millones de dólares. La participación de México fue de 3% del total importado por dichos mercados.

En el caso del sector industrial, se seleccionaron 81 productos para los cuales se identificaron 38 países. La oferta exportable de dichas subpartidas ascendió, en 2015, a 218.472 millones de dólares, mientras que la demanda de los mercados identificados ascendió a 838.310 millones de dólares. México contabilizó el 3% de las compras de dicho grupo de países (véase el Cuadro 90).

Cuadro 90
Oportunidades de diversificación geográfica. Análisis por sector*, 2015
Millones de dólares

No.	Sector	# países	# sub-partidas	Impos mercados potenciales	Impos origen MX	Part. MX	Expos MX
1	Agropecuario	19	31	55,817	1,526	3%	13,651
2	Agroindustrial	20	16	26,106	795	3%	8,891
3	Industrial	38	81	838,310	26,035	3%	218,472
Total			128	920,234	28,355	3%	241,014

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

*Nota: dos productos industriales quedaron fuera del análisis ya que ningún mercado obtuvo calificación > a 4 (390760: Politereftalato de etileno y 852721: Receptores de radio con reproductor de sonido).

En el Cuadro 91, se puede analizar con mayor detalle las oportunidades identificadas para el sector agropecuario.

Cuadro 91
Oportunidades de diversificación geográfica. Sector agropecuario, 2015
Millones de dólares

#	Cap.	Descrip.	# países	# sub-partidas	Tipo de productos	Impos mercados	Impos origen MX	Part. MX	Expos totales MX
1	08	Frutas y nueces	14	14	Aguacates; mangos; limones; sandías; fresas; zarzamoras; fresas congeladas; frutos congelados; nueces nogal con cáscara; nueces nogal sin cáscara; bananas; uvas; melones; moras	23,236	981	4%	5,858
2	07	Vegetales	7	10	Tomates; cebollas; coliflores; pepinos; chiles; calabazas; garbanzos; espárragos; hortalizas frescas; hortalizas congeladas	13,611	167	1%	5,425
3	10	Cereales	7	2	Trigo durum; maíz	9,321	16	0.2%	383
4	03	Pescados	6	1	Camarones y langostinos, congelados	4,673	8	0.2%	339
5	02	Carne	8	2	Carne de res, fresca o refrigerada; carne de cerdo congelada	2,956	248	8%	610
6	04	Productos de origen animal	6	1	Miel natural	1,297	106	8%	153
7	01	Animales vivos	2	1	Bovinos domésticos	723	-	0%	885
Total			31		-	55,817	1,526	3%	13,651

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

En el Cuadro 92, figura un resumen de las oportunidades por capítulo del Sistema Armonizado para el sector agroindustrial.

Cuadro 92
Oportunidades de diversificación geográfica. Sector agroindustrial, 2015
Millones de dólares

#	Cap.	Descrip.	# países	# sub-partidas	Tipo de productos	Impos mercados	Impos origen MX	Part. MX	Expos totales MX
---	------	----------	----------	----------------	-------------------	----------------	-----------------	----------	------------------

1	18	Cacao y sus preparaciones	7	1	Preparaciones alimenticias con cacao.	7,630	49	1%	366
2	19	Productos de cereal o harina; pastelería	14	4	Productos de panadería; preparaciones para alimentación infantil; galletas; cereales	6,233	134	2%	1,331
3	24	Tabaco	5	1	Cigarrillos	4,401	5	0.1%	172
4	20	Preparaciones de hortalizas y frutos	7	3	Frutos conservados; jugo de naranja congelado; hortalizas conservadas en vinagre	2,603	91	3%	657
5	22	Bebidas	12	2	Cerveza; tequila - mezcal	2,141	455	21%	4,824
6	21	Preparaciones alimenticias	13	3	Salsas; concentrados de café; levaduras vivas	1,605	55	3%	502
7	17	Azúcar y sus productos	4	2	Confitería (Incluye chocolate blanco), azúcar de caña	1,494	5	0.4%	1,039
Total			16		-	26,106	795	3%	8,891

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

En el sector industrial destacan productos del sector automotriz, equipo eléctrico y maquinaria. En el Cuadro 93, se muestra en detalle el tipo de productos al interior de cada sector así como el monto del mercado objetivo identificado.

Cuadro 93
Oportunidades de diversificación geográfica. Sector industrial, 2015
Millones de dólares

#	Cap.	Descrip.	# países	# sub-partidas	Tipo de productos	Impos mercados	Impos origen MX	Part. MX	Expos totales MX
1	85	Equipo eléctrico	30	22	Motores y generadores; acumuladores; aparatos de alumbrado; de transmisión; altavoces; radionavegación; monitores; condensadores; cables y soportes eléctricos	210,777	7,210	3%	55,884
2	87	Vehículos y sus partes	26	21	Tractores; autos; carrocería; frenos; cajas de cambio; de dirección; ejes; ruedas; <i>airbags</i> ; suspensiones; autopartes diversas; remolques	203,219	7,012	3%	91,672
3	84	Máquinas y aparatos mecánicos	27	12	Motores; turborreactores; compresores; aire acondicionado; para filtrar gases; refrigeradores; unidades de proceso y memoria	111,630	4,231	4%	34,496
4	71	Metales preciosos	10	2	Oro en bruto; oro semilabrado	105,469	829	0%	3,698
5	88	Aeronaves y sus partes	10	1	Partes para aviones	49,277	390	1%	1,548
6	26	Minerales	4	3	Cobre; plomo; cinc	40,991	1,973	5%	3,073
7	90	Equipo óptico, de medición y médico	19	5	Instrumentos y aparatos de medicina; velocímetros	32,531	2,562	8%	11,071
8	94	Mobiliario y alumbrado	10	3	Partes para asientos; aparatos de alumbrado	30,410	1,166	4%	9,544
9	95	Juguetes	11	1	Juguetes	21,876	226	1%	992
10	62	Prendas de vestir	9	1	Pantalones de algodón para hombres o niños	13,749	122	1%	1,372
11	73	Manufacturas de hierro y acero	12	2	Tubos para extracción de petróleo; estructuras para la construcción	8,193	32	0%	1,415
12	63	Artículos confeccionados	8	1	Artículos confeccionados	5,177	51	1%	489
13	39	Plástico y manufacturas	5	1	Envases y dispositivos de cierre de plástico	3,063	17	1%	202
14	69	Productos de cerámica	6	1	Productos de cerámica para usos sanitarios	880	45	5%	465
15	70	Vidrio y cristalería	2	1	Envases y dispositivos de cierre de vidrio	454	10	2%	498
16	96	Manufacturas diversas	5	1	Toallas sanitarias y pañales para bebés	362	87	24%	564
17	33	Perfumería, cosméticos	4	1	Preparaciones capilares	149	26	17%	572

#	Cap.	Descrip.	# países	# sub-partidas	Tipo de productos	Impos mercados	Impos origen MX	Part. MX	Expos totales MX
18	82	Herramientas de metales comunes	3	1	Navajas y máquinas de afeitar	88	47	54%	425
19	29	Químicos orgánicos	1	1	Ácido tereftálico y sus sales	13	-	0%	491
Total			81	-		838,310	26,035	3%	218,472

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

Nota: dos productos industriales quedaron fuera del análisis ya que ningún mercado obtuvo una calificación > a 4. (390760: Politereftalato de etileno y 852721: Receptores de radio con reproductor de sonido).

En la búsqueda de mercados distintos al de América del Norte para las exportaciones mexicanas, los resultados preliminares revelan que Europa y Asia serían las regiones con mayores oportunidades para colocar los productos competitivos seleccionados en esta primera etapa. Ello obedece al número de países identificados así como al tamaño de mercado identificado con oportunidad. Los países al interior de cada región se han ordenado según el valor de las compras de los productos identificados (véase el Cuadro 94).

Cuadro 94
Oportunidades de diversificación geográfica, análisis por región
Millones de dólares

No.	Región	# países	# subpartidas	Impos mercados	Impos Origen MX	Part. MX	Expos totales MX
1	Europa	4* (31)	94	559,784	6,894	1%	188,261
2	Asia	13	89	171,787	4,539	3%	158,866
3	Canadá	1	89	78,246	13,097	17%	182,217
4	Medio Oriente	6	28	53,328	575	1%	108,248
5	Oceanía	2	40	32,487	617	2%	106,286
6	Sudamérica	6	55	19,041	1,853	10%	125,740
7	Centroamérica y el Caribe	5	55	4,754	779	16%	121,255
8	África	1	2	806	0.4	0%	7,171
Total		38	-	920,234	28,355	3%	-

*La Unión Europea se contabiliza como un solo país.

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

En el caso específico de Europa, figuran 31 países (4 países si se considera a la UE como uno solo) para las importaciones potenciales de los los productos seleccionados.

Estos países representan un mercado de más de 559 mil millones de dólares, de los cuales México apenas representa 1% de las importaciones. La UE representa la mayor oportunidad por el valor de sus compras: 462.562 millones de pesos. En 2015, México participó con apenas 1% de estas compras. Aun cuando la mayor parte de la proveeduría es intrarregional, se podrían explorar espacios aprovechando las oportunidades de

preferencias arancelarias otorgadas al amparo del TLCUEM y su actual proceso de modernización (véase el Cuadro 95).

Cuadro 95
Oportunidades de diversificación geográfica, Europa
Millones de dólares

#	País	Calificación	# sub-partidas	Principales productos	Impos totales	Impos origen MX	Part. MX	Región proveedora	Impos origen AN*	Expos totales MX
1	UE – 28	4.3	74	Aparatos para transmisión de voz; partes de aviones; carrocerías; oro semilabrado; autos; preparaciones alimenticias; bananas; maíz; tomates, camarones congelados 10 productos = 38% del total	462,562	6,027	1%	Europa - 56%	12%	125,981
2	Suiza	4.2	43	Oro en bruto; autos (6); aparatos para transmisión de voz; aparatos de medicina; unidades de proceso; panadería; cerveza; bananas; camarones congelados; mangos 15 productos = 94% del total	89,875	807	1%	Europa - 54%	11%	113,796
3	Noruega	4.2	21	Autos (2); estructuras de acero; partes para aviones; tubos de acero; lámparas de alumbrado; carne de res; fresas; aguacates; mora azul; zarzamoras-frambuesas 11 productos = 86% del total	5,569	10	0.2%	Europa - 73%	8%	17,677
4	Rusia	4.2	2	Unidades de memoria; unidades de proceso 2 productos = 100% del total	1,778	50	3%	Asia - 60%	9%	17,456
					559,784	6,894	1%			

*AN: América del Norte

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

Por su parte, hay trece potenciales compradores en la región asiática para los productos seleccionados. Estos mercados realizan compras superiores a 171 mil millones de dólares y de los cuales México solo representa 3%. Al igual que Europa, gran parte de la proveeduría asiática proviene de mercados cercanos; sin embargo, es posible explorar oportunidades puntuales ante un escenario de mayor proteccionismo en Estados Unidos.

Japón destaca como el mercado que concentra mayores oportunidades de exportación, por su nivel de importación (62.719 millones de dólares). Actualmente, 19% de sus compras provienen de América del Norte, y México, en 2015, solo representó, el 3% (véase el Cuadro 96).

Cuadro 96
Oportunidades de diversificación geográfica, Asia
Millones de dólares

#	País	Calificación	# sub-partidas	Principales productos	Impos totales	Impos origen MX	Part. MX	Región proveedora	Impos origen AN*	Expos totales MX
1	Japón	4.3	51	Cobre; aparatos para transmisión de voz; ameses; unidades de proceso, partes de turborreactores;	62,719	1,953	3%	Asia - 57%	19%	124,843

#	País	Calificación	# sub-partidas	Principales productos	Impos totales	Impos origen MX	Part. MX	Región proveedora	Impos origen AN*	Expos totales MX
				cigarrillos; carne de cerdo congelada; bananas; hortalizas congeladas; frutos conservados 10 productos = 47% del total						
2	China	4.2	8	Cobre; condensadores eléctricos; carrocías; cerveza 4 productos = 82% del total	38,564	1,414	4%	Asia - 36%	15%	19,674
3	Singapur	4.1	34	Partes de turborreactores; oro; aparatos de medicina; unidades de proceso; soportes; cigarrillos; salsas; hortalizas frescas; camarones congelados; uvas 10 productos = 84% del total	12,103	398	3%	Asia - 39%	37%	56,600
4	Hong Kong	4.1	19	Unidades de proceso; condensadores, conductores y soportes eléctricos; aparatos de televisión sin display; carne de cerdo congelado; uvas; panadería; preparaciones alimenticias; confitería 10 productos = 86% del total	10,649	102	1%	Asia - 82%	6%	37,819
5	India	4.2	4	Unidades de proceso; condensadores, conductores y soportes eléctricos; aparatos de televisión sin display; carne de cerdo congelado; uvas; panadería; preparaciones alimenticias; confitería 10 productos = 86% del total	10,402	274	3%	Asia - 71%	18%	32,965
6	Vietnam	4.1	3	Partes para aparatos para transmisión de voz; condensadores eléctricos; aparatos para filtrar gases 3 productos = 100% del total	10,120	6	0.1%	Asia - 98%	0.3%	3,573
7	Turquía	4.2	13	Autos; aparatos para transmisión de voz; soportes eléctricos; frenos; motores; aparatos para filtrar gases 6 productos = 80% del total	9,342	248	3%	Europa - 68%	8%	45,034
8	Tailandia	4.1	7	Cajas de cambio; aparatos eléctricos; aparatos para transmisión de voz; soportes eléctricos 4 productos = 81% del total	7,616	104	1%	Asia - 83%	10%	42,139
9	Malasia	4.3	2	Oro; partes para aviones 2 productos = 100% del total	3,618	0.3	0%	Europa - 41%	15%	5,023
10	Corea del Sur	4.1	3	Arneses; juguetes; instrumentos para control de presión 3 productos = 100% del total	2,769	29	1%	Asia - 88%	4.1%	9,970
11	Indonesia	4.1	4	Partes para aviones; estaciones base; unidades de memoria; ganado 4 productos = 100% del total	1,914	2	0%	Asia - 36%	8%	4,155
12	Taiwán	4.2	3	Aparatos de medicina; unidades de proceso; monitores 3 productos = 100% del total	1,396	9	1%	Asia - 60%	20%	21,690
13	Camboya	4.1	1	Oro en bruto	574	-	0%	Asia - 100%	0%	3,475
					559,784	6,894	1%			

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

Los resultados muestran que también es posible incrementar la presencia de productos mexicanos en Canadá: 89 productos seleccionados muestran potencial de exportación a dicho mercado. En el transcurso de 2015, Canadá registró compras por un monto equivalente a 78.246 millones de dólares, de las cuales 74% las proporcionó la zona TLCAN (véase el Cuadro 97).

Cuadro 97
Oportunidades de diversificación geográfica, Canadá
Millones de dólares

#	País	Calificación	# sub-partidas	Principales productos	Impos totales	Impos origen MX	Part. MX	Región proveedora	Impos origen AN*	Expos totales MX
1	Canadá	4.4	89	Autos; carrocerías; motores; autopartes; aparatos para transmisión de voz; panadería; cerveza; preparaciones con cacao; salsas; uvas 10 productos = 34% del total	78,246	13,097	17%	NA - 74%	74%	182,217

*AN: América del Norte

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

En lo referente a la región de Medio Oriente, se identificaron seis países con viabilidad de adquirir o incrementar las compras de productos mexicanos. En 2015, la demanda de esos países en conjunto ascendió a más de 53 mil millones de dólares. La región ha sido poco explorada por los exportadores mexicanos, si bien ya se registran envíos a países como Arabia Saudita y Kuwait (véase el Cuadro 98).

Cuadro 98
Oportunidades de diversificación geográfica, Medio Oriente
Millones de dólares

#	País	Calificación	# sub-partidas	Principales productos	Impos totales	Impos origen MX	Part. MX	Región proveedora	Impos origen AN*	Expos totales MX
1	Arabia Saudita	4.2	12	Autos (4); oro; partes para aviones; preparaciones alimenticias 7 productos = 87% del total	30,352	291	1%	Asia - 42%	24%	87,301
2	Emiratos Árabes Unidos	4.1	13	Autos (3); aparatos para transmisión de voz; partes para turborreactores; panadería; camarones congelados; tomates; cebollas; hortalizas frescas 10 productos = 96% del total	16,329	180	1%	Asia - 48%	19%	57,321
3	Kuwait	4.2	3	Autos (2); oro 3 productos = 100% del total	2,959	74	2%	Asia - 45%	18%	22,080
4	Israel	4.3	10	Autos (2); unidades de proceso; ganado; preparaciones con cacao; concentrados de café 6 productos = 81% del total	2,506	31	1%	Europa - 56%	8%	25,850
5	Jordania	4.4	1	Oro en bruto	770	-	0%	Europa - 71%	1%	3,475
6	Omán	4.1	1	Oro en bruto	413	-	0%	Medio Oriente - 99%	0%	3,475
					53,328	575	1%			

*AN: América del Norte

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

En la región de Sudamérica, se definieron seis países con viabilidad de incrementar las compras mexicanas. Destacan los países de la Alianza del Pacífico como opciones en esta región. En 2015, estos tres países, a saber, Chile, Colombia y Perú, importaron en total 12.500 millones de dólares (véase el Cuadro 99).

En vista de que en la metodología se considera el análisis de variables macroeconómicas como el desempeño promedio de los últimos cinco años, el número de oportunidades identificadas puede verse reducido para algunos países, como Brasil y Argentina, cuyos mercados sufrieron crisis en años recientes.

Cuadro 99
Oportunidades de diversificación geográfica, Sudamérica
Millones de dólares

#	País	Calificación	# sub-partidas	Principales productos	Impos totales	Impos origen MX	Part. MX	Región proveedora	Impos origen AN*	Expos totales MX
1	Brasil	4.2	3	Partes para transmisión de voz; partes de turborreactores; aparatos eléctricos 3 productos = 100% del total	5,315	63	1%	Asia - 56%	36%	4,277
2	Colombia	4.2	29	Autos (2); aparatos de medicina; aparatos eléctricos; unidades de proceso; maíz; carne de cerdo congelada; cigarrillos; alimentos infantiles; cerveza 10 productos = 84% del total	4,599	1,027	22%	NA - 51%	51%	69,808
3	Chile	4.2	11	Autos (3); aparatos de transmisión de voz; maíz; cerveza 6 productos = 81% del total	3,669	321	9%	Asia - 49%	24%	49,345
4	Perú	4.1	27	Autos (3); aparatos de transmisión de voz; unidades de proceso; maíz; alimentos infantiles; azúcar de caña; concentrados de café 9 productos = 78% del total	3,432	431	13%	Asia - 45%	34%	98,724
5	Argentina	4.1	1	Partes para aparatos de transmisión de voz	1,783	2	0.1%	Asia - 99%	0.4%	1,693
6	Uruguay	4.1	11	Autos; estructuras de acero; panadería; galletas; cerveza 5 productos = 73% del total	243.4	9.3	4%	Asia - 43%	7%	10,565
					19,041	1,853	10%			

*AN: América del Norte

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

En Oceanía, se identificaron a Australia y Nueva Zelanda que, durante 2015, importaron de la región de América del Norte alrededor de 11% de sus compras y donde la participación actual de México es reducida (véase el Cuadro 100).

Cuadro 100
Oportunidades de diversificación geográfica, Oceanía
Millones de dólares

#	País	Calificación	# sub-partidas	Principales productos	Impos totales	Impos origen MX	Part. MX	Región proveedora	Impos origen AN*	Expos totales MX
1	Australia	4.3	34	Autos (4); aparatos de transmisión de voz; estructuras de acero; aparatos de medicina; unidades de proceso;	29,855	601	2%	Asia - 64%	11%	97,786

				cigarrillos; panadería; cerveza; salsas; alimentos infantiles 13 productos = 79% del total						
2	Nueva Zelanda	4.1	9	Autos (5); partes de turborreactores; carne de cerdo congelada; bananas; frutos congelados 9 productos = 100% del total	2,631	16	1%	Asia - 44%	19%	11,710
					32,487	617	2%			

*AN: América del Norte

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

Por su parte, en África se identificó a Egipto como mercado potencial para dos productos: carrocerías y partes para aparatos de transmisión de voz. Actualmente, dicho país importa de América del Norte el 5% de esos productos (véase el Cuadro 101).

Cuadro 101
Oportunidades de diversificación geográfica, África
Millones de dólares

#	País	Calificación	# sub-partidas	Principales productos	Impos totales	Impos origen MX	Part. MX	Región proveedora	Impos origen AN*	Expos totales MX
1	Egipto	4.0	2	Carrocerías; partes para aparatos de transmisión de voz 2 productos = 100% del total	806	0.4	0.05%	Asia - 63%	5%	7,171

*AN: América del Norte

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

Finalmente, en la región de Centroamérica y El Caribe, destacan cinco países como importadores con oportunidad de incrementar las compras para algunos productos seleccionados en el presente análisis.

Estos países representan un mercado de más de 4 mil millones de dólares, de los cuales México ya representa 16% de las importaciones. Esta región es un mercado natural para consolidar una mayor presencia de productos mexicanos (véase el Cuadro 102).

Cuadro 102
Oportunidades diversificación geográfica, Centroamérica y el Caribe
Millones de dólares

#	País	Calificación	# sub-partidas	Principales productos	Impos totales	Impos origen MX	Part. MX	Región proveedora	Impos origen AN*	Expos totales MX
1	Panamá	4.2	19	Autos (5); estructuras de acero; pañales; cerveza; trigo; uvas; carne de cerdo congelada 11 productos = 95% del total	1,339	140	10%	Asia - 53%	22%	43,814

2	Guatemala	4.1	29	Autos (4); televisores; pañales; juguetes; refrigeradores; salsas; cerveza; cigarrillos; carne de cerdo congelada; uvas 13 productos = 81% del total	1,338	264	20%	NA - 51%	51%	85,897
3	Costa Rica	4.1	20	Autos (3); aparatos de transmisión de voz; refrigeradores; acumuladores de plomo; aparatos eléctricos; panadería; confitería; carne de cerdo congelada; uvas; preparaciones con cacao 12 productos = 91% del total	1,152	171	15%	Asia - 47%	32%	63,169
4	Nicaragua	4.1	21	Autos (2); estaciones base; aparatos de transmisión de voz; pañales; televisores; alimentos infantiles; panadería; salsas; preparaciones con cacao 10 productos = 85% del total	487	97	20%	Asia - 51%	28%	50,368
5	El Salvador	4.1	20	Autos; pañales; aparatos de transmisión de voz; juguetes; refrigeradores; alimentos infantiles; uvas; aguacates; cerveza 9 productos = 65% del total	438	106	24%	NA - 65%	65%	69,538
					4,754	779	16%			

**AN: América del Norte*

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

III. Mapa de oportunidades de diversificación geográfica

A. Ejercicio de validación

Una etapa fundamental para la identificación de mercados atractivos para promover la diversificación geográfica fueron las consultas con representantes de los sectores identificados con el objeto de validar los resultados obtenidos y recibir retroalimentación sobre la viabilidad de las oportunidades identificadas en el estudio.

En este sentido, se han realizado reuniones y conferencias con los ejecutivos de veinte cámaras y asociaciones empresariales. En dichas reuniones, se ha explicado la metodología desarrollada y se han examinado en detalle los productos y mercados obtenidos de manera preliminar (véase el Cuadro 103).

Cuadro 103
Cámaras y asociaciones que han participado en la validación de resultados

#	Sigla	Cámara	Subsector
1	AMEG	Asociación Mexicana de Engordadores de Ganado Bovino	Bovino
2	AMIA	Asociación Mexicana de la Industria Automotriz	Autos ligeros
3	ANFAD	Asociación Nacional de Fabricantes de Aparatos Domésticos	Electrodomésticos
4	ANIAME	Asociación Nacional de Industriales de Aceites y Mantecas Comestibles	Aceites comestibles
5	ANIPAC	Asociación Nacional de Industrias del Plástico	Plástico
6	ANIQ	Asociación Nacional de la Industria Química	Químicos
7	ASCHOCO	Asociación Nacional de Fabricantes de Chocolate, Dulces y Similares	Chocolate y confitería
8	CAMIMEX	Cámara Minera de México	Minerales
9	CANACERO	Cámara Nacional de la Industria del Hierro y del Acero	Hierro y Acero
10	CANAINCA	Cámara Nacional de la Industria de Conservas Alimenticias	Conservas
11	CANAIVE	Cámara Nacional de la Industria del Vestido	Confeción
12	CANAME	Cámara Nacional de Manufacturas Eléctricas	Eléctrico
13	CANAMI	Cámara Nacional de Maíz Industrializado	Maíz
14	CANIETI	Cámara Nacional de la Industria Electrónica de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información	Electrónico
15	CANIFARMA	Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica	Farmacéutico
16	CANIPEC	Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos	Cuidado personal
17	CERVECEROS	Cámara Nacional de la Industria de la Cerveza y de la Malta	Bebidas Alcohólicas
18	CNA	Consejo Nacional Agropecuario	Agropecuario
19	COMECARNE	Consejo Mexicano de la Carne	Cárnicos
20	INA	Industria Nacional de Autopartes	Autopartes

Fuente: elaboración IQOM .

Al cierre de noviembre de 2017, se había llevado a cabo la validación para 102 de los 130 productos seleccionados. En este contexto, se excluyeron 20 subpartidas a petición de las cámaras y asociaciones consultadas (véase el Gráfico 48).

Gráfico 48
Validación de productos con cámaras y asociaciones
Número de subpartidas, porcentaje



Fuente: elaboración IQOM.

*28 subpartidas restantes: 8 subpartidas por validar y 20 subpartidas no validadas.

A continuación, se presenta un breve resumen de la validación obtenida por las cámaras y asociaciones empresariales para los sectores identificados con oportunidad.

i. Principales mensajes: sector automotriz

En la actualidad, México exporta a más de 60 países. El 80% de la producción nacional se exporta y el 77% de este volumen se envía al mercado estadounidense. Otras regiones productoras son Europa (Europa del Este y Turquía) y Asia (China, India, Vietnam, Malasia y Japón).

Los corporativos determinan dónde producir y hacia dónde enviar los bienes. Sin embargo, se estima poco probable que se den cambios sustanciales en las exportaciones de este sector debido a la alta integración del mercado de Norteamérica. Los aranceles NMF en Estados Unidos son bajos en el caso de los automóviles.

En caso de un mayor proteccionismo por parte de Estados Unidos existe un producto para el cual habría que diversificar los destinos de exportación: los camiones ligeros o *pick ups*. En 2015, México destinó el 77% del volumen de sus exportaciones a Estados Unidos. En ausencia del TLCAN, la importación de dichos productos está sujeta a un pago de 25% del denominado "*chicken tax*".

En ese sentido, a la fecha no se han identificado barreras arancelarias significativas a la importación de este tipo de vehículos en los mercados analizados.

ii. Principales mensajes: sector autopartes

El sector de autopartes está altamente integrado a nivel regional. Existen tres zonas manufactureras regionales de bajo costo:

- Europa del Este – Europa
- México – América del Norte
- China y Taiwán – Japón y Corea

En este sentido, Estados Unidos es vendedor de autos y México, su fabricante y proveedor de autopartes.

Europa no es viable si se considera que su proveedor de bajo costo es Europa del Este. Por su parte, algunos productores asiáticos reciben beneficios por parte del gobierno para incentivar la producción local (tales como una reducción de los costos del acero, el aluminio o la energía). Asimismo, los fletes y los tiempos de tránsito influyen en la decisión de los mercados de exportación. Aun cuando en materia de costos podrían ser similares, la distancia es un factor decisivo (“just in time”¹⁰).

Los mercados naturales para la exportación de productos mexicanos son los países de América, como Canadá, Centroamérica, Colombia, Chile, Perú, aunque la demanda no sea equiparable con la de Estados Unidos.

Por lo que respecta a la existencia de barreras no arancelarias en los mercados validados, se estima que podrían tratarse de normas; sin embargo, los productos mexicanos pueden a cualquier normatividad. De este modo, se considera que la oportunidad de diversificación geográfica consiste en incrementar las cadenas de valor a nivel del TLCAN para ser más competitivos como bloque en el resto del mundo.

iii. Principales mensajes: sector electrónico

¹⁰ Se refiere a un sistema de organización de producción que permite reducir costos (de inventario por ejemplo) a partir de la producción de las cantidades que se necesitan en el tiempo que se necesitan.

México es el centro manufacturero de Norteamérica por su posición geográfica y sus bajos costos. Prácticamente la totalidad de la producción nacional se envía al mercado estadounidense, desde donde se reexporta a otros países. El producto remanente se envía a Sudamérica y a Europa.

Los productos identificados son los ganadores del sector; no obstante, la elección del destino de las exportaciones es una decisión del corporativo o dueño de la marca, no de la empresa mexicana. Los productos fabricados en México cumplen con las normas estadounidenses y europeas.

Cabe señalar que varios de los mercados detectados como alternativas viables, previa decisión de las oficinas matrices o corporativos, toda vez que la manufactura se hace con insumos, partes y componentes en consignación y propiedad del residente en el extranjero.

En el caso de Europa, la exportación no tendría potencial, dado que tiene como proveedor a los países del Este. Por su parte, los países asiáticos identificados son líderes en el mundo.

iv. Principales mensajes: sector eléctrico

Actualmente, las exportaciones mexicanas se destinan a Estados Unidos por la cercanía y el conocimiento del mercado. El costo del transporte y los tiempos de traslado son factores que pueden provocar la pérdida de competitividad. Es complicado incursionar en la región asiática debido a la fuerte competencia de los países vecinos. Australia puede ser un mercado potencial mediante el CPTPP.

En el caso de las barreras no arancelarias en los mercados validados radican en las especificaciones técnicas, calidad y voltaje que varían en cada mercado. Sin embargo, no existe dificultad en su cumplimiento para el exportador mexicano.

Se sugiere enfocar esfuerzos a mercados cercanos como Centroamérica y Sudamérica.

v. Sector electrodomésticos

Refrigeradores

La producción de refrigeradores se divide en centros manufactureros regionales. La industria está conformada por grandes jugadores mundiales con inversiones en todas las regiones. Por las dimensiones del producto, el costo logístico es un factor decisivo.

Las oportunidades de exportación a mercados europeos radican en la identificación de nichos que no puedan ser atendidos por la proveeduría regional. Centroamérica y algunos países de Sudamérica son mercados naturales en los cuales se podría incrementar la presencia de productos mexicanos para competir con la producción local y aquella de origen chino.

Las barreras no arancelarias de las cuales se tiene conocimiento se refieren a temas normativos. México está alineado a las normas internacionales, y aplica como referencia de norma de seguridad a la UE y a Estados Unidos en el caso de energía. En ese sentido, incrementar la participación en Centroamérica y Sudamérica es una oportunidad para elevar el estándar de seguridad actual en dichos mercados.

Aires acondicionados

En el mundo existen dos tipos de aires acondicionados: los de uso residencial y los de uso comercial o industrial. Se estima que el 90% de las exportaciones mexicanas de este producto son de tipo industrial y se destinan al mercado norteamericano. China, Corea del Sur y Japón abastecen al segmento residencial en Estados Unidos.

Actualmente, las inversiones en el mercado mexicano son propiedad de empresas transnacionales que han visto en México las condiciones idóneas para acceder al mercado estadounidense. Dado que se considera un producto con gran volumen e importantes cantidades de aire en su interior, su traslado es costoso. Por esta razón, las empresas tienen presencia en Europa y Asia desde donde abastecen a los distintos mercados cercanos.

A pesar de que los productos asiáticos cuentan con el precio y las especificaciones requeridas, no gozan de la confianza del consumidor estadounidense, por lo que en caso

de un incremento en los aranceles de Estados Unidos, lo asumiría directamente trasladado al consumidor.

Asimismo, el destino de los envíos al extranjero no lo decide la empresa mexicana sino el corporativo, por lo que la elección de los mercados destino depende totalmente de la empresa transnacional: exportaciones indirectas.

En temas de eficiencia energética, solo Colombia, México y Estados Unidos tienen regulación en la materia. Este no es el caso para el resto de Centroamérica y Sudamérica, por lo que existe una depredación de precios al interior de los mercados.

Muebles para baño

La producción nacional de este tipo de productos está enfocada a la exportación; cada año se fabrican alrededor de 33 millones de piezas, y la demanda del mercado nacional asciende únicamente a 9 millones.

La elaboración de productos cerámicos de uso sanitario es intensiva en mano de obra. Por tal motivo, Estados Unidos ha migrado sus plantas a México. De igual manera, hay productores nacionales que participan activamente en el mercado estadounidense; en este sentido, la ciudad de Monterrey se ha convertido en un polo cerámico.

Por las dimensiones del producto, es difícil que recorra largas distancias, por lo que la oportunidad es viable únicamente si los destinos seleccionados son mercados que no cuentan con fabricantes nacionales o donde el costo de la mano de obra sea elevado.

El principal competidor del producto mexicano es el fabricado en China, debido al bajo costo de la mano de obra y a las facilidades que otorga el Gobierno a los fabricantes. Están especializados en lavabos tipo “*bowl*” y sanitarios de una pieza. En cambio, son menos competitivos en sanitarios de dos piezas y lavabos normales.

Japón tiene producción local, pero la mayoría de las empresas niponas tiene plantas en China, desde donde abastecen el mercado nacional. En el caso de Europa, los fabricantes han migrado su producción a Europa Oriental. Sin embargo, los mercados de Oriente Medio tienen gran potencial al no ser atendidos por Europa.

Si cambiaran las reglas del juego en el TLCAN, los fabricantes establecidos en México consideran que la situación no sufriría grandes cambios, a menos que el consumidor final se viese afectado por el incremento en los precios.

En cuestión de barreras no arancelarias, los países desarrollados regularmente requieren normas de calidad, etiquetado y consumo eficiente de agua; sin embargo, en los países no desarrollados la normatividad para estos productos es nula.

vi. Sector acero y sus manufacturas

Los sectores acereros son nichos de gran competencia en el mundo. Al tratarse de la base de la manufactura, en casi todos los países, los productores nacionales se están protegiendo de la competencia extranjera. Por ejemplo, América Latina es muy eficiente en la imposición de barreras no arancelarias para proteger su sector. En este sentido, la tendencia actual es invertir en plantas locales para abastecer el mercado doméstico.

Dependiendo del tipo de su manufactura, para algunos productos de exportación, la ubicación geográfica es un factor decisivo debido al costo del transporte.

De los mercados detectados, Noruega, Chile y Panamá son destinos viables por tratarse de mercados en crecimiento, mientras que se debe excluir Nicaragua, ya que no se tiene conocimiento de proyectos importantes de extracción de gas que permitan presumir la existencia de una oportunidad para las exportaciones mexicanas.

vii. Sector agropecuario-agroindustrial

Frescos

Actualmente, cerca de la mitad de las exportaciones mexicanas del sector agropecuario y agroindustrial corresponden a frutas y hortalizas.

Aun cuando no es fácil abrir nuevos mercados para este tipo de productos, existe gran oportunidad de exportación hacia los mercados europeos y asiáticos. Las oportunidades

podrán ser más atractivas si se concluyen las negociaciones comerciales en curso, dado que se busca la apertura de mercados anteriormente excluidos para el sector, a saber:

- la modernización TLCUEM
- la modernización AELC
- la negociación de CPTPP

Un factor que impacta de manera importante en las decisiones de exportación de las empresas mexicanas son las barreras no arancelarias —tales como reglamentos técnicos, fitosanitarios y de sanidad—, que varían de acuerdo con cada producto y mercado de interés.

Cerveza

Actualmente, las exportaciones de la cerveza producida en México se encuentran bien diversificadas. Sin embargo, los países de Centroamérica no representan gran oportunidad, dado que recientemente se adquirieron plantas locales para proveer precisamente al mercado doméstico, particularmente para abastecer el segmento “*mainstream*” (Costa Rica, El Salvador, Panamá). Los países de Europa son mercados maduros. Su demanda se está sofisticando, por lo que está incrementando las compras del segmento “*premium*”.

Conservas alimenticias

Se estima que el 85% de las exportaciones mexicanas de conservas alimenticias se destina al mercado estadounidense, por tratarse del mercado tradicional, debido a la cercanía, la facilidad de transporte y el bajo nivel arancelario. Por lo expuesto anteriormente, un incremento en sus aranceles NMF no repercutiría de manera importante en los envíos.

La legislación europea es muy estricta en materia de importación de conservas alimenticias. Actualmente, se están negociando mejores condiciones para el acceso de productos mexicanos, ya que cumplen con los estándares requeridos.

En el caso de envíos al mercado japonés, debe considerarse el costo del transporte, pues al tratarse de productos pesados, la mercancía viaja por barco y no por avión,

incrementando de manera importante el precio al consumidor final. Por su parte, el mercado musulmán representa una gran oportunidad por su alto valor adquisitivo.

Otros productos además de los identificados en el estudio, como la pimienta, el orégano, el atún y los chiles habaneros, están apostando por la diversificación de mercados.

viii. Sector cuidado personal

Actualmente, México ocupa la posición 12 como productor mundial de productos de cuidado personal. Las subpartidas identificadas corresponden a las principales mercancías exportadas del sector; por ejemplo, en México se ubica la planta de navajas para rasurar más grande del mundo. Sin embargo, las decisiones sobre la elección de los mercados destino corresponden al corporativo. Por su parte, en relación con los mercados identificados, se debe considerar que las marcas globales producen en Europa del Este la mercancía que atenderá a la región europea. La industria mexicana importa tendencias de Europa y las exporta a Estados Unidos, Centro y Sudamérica.

Las exportaciones mexicanas de productos cosméticos se encuentran diversificadas. Se estima que México destina a la región TLCAN alrededor de 1.500 millones de dólares, mientras que cerca de 1.000 millones de dólares se envían a la región de la Alianza del Pacífico y Mercosur. En caso de un mayor proteccionismo por parte de Estados Unidos, el impacto arancelario se trasladaría directamente en incrementos de precios al consumidor.

Finalmente, se ha informado que no se conocen barreras no arancelarias importantes para los mercados validados.

ix. Sector plástico

Estados Unidos es el principal socio comercial de México. Las ventas externas mexicanas se han concentrado en dicho mercado debido a su cercanía y a las condiciones de acceso actuales (alrededor del 60% de los envíos se destinan a Estados Unidos); sin embargo, su consumo se ha visto reducido en años recientes, obligando a los productores mexicanos a explorar nuevos mercados. En este sentido, países latinoamericanos y asiáticos han incrementado las compras de productos mexicanos.

En México existen empresas trasnacionales que actualmente exportan a sus empresas matrices y filiales. Sin embargo, existen varias empresas micro que no tienen la capacidad de proveer la mercancía en el volumen y calidad necesarios.

Finalmente, la asociación manifestó que no tiene conocimiento de barreras no arancelarias que dificulten el acceso de productos mexicanos a los mercados identificados.

x. Sector vestido (pantalones de algodón)

Gran parte de la producción mexicana se envía al mercado de Estados Unidos, ya que México es su centro manufacturero. En este sentido, el destino de la mercancía lo deciden los dueños de las marcas. Existen oportunidades de incrementar la presencia en mercados de Centroamérica y Sudamérica debido a la cercanía y también porque se reconoce la calidad de los productos fabricados en México.

En relación con la validación de los mercados detectados, se ha confirmado que el mercado europeo actualmente está siendo abastecido por países más cercanos o con mejores condiciones de acceso, como China, India, Pakistán y Turquía. Tampoco se visualizan oportunidades de exportación a Japón, dado que varias inversiones japonesas se han instalado a territorio chino para disminuir costos y proveer desde ahí al mercado nipón (se estima que alrededor del 70% del abasto del mercado japonés proviene de China).

En el caso de Australia, las oportunidades se ven limitadas por el tamaño de su mercado, así como por los costos logísticos que implicarían el transporte de la mercancía. Debe considerarse también que la demanda es actualmente abastecida por China, dada la relación comercial existente entre ambos países.

xi. Sector farmacéutico

El mercado natural para las exportaciones mexicanas del sector farmacéutico es Estados Unidos debido a que se han establecido empresas internacionales en México, particularmente en la franja norte, donde se han especializado en la manufactura de instrumentos y dispositivos médicos. Por tal motivo, las empresas en México no tienen control sobre el destino de las exportaciones; esta decisión recae en los corporativos, quienes dictan que el principal destino sea Estados Unidos.

Se considera que existen oportunidades para incrementar la presencia de dispositivos médicos mexicanos en mercados como África, Europa y Turquía. Es el caso contrario a los países de la región asiática, ya que estos cuentan con producción regional a precios competitivos, además de la ventaja que les ofrece la cercanía geográfica frente a países como México.

Las barreras no arancelarias a las que podrían enfrentarse los productos mexicanos se refieren principalmente a registros sanitarios, certificados de buenas prácticas comerciales y normas de etiquetado. Mercados como Japón, Canadá, Suiza o Australia requieren que los productos cumplan estándares y normas de calidad altos. En Chile, por ejemplo, las normas existentes son más laxas.

B. Principales resultados validados

El ejercicio de validación con las cámaras y asociaciones descrito anteriormente ha permitido confirmar la viabilidad en 18 países en el caso del sector agropecuario, 22 para el agroindustrial y 25 para los productos industriales¹¹. Las compras de estos mercados ascendieron a 358.217 millones de dólares para 102 productos validados (véase el Cuadro 104).

Cuadro 104 Oportunidades validadas de diversificación geográfica. Análisis por sector, 2015 Millones de dólares

¹¹ Para la identificación de los mercados con viabilidad de exportación, se eliminaron del ejercicio aquellos países en donde México es actualmente proveedor de, al menos, 80% de las importaciones realizadas durante 2015.

No.	Sector	# países	# sub-partidas	Impos mercados potenciales	Impos origen MX	Part. MX	Expos MX
1	Agropecuario	18	30	25,367	803	3.2%	13,601
2	Agroindustrial	22	15	56,287	1,426	2.5%	8,421
3	Industrial	25	57	276,564	15,121	5.5%	146,993
	Total	102	102	358,217	17,350	4.8%	169,015

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

Desagregando por sector, las mayores oportunidades se presentan en el sector de frutas (16 países), seguidos por las hortalizas y la carne (8 países cada uno) (véase el Cuadro 105).

Cuadro 105
Oportunidades validadas de diversificación geográfica. Sector agropecuario, 2015
Millones de dólares

#	Cap.	Descrip.	# países	# sub-partidas	Tipo de productos	Impos mercados	Impos origen MX	Part. MX	Expos totales MX
1	08	Frutas y nueces	16	14	Aguacates; mangos; limones; sandías; fresas; zarzamoras; fresas congeladas; frutos congelados; nueces nogal con cáscara; nueces nogal sin cáscara; bananas; uvas; melones; moras	25,534	711	3%	5,858
2	07	Vegetales	8	10	Tomates; cebollas; coliflores; pepinos; chiles; calabazas; garbanzos; espárragos; hortalizas frescas; hortalizas congeladas	14,099	328	2%	5,425
3	02	Carne	8	2	Carne de res, fresca o refrigerada; carne de cerdo congelada	8,061	258	3%	610
4	03	Pescados	7	1	Camarones y langostinos, congelados	5,016	8	0.2%	339
5	10	Cereales	3	1	Trigo durum	1,754	16	1%	333
6	04	Productos de origen animal	5	1	Miel natural	1,283	106	8%	153
7	01	Animales vivos	1	1	Bovinos domésticos	541	-	0%	885
		Total	30	30	-	56,287	1,426	3%	13,601

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

En el caso del sector agroindustrial, destacan por el valor de importación de los mercados detectados el cacao y sus preparaciones, el tabaco y las preparaciones alimenticias. Para los 15 productos validados de este sector, se detectó una demanda superior a 25 mil millones de dólares (véase el Cuadro 106).

Cuadro 106

Oportunidades validadas de diversificación geográfica. Sector agroindustrial, 2015
Millones de dólares

#	Cap.	Descrip.	# países	# sub-partidas	Tipo de productos	Impos mercados	Impos origen MX	Part. MX	Expos totales MX
1	18	Cacao y sus preparaciones	6	1	Preparaciones alimenticias con cacao	7,392	49	1%	366
2	24	Tabaco	5	1	Cigarrillos	4,401	5	0.1%	172
3	19	Productos de cereal, harina o leche; pastelería	14	4	Productos de panadería; preparaciones para alimentación infantil; galletas dulces; cereales	4,370	134	3%	1,331
4	21	Preparaciones alimenticias	12	3	Salsas; concentrados de café; levaduras vivas	3,795	74	2%	502
5	20	Preparaciones de hortalizas y frutos	10	3	Frutos conservados; jugo de naranja congelado; hortalizas conservadas en vinagre	2,868	114	4%	657
6	22	Bebidas	12	2	Cerveza; tequila - mezcal	2,510	421	17%	4,824
7	17	Azúcar y sus productos	1	1	Confitería (incluye chocolate blanco)	30	5	16%	568
Total			15	-	-	25,367	803	3%	8,421

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

El equipo eléctrico sobresale en el sector industrial por el número de mercados detectados (15) y por el número de productos validados (21). En 2015, las importaciones de estos mercados ascendieron a 128 mil millones de dólares, siendo la participación de México del 5% del total importado (véase el Cuadro 107).

Cuadro 107
Oportunidades validadas de diversificación geográfica. Sector industrial, 2015
Millones de dólares

#	Cap.	Descrip.	# países	# sub-partidas	Tipo de productos	Impos mercados	Impos origen MX	Part. MX	Expos Totales MX
1	85	Equipo eléctrico	15	21	Aparatos y partes de comunicación y telecomunicación; televisores; arneses; acumuladores, conductores, condensadores y soportes eléctricos; motores y generadores; apar. de radionavegación, de radiotelemando; altavoces; estaciones base	128,998	6,041	5%	54,034
2	84	Máquinas y aparatos mecánicos	12	8	Unidades de proceso y memoria; partes para motores; refrigeradores; apar. para filtrar gases; compresores; secadoras	43,029	2,856	7%	27,332
3	26	Minerales	4	3	Cobre; plomo; cinc	40,991	1,973	5%	3,073
4	90	Equipo óptico, de medición y médico	14	5	Aparatos de medicina; velocímetros; apar. para regulación o control	21,606	1,772	8%	11,071
5	95	Juguetes	6	1	Juguetes	18,480	217	1%	992
6	87	Vehículos y sus partes	11	10	Autos para el transporte de mercancías; carrocería; airbags; sistemas de dirección; ejes; frenos; suspensiones; ruedas	15,877	1,280	8%	38,031
7	39	Plástico y manufacturas	4	1	Envases y dispositivos de cierre de plástico	3,048	17	1%	202
8	94	Mobiliario y alumbrado	1	1	Partes para asientos	1,685	744	44%	7,516
9	73	Manufacturas de hierro y acero	6	2	Tubos para extracción de petróleo; estructuras para la construcción	1,673	30	2%	1,415
10	62	Prendas de vestir	4	1	Pantalones de algodón para hombres o niños	566	78	14%	1,372
11	29	Químicos orgánicos	1	1	Ácido tereftálico y sus sales	332	-	0%	491

#	Cap.	Descrip.	# países	# sub-partidas	Tipo de productos	Impos mercados	Impos origen MX	Part. MX	Expos Totales MX
12	69	Productos de cerámica	4	1	Productos de cerámica para usos sanitarios	150	45	30%	465
13	82	Herramientas de metales comunes	2	1	Navajas y máquinas de afeitar	80	44	55%	425
14	33	Perfumería, cosméticos	3	1	Preparaciones capilares	48	26	54%	572
Total			57		-	276,564	15,121	5%	146,993

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

El ejercicio de validación proporciona resultados similares a la fase preliminar: Europa y Asia concentran el mayor número de productos y mercados con oportunidad (véase el Cuadro 108).

Cuadro 108
Oportunidades validadas de diversificación geográfica, análisis por región
Millones de dólares

No.	Región	# países	# subpartidas	Impos mercados	Impos Origen MX	Part. MX	Expos totales MX
1	Europa	4*	58	237,467	5,215	2%	84,745
2	Asia	7	42	48,255	1,940	4%	28,290
3	Canadá	1	66	44,932	8,357	19%	122,708
4	Oceanía	2	26	11,451	521	5%	64,250
5	Sudamérica	6	39	9,518	802	8%	75,526
6	Medio Oriente	4	14	4,601	180	4%	28,189
7	Centroamérica y el Caribe	5	38	1,993	336	17%	63,650
Total		29	-	358,217	17,350	5%	-

*La Unión Europea está contabilizada como un solo país.

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

En la región de Europa, 31 países (4 si se considera a la UE como un solo país) representan un mercado de más de 237 mil millones de dólares y de los cuales México solo representa el 2% de las importaciones. Por país, la UE representa la mayor oportunidad por el valor de sus importaciones, actualmente, México tiene una participación poco significativa en dicho mercado.

Para los mercados validados, aun cuando la mayor parte de la proveeduría es intrarregional o proveniente de Asia, se podrían explorar espacios aprovechando las facilidades de preferencias arancelarias otorgadas al amparo del TLCUEM, la AELC o que actualmente están siendo negociadas en sus respectivos procesos de modernización (véase el Cuadro 109).

Cuadro 109
Oportunidades validadas de diversificación geográfica, Europa

Millones de dólares

#	País	# sub-partidas	Principales productos	Impos totales	Impos origen MX	Part. MX	Región proveedora	Impos origen AN*	Expos totales MX
1	UE – 28	53	Apar. comunicación/telecomunicación y partes; unidades de memoria y proceso; juguetes; soportes eléctricos; ameses; chocolate; bananas; tomates; camarones congelados; uvas; carne de res refrigerada; chiles; café 15 productos = 69% del total	230,054	5,051	2%	Europa - 51%	9%	74,264
2	Suiza	21	Apar. comunicación/telecomunicación; aparatos de medicina; unidades de memoria y proceso; conductores eléctricos; prod. de panadería; cerveza; bananas; camarones congelados; mangos; limones; mora azul 12 productos = 87% del total	5,129	107	2%	Europa - 55%	14%	52,091
3	Rusia	2	Unidades de memoria; unidades de proceso	1,778	50	3%	Asia - 60%	9%	17,456
4	Noruega	9	Tubos para extracción de petróleo; fresas; aguacates; mora azul; zarzamoras; nueces de nogal; mangos; pepinos; miel 9 productos = 100% del total	506	7	1%	Asia - 45%	7%	5,460
				237,467	5,215	2%			

*AN: América del Norte

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

Por su parte, como resultado del proceso de validación de mercados, se han reducido las opciones de diversificación de la región asiática a siete países. En 2015, las importaciones de esos mercados para los productos potenciales fueron superiores a 48 mil millones de dólares. En esa región, los productos mexicanos del sector agropecuario y agroindustrial tienen gran potencial para incrementar su presencia.

China y Japón destacan por el tamaño de sus compras externas y debido a que la proveeduría de los productos detectados actualmente procede de fuera de la región, en particular, del continente americano. Esto representaría una importante oportunidad para los productos mexicanos de afianzar su presencia aprovechando las facilidades comerciales negociadas con Japón o mediante la intensificación de envíos a China (véase el Cuadro 110).

Cuadro 110
Oportunidades validadas de diversificación geográfica, Asia
Millones de dólares

#	País	# sub-partidas	Principales productos	Impos totales	Impos origen MX	Part. MX	Región proveedora	Impos origen AN*	Expos totales MX
1	China	6	Minerales de cobre; carne de cerdo congelada; cerveza; mora azul, nueces de nogal con y sin cáscara 6 productos = 100% del total	21,087	1,012	5%	Sudamérica - 46%	14%	5,212
2	Japón	25	Minerales de cobre; aparatos de medicina; jeringas; minerales de cinc; cigarrillos; carne de cerdo congelada; bananas; hortalizas congeladas; salsas; frutos conservados; nueces de nogal; frutos congelados 12 productos = 95% del total	20,169	894	4%	Norteamérica - 25%	25%	17,644
3	Corea del Sur	14	Carne de cerdo congelada; camarones congelados; bananas; prod. de panadería; uvas 5 productos = 74% del total	3,112	12	0.4%	Asia - 36%	25%	3,868
4	Hong Kong	7	Envases de plástico; carne de cerdo congelada; uvas; prod. de panadería; cerveza; nueces de nogal; aguacates 7 productos = 100% del total	1,682	11	1%	Asia - 41%	15%	6,929
5	Singapur	17	Cigarrillos; hortalizas frescas; camarones congelados; uvas; cebollas 5 productos = 77% del total	1,155	0	0.03%	Asia - 79%	5%	8,508
6	Indonesia	1	Bovinos domésticos	541	-	0%	Oceanía - 100%	0%	885
7	Turquía	2	Ácido tereftálico; jeringas 2 productos = 100% del total	510	11	2%	Asia - 54%	11%	3,112
				48,255	1,940	4%			

*AN: América del Norte

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

A lo largo de los años, Canadá ha sido un importante socio comercial debido a que es un mercado natural por su cercanía geográfica y a que actualmente es el segundo destino de las exportaciones mexicanas. Ante un escenario de mayor proteccionismo en Estados Unidos, se vuelve cada vez más trascendente mantener y fortalecer la relación comercial con dicho país.

En este sentido, en 2015, se validaron oportunidades para 66 productos, tanto del sector agropecuario como industrial, con un valor de importación correspondiente a 44.935 millones de dólares, de los cuales 69% actualmente proviene de la zona TLCAN, y donde México únicamente participa con 19% (véase el Cuadro 111).

Cuadro 111
Oportunidades validadas de diversificación geográfica, Canadá
Millones de dólares

#	País	# sub-partidas	Principales productos	Impos totales	Impos origen MX	Part. MX	Región proveedora	Impos origen AN*	Expos totales MX
1	Canadá	66	Carrocería; apar. comunicación/telecomunicación; frenos; unidades de proceso; partes para motores; prod. de panadería; chocolate; salsas; uvas; cereales; bananas; camarones congelados 12 productos = 39% del total	44,932	8,357	19%	Norteamérica - 69%	69%	122,708

*AN: América del Norte

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

En relación con las oportunidades en Medio Oriente, se validaron cuatro mercados. En cuanto a los productos seleccionados, en 2015, la demanda de esa región ascendió a cerca de 5 mil millones de dólares. Entre ellos, destacan países como Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos, por el número de productos y el nivel de sus importaciones. Los exportadores nacionales han explotado poco la región, aunque ya se registran envíos de productos de origen mexicano (véase el Cuadro 112).

Cuadro 112
Oportunidades validadas de diversificación geográfica, Medio Oriente
Millones de dólares

#	País	# sub-partidas	Principales productos	Impos totales	Impos origen MX	Part. MX	Región proveedora	Impos origen AN*	Expos totales MX
1	Arabia Saudita	3	Autos de carga; apar. de medicina; preparaciones infantiles 3 productos = 100% del total	2,450	86	4%	Asia - 49%	17%	20,195
2	Emiratos Árabes Unidos	8	Autos de carga; prod. de panadería; camarones congelados; tomates; cebollas; hortalizas frescas; uvas; limones 8 productos = 100% del total	1,729	24	1%	Asia - 53%	6%	7,351
3	Kuwait	1	Autos de carga	274	69	25%	Asia - 50%	46%	14,797
4	Israel	3	Chocolate; café; levaduras vivas 3 productos = 100% del total	149	1	1%	Europa - 72%	3%	642
				4,601	180	4%			

*AN: América del Norte

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

Por lo que respecta a Sudamérica, se validaron seis mercados con oportunidad para intensificar las exportaciones mexicanas. Aunque la demanda en esta región no es equiparable con la de países como Estados Unidos, México puede aprovechar los TLC que ha suscrito con cuatro países a fin de redistribuir su oferta.

Tal como se observa en el Cuadro 113, aún existe margen para incrementar la participación de México en las importaciones de los productos seleccionados en la región de Sudamérica, particularmente en los países de la Alianza del Pacífico.

Cuadro 113
Oportunidades validadas de diversificación geográfica, Sudamérica
Millones de dólares

#	País	# sub-partidas	Principales productos	Impos totales	Impos origen MX	Part. MX	Región proveedora	Impos origen AN*	Expos totales MX
1	Brasil	1	Partes para apar. de comunicación/telecomunicación	2,797	41	1%	Asia - 92%	3%	1,693
2	Chile	8	Autos de carga; apar. comunicación/telecomunicación; unidades de proceso; aparatos de medicina; estructuras para construcción de acero; máquinas de afeitar; cerveza; levaduras vivas 8 productos = 100% del total	2,326	301	13%	Asia - 43%	35%	42,595
3	Argentina	1	Partes para apar. de comunicación/telecomunicación	1,783	2	0.1%	Asia - 92%	0.4%	1,693
4	Colombia	22	Apar. de medicina; unidades de proceso; partes para apar. comunicación/telecomunicación; sistemas de recepción satelital; carne de cerdo congelada; cigarrillos; preparaciones infantiles; cerveza; camarones congelados; salsas 10 productos = 67% del total	1,348	274	20%	Norteamérica - 42%	42%	39,292
5	Perú	19	Apar. comunicación/telecomunicación y partes; unidades de proceso; estructuras para construcción de acero; preparaciones infantiles; café 6 productos = 62% del total	1,149	178	16%	Asia - 51%	29%	56,631
6	Uruguay	6	Estructuras para construcción de acero; pantalones de algodón; monitores; prod. de panadería; galletas; cerveza 6 productos = 100% del total	114	6	5%	Sudamérica - 51%	8%	7,045
				9,518	802	8%			

*AN: América del Norte.

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

La región de Oceanía, Australia y Nueva Zelanda tiene poca presencia de exportaciones mexicanas. En ese sentido, la región representa gran potencial para incrementar la presencia mexicana para los productos detectados cuyo costo de transporte no sea un factor decisivo.

En 2015, Australia importó alrededor de 11 mil millones de dólares para los 24 productos identificados. De este monto, 23% proviene de Norteamérica, mientras que la participación de México es reducida (5%) (véase el Cuadro 114).

Cuadro 114
Oportunidades validadas de diversificación geográfica, Oceanía

Millones de dólares

#	País	# sub-partidas	Principales productos	Impos totales	Impos origen MX	Part. MX	Región proveedora	Impos origen AN*	Expos totales MX
1	Australia	24	Apar. de comunicación/telecomunicación; aparatos de medicina; unidades de proceso; soportes eléctricos; apar. para filtrar gases; cigarrillos; prod. de panadería; cerveza; salsas; preparaciones infantiles 10 productos = 68% del total	10,683	519	5%	Asia - 53%	23%	60,963
2	Nueva Zelanda	4	Autos de carga; bananas; frutos congelados; jugo de naranja congelado 4 productos = 100% del total	768	2	0.2%	Asia - 88%	1%	3,595
				11,451	521	5%	-	-	-

*AN: América del Norte

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

Finalmente en Centroamérica y el Caribe se validaron cinco mercados, esta región representa una oportunidad natural por su cercanía geográfica con México. En conjunto, el mercado de la región tiene un valor de aproximadamente 2 mil millones de dólares, de los cuales México participó con 17%, equivalentes a envíos por 366 millones de dólares en 2015 (véase el Cuadro 115).

Cuadro 115

Oportunidades validadas de diversificación geográfica, Centroamérica y El Caribe
Millones de dólares

#	País	# sub-partidas	Principales productos	Impos totales	Impos origen MX	Part. MX	Región proveedora	Impos origen AN*	Expos totales MX
1	Guatemala	16	Autos de carga; televisores; refrigeradores; apar. de medicina; salsas; cigarrillos; carne de cerdo congelada; uvas; chocolate; frutos conservados 10 productos = 82% del total	611	153	25%	Norteamérica - 44%	44%	33,451
2	Nicaragua	17	Autos de carga; estaciones base para telecomunicaciones; apar. comunicación/telecomunicación; preparaciones infantiles; prod. de panadería; salsas; chocolate; hortalizas conservadas en vinagre 8 productos = 78% del total	409	56	14%	Asia - 57%	22%	33,674
3	Panamá	11	Estructuras para construcción de acero; autos de carga; trigo; uvas; carne de cerdo congelada 5 productos = 93% del total	406	16	4%	Europa - 44%	12%	8,558
4	Costa Rica	10	Apar. de comunicación/telecomunicación; prod. de panadería; confitería; uvas; chocolate 5 productos = 74% del total	352	44	12%	Norteamérica - 39%	39%	20,122
5	El Salvador	13	Apar. de comunicación/telecomunicación; juguetes; refrigeradores; preparaciones infantiles; uvas; tequila-mezcal 6 productos = 56% del total	215	67	31%	Norteamérica - 60%	60%	30,722
				1,993	336	17%			

*AN: América del Norte

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

C. Otros productos con oportunidad de diversificación geográfica

El resultado del ejercicio de validación realizado y descrito en el apartado anterior permite concluir que en varios de los sectores analizados, la decisión sobre los mercados de exportación se define a nivel corporativo en el extranjero.

En este sentido, para ampliar las opciones de diversificación geográfica, se realizó un ejercicio adicional que permitió identificar productos con menor valor de exportación pero con experiencia probada en mercados extranjeros. Sobre la base del análisis inicial, se seleccionaron aquellas subpartidas con valores de exportación de entre 10 y 100 millones de dólares y con calificación superior a 3.

Cabe mencionar que los productos seleccionados en este nuevo ejercicio no fueron validados con los representantes de las cámaras y asociaciones correspondientes, por lo que se sugiere realizar esta actividad en una segunda fase con el objeto de confirmar el verdadero potencial de las oportunidades obtenidas en esta sección.

Asimismo, con la finalidad de conocer el perfil de las empresas fabricantes para estos nuevos productos, se identificaron algunas compañías que actualmente participan en los envíos mexicanos al exterior. Se puede observar que, con estas nuevas condiciones, prevalecen empresas de tamaño mediano que no dependen de decisiones de empresas transnacionales para seleccionar sus mercados de exportación.

En el caso del sector agropecuario, el análisis proporcionó 38 productos con oportunidad, y cuyas exportaciones, en 2015, ascendieron a 1.272 millones dólares. Entre ellos destacan ciertos tipos de carne de res, pescados, leche en polvo; vegetales, como coles, lechugas y zanahorias; y frutas, como cocos, plátanos para cocinar, papayas, y naranjas (véase el Cuadro 116).

Cuadro 116
Distribución sectorial de los nuevos productos analizados, sector agropecuario
Número de subpartidas, millones de dólares

#	Cap.	Descripción	#	Tipo de productos	Empresas exportadoras mexicanas
---	------	-------------	---	-------------------	---------------------------------

			sub-partidas		
1	02	Carne	3	Carne de res congelada, deshuesada y sin deshuesar; despojos comestibles	SUKARNE, CONSORCIO INTERNACIONAL DE CARNES; GRUPO AGRO INDUSTRIAL ARIAS; PRADERAS HUASTECAS; CONSORCIO DIPCEN ; GRUPO GUSI; RANCHO EL 17
2	03	Pescados	8	Pescados; filetes; camarones; pulpos	GRUPO GANZO; ACUAGRANJAS DOS LAGOS; PINSA CONGELADOS; COMERCIAL OCEANICA; EMPACADORA PROMARMEX ; ATLANTIDA DEL SUR; CONGELADORA VELAZQUEZ; EMPACADORA PROMARMEX; PINSA CONGELADOS; PRODUCTOS MARINOS ABC; PULMERO; MAYAN SEA FOOD
3	04	Productos de origen animal	1	Leche en polvo	ILAS MEXICO; NUTRICAL
4	07	Vegetales	13	Coles; coles de bruselas; lechugas; lechugas repolladas; zanahorias; raíces comestibles; chícharos; frijoles; berenjenas; apio; hongos; espinacas; hortalizas conservadas	AGROPECUARIA ALCEMA; AGRICOLA SAN ISIDRO DE CULIACAN; CASCO PRODUCE; AGRICOLA GOTSIS; EXPORTALIZAS MEXICANAS; FRIGORIZADOS LA HUERTA, CHAMPIÑONES SAN MIGUEL, CHAMPIÑONES MONTEBLANCO; AGRICOLA AMIGO; COMERCIALIZADORA GAB
5	08	Frutas y nueces	7	Cocos; frutos de cáscara; plátanos para cocinar; naranjas; papayas; <i>berries</i> congeladas; frutos secos	COCO COLIMA; TOTAL PRODUCE; FRESCAR; AGROLATIN PRODUCE; AGROMOD; RED STARR; CITRISON ; EXPORTADORA DE FRUTAS Y LEGUMBRES TRES ASES; AGROPECUARIA SAN ALBERTO; PRODUCTORES AGRICOLAS DE JACONA; MERIDIAN FRUITS ; AGRO SUPERIOR
6	09	Café y té	3	Café tostado sin descafeinar; pimienta seca	CAFIVER; CERRO DE LA TROJE; PRODUCTOS NATURALES DE LA REGION MAYA DE CHIAPAS; ASOCIACIONES AGROINDUSTRIALES SERRANAS; INTERCAMBIO MEXICANO DE COMERCIO
7	12	Semillas y frutos oleaginosos	3	Semilla de ajonjolí; semillas oleaginosas; plantas de uso medicinal	SESAJAL; NATURKOST DE MEXICO; ECOSISTEMA ORGANICO
		Total	38		

Fuente: elaboración IQOM con datos de ProMéxico.

Para el sector agroindustrial, se identificaron oportunidades para 35 productos distribuidos en 13 subsectores, con envíos al exterior equivalentes a 12% de las exportaciones del sector agroindustrial (11.239 millones de dólares). Destacan las preparaciones de frutas y hortalizas, algunos tipos de aceites y los alimentos para animales (véase el Cuadro 117).

Cuadro 117
Distribución sectorial de los nuevos productos analizados, sector agroindustrial
Número de subpartidas, millones de dólares

#	Cap.	Descripción	#	Tipo de productos	Empresas exportadoras mexicanas
---	------	-------------	---	-------------------	---------------------------------

			sub-partidas		
1	11	Productos de la molinería	1	<i>Pellets</i> de cereales	PALMEX ALIMENTOS; PRODUCTOS ALIMENTICIOS LA MODERNA
2	13	Gomas y resinas	2	Jugos y extractos vegetales; materias pécticas	AGROMAYAL BOTANICA; COMPAÑIA AGRICOLA SABILA MEXICANA; AGROINDUSTRIA DE SABILA ITZOCAN; ALOECORP DE MEXICO
3	14	Materias de origen vegetal	1	Productos vegetales	INDEFINIDO HASTA VALIDAR TIPO DE PRODUCTOS
4	15	Grasas y aceites animales o vegetales	3	Aceites de ajonjolí; de girasol; de vegetales	GRUPO ACEITES DEL MAYO; ACEITES Y PROTEINAS; SESAJAL
5	16	Preparaciones de carne o pescado	1	Cangrejos	DESARROLLO INTEGRAL DE JAIBA DE MEXICO; MEXIFOOD; PESCADOS Y MARISCOS DEL CARIBE
6	17	Azúcares y sus productos	1	Chicles	PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS DE SALTILLO; CONSORCIO CORPORATIVO DE PRODUCTORES Y EXPORTADORES EN FORESTERIA; DISTRIBUIDORA DE LA ROSA;
7	18	Cacao y preparaciones	1	Manteca, grasa y aceite de cacao	AGROINDUSTRIAS UNIDAS DE CACAO
8	19	Productos de cereal, harina o leche; pastelería	2	Pastas alimenticias sin cocer y rellenas	PRODUCTOS ALIMENTICIOS LA MODERNA; LA ITALIANA; PAGASA
9	20	Preparaciones de hortalizas y frutos	14	Hortalizas preparadas; papas conservadas; mermeladas; mezclas de frutos; jugo de naranja, de toronja, de cítricos; mezclas de jugos	JUGUERA ALLENDE; TIA MONICA; FABRICA DE MERMELADAS; VALLE REDONDO; CITROJUGO; GRUPO ALTEX; GRUPO JUMEX
10	21	Preparaciones alimenticias	1	Levaduras muertas	SAFMEX
11	22	Bebidas	3	Agua mineral y gaseada; ron; licores	COMIDAS Y BEBIDAS FERMENTADAS; BEBIDAS PURIFICADAS DE TEHUACAN; COMPANIA TOPO CHICO
12	23	Residuos y alimentos para animales	3	Harina de pescado; alimentos para animales	MAZ INDUSTRIAL ; MALTA TEXO DE MEXICO; SELECTA DE GUAYMAS ; SUPLEMENTOS PARA MASCOTAS MUÑOZ MAGAÑA,
13	24	Tabaco	2	Tabaco sin desvenar; para fumar	TABACALERA R. PAXTIAN; TABACOS LA VICTORIA; NUEVA MATACAPAN TABACOS
Total			35		

Fuente: elaboración IQOM con datos de ProMéxico.

Se seleccionaron 226 subpartidas del sector industrial, cuyas ventas externas ascendieron a 8.763 millones de dólares (3% de las exportaciones industriales). Por el número de productos, destacan los subsectores correspondientes a los químicos orgánicos, vidrios y su manufacturas así como la maquinaria y el equipo eléctrico (véase el Cuadro 118).

Cuadro 118
Distribución sectorial de los nuevos productos analizados, sector industrial
Número de subpartidas, millones de dólares

#	Cap.	Descripción	# sub-partidas	Tipo de productos	Empresas exportadoras mexicanas
1	25	Sal, azufre, yesos y cementos	8	Baritina; harinas silíceas fósiles; cantos; yeso natural; cemento blanco; portland; hidráulico; espato flúor	CEMEX; MEXICHEM; GCC CEMENTO; BARAMIN; CEMENTOS MOCTEZUMA; MINERALES Y ARCILLAS; AZUL CERÁMICA
2	29	Químicos orgánicos	14	Etileno; anhídrido acético; ésteres de ácido acético y salicílico; ácidos carboxílicos; compuestos orgánicos; láctamas; ácidos nucleicos; hormonas; cafeína	HAARMANN Y REIMER, DESCAFEINADORES MEXICANOS, PROBIOMED, SIGNA, INDUSTRIAS QUIMICAS FALCON DE MEXICO; CAFIVER; DICAFFÉ
3	31	Abonos	3	Abonos minerales y químicos; fosfato diamónico	AGROGEN; GREENCORP BIORGANIKS DE MEXICO; COSMOCEL; COMERCIAL FERTILIZANTES QUIMICOS; APELSA GUADALAJARA; QUIMICA PIMA; GRUPO FAGRO
4	33	Aceites esenciales y resinoides	5	Aceites de naranja; de cítricos; maquillaje para labios; preparaciones para manicura; hilo dental	CITROJUGO; CITROFRUT; CITRICOS VEGA; CITRICOS DE APATZINGAN; COSMETIC COLORS; ARABELA; ZERMAT INTERNACIONAL; FULLER; GRUPO TECNAAL; JUGUERA ALLENDE.; GRUPO ALTEX; SWAN COSMETICS DE MEXICO
5	34	Jabón y preparaciones para odontología	5	Jabón en barras; para la piel; preparaciones de limpieza; ceras artificiales	FABRICA DE JABON LA CORONA; POLIOLES; ALLEN; 4E DE MEXICO; MARARENA; POLAQUIMIA; GENOMMA LAB; GRISI
6	41	Pieles y cueros	2	Cueros y pieles en estado húmedo o curtidos	SUELAS WYNY; MEDINA TORRES; ESMAR; LEFARC; CONCURMEX; TENERIA RAMÍREZ; CUEROMEX; CURTIDOS BENGALA; CURTIDOS JV; TENERIA VARGAS
7	42	Manufacturas de cuero	4	Art. de talabartería; maletas y cinturones de cuero	TAPETES TIPICOS - BLUE RIVER; SUELAS WYNY; MANUFACTURERA DE BOTAS CUADRA; WINDURE
8	48	Papel y cartón	6	Papel para uso doméstico; resistente a grasas; sobres; bolsas de papel; cuadernos; art. de pasta de papel	CELULOSA DE FIBRAS MEXICANAS; BIO-PAPPEL; COPAMEX INDUSTRIAS; BOLSAS DELTA; PRODUCTOS ARPAPPEL; CONVERTIDOR DE PAPEL; GRANMARK
9	61	Prendas de vestir de punto	3	Bragas de algodón; prendas de fibras sintéticas y accesorios de vestir	INTIMARK; DILTEX; MAREL
10	62	Prendas de vestir, excepto de punto	4	Abrigos de lana; sostenes; prendas para vestir de fibras sintéticas	GRUPO ISMARK; ORIGINALES SHYLA; BODY ADONAY; TEJIDOS GENISA; TEXIN; INDUSTRIA REYES; ZENTRIX; DILTEX; VICKY FORM; MAREL; B&B APPAREL
11	63	Art. textiles confeccionados	3	Mantas de fibras sintéticas; art. de tapicería de puntos y de fibras sintéticas	LA COVADONGA TEXTILES MEXICANOS; GRUPO TEXTIL PROVIDENCIA; COLAP; TEXTILES FRANKS; APOLO TEXTIL; VIANNEY TEXTIL HOGAR; CARPE
12	65	Sombreros	2	Sombreros y partes	VICENTE FERNANDEZ; IMPO EXPORT FERGAR; FIDEPAL; GRUPO DAN KAR
13	70	Vidrio y manufacturas	10	Vidrio sin armar; templado para autos; vidrieras aislantes; ampollas; recipientes para beber agua; adoquines; art. de cuarzo; mechas y tejidos de fibra de vidrio	VIDRIO FORMAS; TZINAPU; VITRO; GLASSER; COPAL MEXICO; CRISTALUC VIDRIO SOPLADO; FABRICANTES DE VIDRIO SOPLADO; CENTRAL DE VIDRIO SOPLADO DE JALISCO; AISLANTES MINERALES; TEXTILES TECNICOS; TETRAFLON; NOVATEL MEXICANA
14	72	Fundición, hierro y acero	5	Productos laminados revestidos de plástico; productos laminados en caliente; alambón de hierro; perfiles	GRUPO DPI, FERROMETAL DE BAJA CALIFORNIA, ARCO METAL, PREOVEPUERTAS, FANOSA, ACEROMEX
15	73	Manufacturas de hierro o acero	7	Tubos estirados o laminados en frío; soldados; latas; recipientes para gas comprimido; redes y rejas soldadas; fregadores de acero inoxidable; bolas y art. para molinos	GRUPO ZAPATA; ACEROMEX; GRUPO ABX - ABTUBE; DEACERO; INDUSTRIAS GUTIERREZ; PROLAMSA
16	76	Aluminio y manufacturas	2	Puertas y ventanas de aluminio; cables de aluminio con acero	CONDUMEX; VIAKON; GRUPO IRM; IUSA
17	82	Herramientas de metal común	8	Palas; picos; hachas y herramientas con filo; herramientas de mano; martillos; mazas; cuchillos	TRUPER; GRUPO URREA; INDUSTRIAS CABRERA; COMERCIAL DE HERRAMIENTAS
18	84	Maquinaria	20	Motores para barcos; turbopropulsores; congeladores; tomos; quitanieves; partes de máquinas agrícolas; máquinas para fabricar alimentos; para lavar y secar ropa; sopletes	MOPESA MOTORES POWER, RICE NOZZLES, MABE, CRIOTEC, TERRAMAK
19	85	Equipo eléctrico	16	Motores; alternadores; pistón con motor diésel; transformadores; equipos de sonido; disyuntores; interruptores	INDUSTRIAS KIRKWOOD, ELECTROTECNICA, INDUSTRIAS RADSON, ARENDAL, POTENCIA INDUSTRIAL

#	Cap.	Descripción	# sub-partidas	Tipo de productos	Empresas exportadoras mexicanas
20	90	Equipo óptico, de medición y médico	8	Instrumentos de navegación; aparatos de diagnóstico; de odontología; termómetros; aparatos para prótesis dental y radiaciones	INTERORIENT, GRUPO ZEYCO, COTEMAR
21	-	Otros (26)	91	Minerales; químicos; antisueños; colorantes; pinturas; dextrina; plástico; productos de caucho; madera; fibras; art. textiles; piedras preciosas; manufacturas de metales; autos; vías férreas; barcos; municiones; juguetes; mobiliario	BEFTCOM; LABORATORIOS LAFON; FABRICA DE SULFATO EL AGUILA; PLASTICOS Y MATERIAS PRIMAS; CARBONES MEXICANOS; PRODUCTOS MINERALES DEL NORTE; ULTRAQUIMIA; GREXMEX; RESINAS SINTETICAS; MATERIALES Y SERVICIOS INDUSTRIALES DE LA FRONTERA; GRUPO INDUSTRIAL VALRO; POLIMEROS FORMULA DE TECATE; INDUSTRIAS AGROPLASTICAS DE ENSENADA; ARTIFIBRAS; DISANT; MANUFACTURAS POST-FORM; INDUSTRIAS PEÑOLES; NEOCANTERA; GIC INGENIERIA Y CONSTRUCCION; INTERSTONE; FATUVISA; MEXALIT INDUSTRIAL
Total			226		

Fuente: elaboración IQOM con datos de ProMéxico.

El análisis de identificación de mercados es similar al descrito en la tercera sección del presente estudio.

La aplicación de la metodología arrojó resultados en 19 países para el sector agropecuario, 21 países para el agroindustrial y 28 países para los productos industriales. En 2015, las importaciones de estos mercados ascendieron a 242.593 millones de dólares para los 299 productos (véase el Cuadro 119).

Cuadro 119
Oportunidades de diversificación geográfica, análisis por sector, 2015
Cuadrantes amarillos
Millones de dólares

No.	Sector	# países	# sub-partidas	Impos mercados potenciales	Impos origen MX	Part. MX	Expos MX
1	Agropecuario	19	38	29,031	238	1%	2,160
2	Agroindustrial	21	35	20,169	208	1%	1,455
3	Industrial	28	226	193,393	832	0.4%	10,060
Total		299	299	242,593	1,277	1%	13,675

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

Al realizar el análisis por sector, los productos agropecuarios con mayores oportunidades se presentan en el capítulo de cárnicos (12 países), seguidos por productos del mar y frutos oleaginosos (8 países) (véase el Cuadro 120).

Cuadro 120

Oportunidades de diversificación geográfica. Sector agropecuario, 2015
Cuadrantes amarillos
Millones de dólares

#	Cap.	Descrip.	# países	# sub-partidas	Tipo de productos	Impos mercados	Impos origen MX	Part. MX	Expos totales MX
1	02	Carne	12	3	Carne de res congelada, deshuesada y sin deshuesar; despojos comestibles	7,819	58	1%	166
2	03	Pescados	8	8	Pescados; filetes; camarones; pulpos	5,672	78	1%	261
3	08	Frutas y nueces	3	7	Cocos; frutos de cáscara; plátanos para cocinar; naranjas; papayas; <i>berries</i> congeladas; frutos secos	4,694	8	0.2%	635
4	07	Vegetales	7	13	Coles; coles de bruselas; lechugas; lechugas repolladas; zanahorias; raíces comestibles; chícharos; frijoles; berenjenas; apio; hongos; espinacas; hortalizas conservadas	4,026	72	2%	909
5	12	Semillas y frutos oleaginosos	8	3	Semilla de ajonjolí; semillas oleaginosas; plantas de uso medicinal	3,581	20	1%	92
6	09	Café y té	6	3	Café tostado sin descafeinar; pimienta seca; chiles secos	1,873	2	0.1%	72
7	04	Productos de origen animal	2	1	Leche en polvo	1,366	0.02	0%	26
Total			38	-		29,031	238	1%	2,160

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

Por lo que respecta al sector agroindustrial, destacan las preparaciones de hortalizas, el cacao y los alimentos para animales, por el valor de importación de los mercados identificados. De los 35 productos identificados, se detectó una demanda de más de 20 mil millones de dólares (véase el Cuadro 121).

Cuadro 121
Oportunidades de diversificación geográfica, sector agroindustrial, 2015
Cuadrantes amarillos
Millones de dólares

#	Cap.	Descrip.	# países	# sub-partidas	Tipo de productos	Impos mercados	Impos origen MX	Part. MX	Expos totales MX
1	20	Preparaciones de hortalizas y frutos	15	14	Hortalizas preparadas; papas conservadas; mermeladas; cacahuates; mezclas de frutos;	6,950	37	1%	560

					jugo de naranja, de toronja, de cítricos; otros frutos; mezclas de jugos				
2	18	Cacao y preparaciones	7	1	Manteca, grasa y aceite de cacao	3,805	18	0.5%	29
3	23	Residuos y alimentos para animales	16	3	Harina de pescado; alimentos para animales	2,873	44	2%	158
4	15	Grasas y aceites animales o vegetales	9	3	Aceites de ajonjolí; de girasol; de vegetales	2,638	25	1%	138
5	22	Bebidas	6	3	Agua mineral y gaseada; ron; licores	1,168	40	3%	192
6	13	Gomas y resinas	7	2	Jugos y extractos vegetales; materias pépticas	1,115	26	2%	134
7	24	Tabaco	5	2	Tabaco sin desvenar; para fumar	928	1	0.1%	11
8	14	Materias de origen vegetal	4	1	Productos vegetales	339	4	1%	52
9	19	Productos de cereal, pastelería	2	2	Pastas alimenticias sin cocer y rellenas	238	1	0.4%	59
10	21	Preparaciones alimenticias	3	1	Levaduras muertas	75	3	4%	18
11	16	Preparaciones de carne o pescado	1	1	Cangrejos	27	-	0%	31
12	17	Azúcares y sus productos	2	1	Chicles	13	9	70%	69
13	11	Productos de la molinería	1	1	<i>Pellets</i> de cereales	1	1	100%	4
		Total	35		-	20,169	208	1%	1,455

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

Los productos farmacéuticos, los químicos orgánicos y la maquinaria sobresalen en el sector industrial por el nivel de importaciones en los países identificados, así como por el número de productos. Las compras de los productos detectados (226) en el sector industrial en los mercados potenciales durante 2015 ascendieron a 193 mil millones de dólares, siendo la participación de México del 0,4% (véase el Cuadro 122).

Cuadro 122
Oportunidades de diversificación geográfica, sector industrial, 2015
Cuadrantes amarillos
Millones de dólares

#	Cap.	Descrip.	# países	# sub-partidas	Tipo de productos	Impos mercados	Impos origen MX	Part. MX	Expos totales MX
1	30	Productos farmacéuticos	15	1	Antisueños	72,145	14	0.02%	63
2	29	Químicos orgánicos	14	14	Etileno; anhídrido acético; ésteres de ácido acético y salicílico; ácidos carboxílicos; monoetanolamina; compuestos	25,877	233	1%	510

#	Cap.	Descrip.	# países	# sub-partidas	Tipo de productos	Impos mercados	Impos origen MX	Part. MX	Expos totales MX
					diazónicos; compuestos orgánicos; láctamas; ácidos nucleicos; estrógenos; hormonas esteroideas; cafeína				
3	84	Maquinaria	12	20	Partes para calderas; motores para barcos; turbopropulsores; congeladores; pistolas aerográficas; tomos; cargadoras; quitanieves; partes de máquinas agrícolas; guadañadoras; máquinas para fabricar alimentos; para lavar y secar ropa; sopletes	11,625	46	0.4%	1,048
4	39	Plástico y manufacturas	16	14	Copolímeros de propileno; cloruro de vinil plastificado; resinas ureicas y de petróleo; tubos rígidos de polímeros y de plástico; placas de diferentes plásticos; metacrilato de metilo; productos celulares de polímero y plástico; artículos de oficina de plástico	7,423	44	1%	657
5	62	Prendas de vestir, excepto de punto	6	4	Abrigos de lana; sostenes; prendas para vestir de fibras sintéticas	7,308	19	0.3%	247
6	85	Equipo eléctrico	15	16	Motores; alternadores; pistón con motor diésel; transformadores; máquinas para soldar metal; aparatos electrotérmicos; equipos de ampliación de sonido; disyuntores; interruptores	6,015	61	1%	1,020
7	31	Abonos	8	3	Abonos minerales y químicos; fosfato diamónico	4,336	3	0.1%	97
8	94	Mobiliaria y alumbrado	10	4	Asientos; muebles de madera; construcciones prefabricadas	4,296	4	0%	120
9	68	Manufacturas de piedra	13	7	Muestras de piedras naturales; placas con revestimiento de cartón; manufacturas de cemento, grafito y piedra; placas sin asbesto	3,921	26	1%	366
10	48	Papel y cartón	8	6	Papel para uso doméstico; resistente a grasas; sobres y bolsitas de papel; cuadernos; artículos de pasta de papel	3,826	6	0.1%	276
11	71	Perlas preciosas y joyería	5	2	Cenizas de metal precioso; desperdicios de oro	3,744	1	0%	226
12	70	Vidrio y manufacturas	14	10	Vidrio sin armar; templado para autos; vidrieras aislantes; ampollas; recipientes para beber agua; adoquines; artículos de cuarzo; mechas y tejidos de fibra de vidrio	3,375	22	1%	384
13	87	Vehículos y sus partes	10	6	Autos con motor "diésel"; camiones hormigonera; carrocerías; sillas de ruedas; carretillas	3,172	25	1%	297
14	61	Prendas de vestir de punto	3	3	Bragas de algodón; prendas de fibras sintéticas y accesorios de vestir	3,086	2	0.1%	97
15	72	Fundición, hierro y acero	7	5	Productos laminados revestidos de plástico; productos laminados en caliente; alambres de hierro; perfiles	3,047	18	1%	216
16	41	Pieles y cueros	5	2	Cueros y pieles en estado húmedo o curtidos	2,966	7	0.2%	83
17	90	Equipo óptico, de medición y médico	8	8	Instrumentos de navegación; electrocardiógrafos; aparatos de diagnóstico por resonancia; de odontología; termómetros; prestatos; aparatos para prótesis dental y de radiaciones	2,921	48	2%	590
18	42	Manufacturas de cuero	5	4	Artículos de talabartería; maletas y cinturones de cuero	2,805	16	1%	154
19	86	Vehículos y material para vías férreas	5	4	Vagones abiertos con pared fija; bojes de tracción; partes para locomotoras y vías férreas	2,596	22	1%	178
20	44	Madera y carbón vegetal	6	6	Carbón vegetal; madera de coníferas; cajas para cables; paletas; piezas para construcción y puertas de madera	2,539	0.2	0%	157
21	34	Jabón y preparaciones para odontología	11	5	Jabón en barras; para la piel; preparaciones de limpieza; ceras artificiales	1,900	14	1%	178
22	25	Sal, azufre, yesos y cementos	13	8	Bartina; harinas silíceas fósiles; cantos; yeso natural; cemento blanco; portland; hidráulico; espato flúor	1,839	29	2%	357
23	28	Químicos inorgánicos	7	9	Carbono; mercurio; fluoruros; cloruro de calcio; sulfato de cobre; sulfatos; fosfatos de potasio, dicálcico y de calcio	1,765	16	1%	313
24	82	Herramientas de metal común	9	8	Palas; picos; hachas y herramientas con filo; herramientas de mano; martillos; mazas; cuchillos	1,407	10	1%	256
25	96	Manufacturas diversas	4	4	Materias para tallar; lápices; encendedores; escobas y brochas	1,401	7	0%	190
26	26	Minerales	1	1	Cenizas con compuestos metálicos	1,129	0.2	0%	14
27	63	Artículos textiles confeccionados	4	3	Mantas de fibras sintéticas; artículos de tapicería de puntos y de fibras sintéticas	940	0.3	0%	92
28	38	Productos químicos	8	6	Carbón activado; minerales activados; goma éster; insecticidas; desinfectantes; antioxidantes para caucho y plástico	933	13	1%	254
29	76	Aluminio y manufacturas	5	2	Puertas y ventanas de aluminio; cables de aluminio con acero	843	0	0%	67
30	33	Aceites esenciales y resinoides	9	5	Aceites de naranja; de cítricos; maquillaje para labios; preparaciones para manicura; hilo dental	649	50	8%	206
31	73	Manufacturas de hierro o acero	9	7	Tubos estirados o laminados en frío; soldados; latas; recipientes para gas comprimido; redes y rejillas soldadas; fregadores de acero inoxidable; bolas y artículos para molinos	604	8	1%	201
32	83	Manufacturas de metal común	6	3	Estatuillas y adornos; tubos de metales comunes; electrodos cubiertos de metal común	547	9	2%	40

#	Cap.	Descrip.	# países	# sub-partidas	Tipo de productos	Impos mercados	Impos origen MX	Part. MX	Expos totales MX
33	32	Extractos curtientes o tintóreos	10	6	Colorantes dispersos; básicos; reactivos; orgánicos; pinturas de polímeros; cementos de resina	522	20	4%	126
34	75	Níquel y manufacturas	4	1	Manufacturas de níquel	498	10	2%	50
35	92	Instrumentos musicales	2	1	Instrumentos musicales de cuerda	335	5	1%	57
36	55	Fibras sintéticas o artificiales	3	2	Fibras sintéticas de poliéster; tejidos de fibras acrílicas	280	4	2%	49
37	49	Productos editoriales	1	1	Estampas y fotografías	133	5	4%	44
38	59	Textiles para usos técnicos	5	2	Fielros para máquina para fabricar papel; textiles para uso técnico	132	5	3%	236
39	65	Sombreros	6	2	Sombreros y partes	126	2	1%	49
40	89	Barcos	2	1	Embarcaciones	122	-	0%	197
41	93	Armas y municiones	2	1	Cartuchos para armas	114	1	1%	24
42	56	Guata, fieltro y tela sin tejer	2	2	Guata de algodón; mallas textiles	54	1	2%	22
43	40	Caucho y manufacturas	2	4	Tubos de caucho sin reforzar; correas de transmisión	50	6	12%	224
44	95	Juguetes	2	1	Material para tenis de mesa	28	0.2	0%	14
45	81	Metales comunes	1	1	Manufacturas de tantalio	16	0	0%	0
46	35	Materias albuminoideas	1	1	Dextrina y demás almidones y féculas modificados	1	1	43%	16
Total			226	-		193,393	832	0.4%	10,060

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

Agrupando los resultados por región, Europa y Asia concentran el mayor número de productos y mercados potenciales, así como el mayor valor de importación (véase el Cuadro 123).

Cuadro 123
Oportunidades de diversificación geográfica, análisis por región
Cuadrantes amarillos
Millones de dólares

No.	Región	# países	# subpartidas	Impos mercados	Impos Origen MX	Part. MX	Expos totales MX
1	Europa	4*	150	170,463	532	0.3%	7,932
2	Asia	10	127	43,860	128	0.3%	5,997
3	Canadá	1	120	16,647	330	2%	5,813
4	Oceanía	2	34	4,271	22	1%	1,881
5	Sudamérica	6	58	3,925	122	3%	2,712
6	África	1	1	1,441	0.1	0%	122
7	Medio Oriente	1	14	1,233	1	0%	832
8	Centroamérica y el Caribe	5	82	753	142	19%	3,440
Total		30	-	242,593	1,277	1%	-

*La Unión Europea está contabilizada como un solo país.

Fuente: elaboración IQOM con datos de Naciones Unidas.

IV. Conclusiones

Estados Unidos es y seguirá siendo el principal socio comercial de México. Sin embargo, existen oportunidades para explorar la diversificación geográfica de las relaciones comerciales mexicanas que ameritan un análisis adicional y, cuando sea oportuno, un esfuerzo por parte de los empresarios y el Gobierno mexicano.

Actualmente, México destina poco más del 80% de sus exportaciones a Estados Unidos. Por ello, resulta conveniente priorizar la diversificación de mercados de exportación, para aumentar de ese modo su capacidad de resistencia ante los cambios que puedan surgir en la relación comercial con ese país.

En ese contexto, el presente estudio tiene como objetivo identificar destinos distintos a Estados Unidos para los productos competitivos del sector exportador mexicano.

Este primer ejercicio de identificación de oportunidades de exportación ha permitido detectar 130 productos con potencial de diversificación geográfica. Tales oportunidades son el resultado de un análisis cuantitativo y cualitativo, que tomó en consideración distintos indicadores, tales como el desempeño reciente de la oferta exportable mexicana; el saldo de la balanza comercial; la presencia de productos mexicanos en mercados distintos a Estados Unidos; y la penetración en el mercado estadounidense, uno de los más competidos del planeta.

Para cada una de las mercancías seleccionadas con potencial de crecimiento exportador, se analizaron los mercados con mayores posibilidades de incrementar sus compras de productos mexicanos. Dicho análisis consideró los principales países importadores de cada producto mexicano con oportunidad, además de Centroamérica y Sudamérica, por razones de cercanía geográfica y afinidad cultural. De esta manera, para cada oportunidad producto-mercado se analizaron variables como el valor y desempeño de las compras externas; el saldo de la balanza comercial; el nivel de protección arancelaria; y el Índice de Facilitación del Comercio desarrollado por el Foro Económico Mundial y el Índice de Desempeño Logístico elaborado por el Banco Mundial.

Con la finalidad de validar los resultados obtenidos del cruce producto-mercado con potencial de diversificación para México, así como de recibir retroalimentación sobre la viabilidad de las oportunidades identificadas en el estudio, se realizaron consultas con

representantes de veinte cámaras y asociaciones empresariales. El ejercicio de validación permitió corroborar el potencial para 102 de los 130 productos detectados inicialmente.

En particular, se confirmaron oportunidades en 18 países para el sector agropecuario, 22 para el agroindustrial y 25 para los productos industriales.

Como resultado de las consultas sectoriales, se identificó que México es centro manufacturero regional de algunos de los productos industriales con oportunidad de diversificación. En consecuencia, la decisión sobre la elección de los mercados de exportación depende, en muchos casos, de corporativos extranjeros.

Por ello, y con objeto de ampliar el espectro de empresas con potencial de diversificación, se realizó un segundo ejercicio de identificación de oportunidades. En este caso, se incorporó al estudio un grupo adicional de productos cuyas exportaciones (valores monetarios) eran menores, pero para los que existe también evidencia empírica de su competitividad en mercados extranjeros.

En este grupo, se identificaron mercancías que exportan las empresas de tamaño mediano, en cuyo desempeño podría tener mayor impacto una política gubernamental promotora en el mediano y largo plazo. Se trata de un ejercicio preliminar para el cual se sugiere realizar, en una segunda fase, el ejercicio de validación con representantes empresariales y sectoriales.

El análisis permitió concluir también que, ante un escenario de mayor proteccionismo en Estados Unidos, no todos los exportadores mexicanos se verían afectados en la misma magnitud. Ello se debe a que en algunos sectores existe una alta integración al interior de la región de Norteamérica y/o a que los aranceles NMF en el mercado estadounidense son relativamente bajos. En estos casos, muy probablemente el impacto en cambios arancelarios sería trasladado directamente al consumidor.

Las oportunidades identificadas para el sector agropecuario y agroindustrial podrían ser más atractivas si concluyen con éxito las negociaciones comerciales en curso y que consideran como uno de sus objetivos primordiales, ampliar el acceso mexicano para este tipo de mercancías. Tal es el caso de la modernización del TLCUEM, la modernización de la AELC y la negociación del CPTPP.

Finalmente, con objeto de avanzar hacia la materialización de las oportunidades de diversificación identificadas, se recomienda llevar el presente análisis a una siguiente etapa. En particular, profundizar en la revisión de las condiciones de mercado para cada uno de los productos detectados, incluyendo el estudio de las barreras no arancelarias existentes en cada mercado, el desempeño de la competencia local e internacional en dichos mercados, el análisis de los canales de distribución, el impacto de costos de transporte, la capacidad para incrementar la oferta exportable mexicana, así como las necesidades de adaptación de los productos con oportunidad a las condiciones particulares de cada mercado, entre otros.