

**FOCO ALLADI**

AC.BO.01/2010

# ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Productos Bolivianos  
en el Mercado Brasileño

Secretaría General de la ALADI

ALADI. Secretaría General. Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad. Productos bolivianos en el mercado brasileño. Montevideo: ALADI. Secretaría General, noviembre 2010. 12 p. (Foco ALADI. Análisis de Competitividad; no. AC.BO 01/10). – Material didáctico sobre comercio internacional.

1. Comercio Exterior. 2. Competitividad. 3. Bolivia. 4. Brasil. I. Título F.26.8(BO.01)2010

Reservados todos los derechos. Queda prohibida toda reproducción, total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, o cualquier idioma, bajo las sanciones establecidas por la Ley, sin previa autorización formal de sus autores.

*Nota: El propósito de este documento es sólo informativo y, por consiguiente, no puede entenderse, bajo ninguna circunstancia, que la Secretaría General asume responsabilidad alguna en relación a cualquier tipo de operación que un empresario realice o pretenda realizar respecto a los productos o mercados que se mencionan. En tal sentido, se recuerda que los cálculos efectuados son de carácter indicativo.*

*Por cualquier consulta o comentario diríjase al Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad de la Secretaría General de la ALADI ([dpcdc@aladi.org](mailto:dpcdc@aladi.org))*

## Tabla de contenido

Objetivo y alcances .....	4
Situaciones competitivas.....	5
Situación óptima.....	6
Oportunidades perdidas.....	7
Situación vulnerable.....	9
Productos en retirada.....	10

## Objetivos y alcance

La Secretaría General de la ALADI con el propósito de promover el comercio regional, presenta un análisis de competitividad de los productos bolivianos en el mercado brasileño. El mismo se ha realizado en base a información propia de acceso a los mercados y flujos de comercio, complementado con una metodología desarrollada por CEPAL\*.

En este contexto, se toma como indicador de la competitividad de un producto, la participación de las importaciones del mismo en el total. En este caso, un producto boliviano es competitivo en el mercado brasileño, cuando su participación en las importaciones totales de Brasil aumenta, comparando el trienio 2007-2009, con respecto al 1998-2000. Los cambios en la competitividad de un producto pueden ser explicados considerando las variaciones que se producen en el posicionamiento y en la eficiencia.

### ⇒ Posicionamiento

Por posicionamiento se entiende la participación de las importaciones de un producto en el total de las importaciones que fueron realizadas por Brasil, con independencia de los países proveedores. El posicionamiento se califica como “favorable” cuando la participación de dicho producto aumenta en el total. Esta situación indica que las compras de Brasil de ese producto en el mercado externo, crecen más rápidamente que las compras totales del país. En tanto, el posicionamiento será “desfavorable” cuando la participación disminuya.

### ⇒ Eficiencia

La eficiencia se define como la relación que existe entre las importaciones de un producto originario de Bolivia, en el total de las compras al exterior realizadas por Brasil, del mismo producto.

La eficiencia se califica como “alta”, cuando aumenta la participación de las importaciones originarias de Bolivia de un producto en el total de las importaciones de dicho producto por parte de Brasil. Esto significa que los proveedores de origen boliviano están aprovechando mejor las posibilidades que el mercado de destino brinda, en un contexto de ampliación del mismo y/o de sustitución de proveedores.

\* CEPAL, Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional, disponible en <http://www.cepal.org/magic>

## Situaciones competitivas

Las diferentes situaciones competitivas por las que atraviesan los productos bolivianos en el mercado brasileño pueden ser agrupadas en cuatro principales, combinando los indicadores de posicionamiento y eficiencia. Las mismas se detallan a continuación y se resumen en el Cuadro N°1.

1 - Situación óptima: Un producto se encuentra en situación óptima cuando el consumo importado del mismo se amplía en el mercado brasileño, y éstas oportunidades son aprovechadas por los productores bolivianos. En término de los indicadores definidos, el posicionamiento es favorable y la eficiencia es alta.

2 - Oportunidades perdidas: En este caso, si bien el posicionamiento es favorable, por tanto el producto es dinámico, existen determinadas razones por las cuales la participación de los productos bolivianos en el mercado brasileño se ha ido reduciendo, con lo cual la eficiencia se cataloga como baja.

3 - Vulnerabilidad: Se trata de una situación en la cual, las importaciones de un producto por parte de Brasil no han crecido al mismo ritmo que las importaciones totales, pero los productores bolivianos han logrado mantener o incrementar su participación en las mismas, desplazando competidores.

4 - Retirada: En esta situación, el consumo del producto importado crece menos que el total y al mismo tiempo, los productores bolivianos son desplazados por los productores de otros países.

**Cuadro N° 1 - Situaciones competitivas seleccionadas**

		<i>Variación de la Eficiencia</i>	
		<b>Alta (aumenta o es cero)</b>	<b>Baja</b>
<b>Variación del Posicionamiento</b>	<b>Favorable (aumento o es cero)</b>	<b>Óptima/Buena</b>	<b>Oportunidades perdidas</b>
	<b>Desfavorable</b>	<b>Vulnerabilidad</b>	<b>Retirada</b>

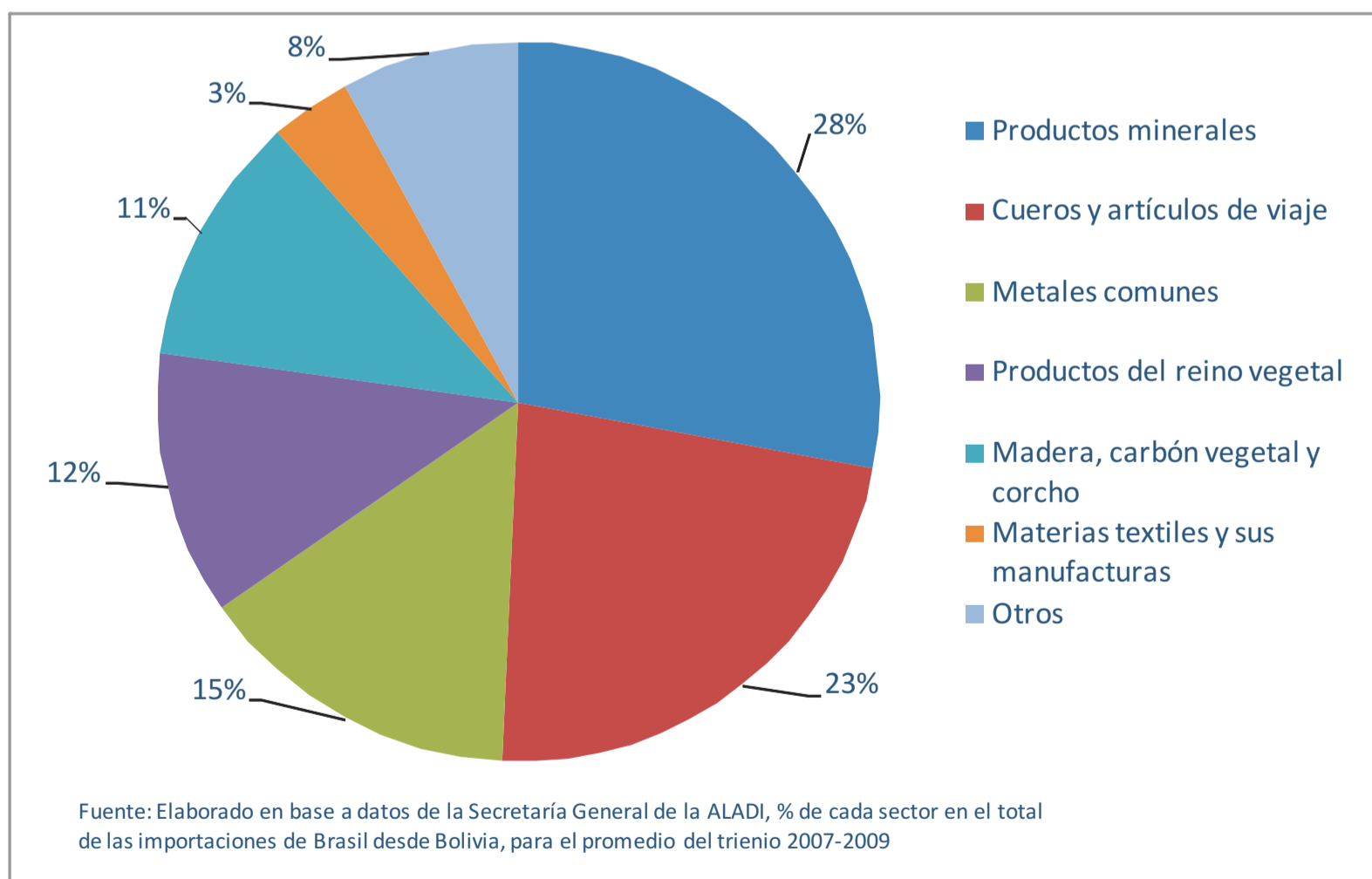
## Situación óptima

El conjunto de productos bolivianos exportados a Brasil en situación óptima, surgen de una demanda brasileña dinámica y eficiencia boliviana alta. Las situaciones identificadas en este caso pueden dividirse en dos categorías. Aquellos que ya se exportaban en el trienio 1998-2000, y los que ingresaron al mercado brasileño en el último trienio considerado, que se denominarán “nuevos productos”.

La primera categoría de productos agrupa, entre otros, el gas natural, algunos aceites crudos de petróleo o mineral bituminoso, el estaño sin alear y las t-shirts y camisetas interiores de algodón.

Por su parte, el grupo compuesto por aquellos productos que han logrado insertarse con éxito en el mercado brasileño en el período 2007-2009, se encuentra fundamentalmente compuesto por los productos minerales, los cueros y artículos de viaje y los metales comunes tal como puede observarse en el Gráfico N° 1.

Gráfico N° 1 - Sectores con productos en situación óptima



Cabe destacar que dentro de la categoría “Productos minerales” se encuentran incluidos, entre otros, los aceites ligeros de petróleo, los minerales de plomo y volframio.

## Oportunidades perdidas

La situación que se ha denominado “oportunidad perdida” se encuentra configurada, en este caso, por dos circunstancias diferentes. En la primera de ellas, los productores bolivianos en ninguno de los dos trienios analizados han logrado ingresar con sus productos al mercado brasileño. Por tanto, Bolivia no exportó a Brasil un producto o conjunto de productos que éste país demanda de forma creciente del resto del mundo.

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

⇒ Sectores de productos con demanda brasileña dinámica que Bolivia no ha exportado a Brasil en los trienios 2007-2009 y 1998-2000

Algunos productos minerales, las perlas finas y metales preciosos, las grasas y aceites animales o vegetales junto con las materias textiles y sus manufacturas, las máquinas eléctricas y la madera y el carbón, entre otros, componen parte de la canasta de productos en los cuales Bolivia cuenta con oferta exportable, y Brasil con una demanda creciente por importaciones, pero que el primero no ha exportado a Brasil en los dos trienios considerados.

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

	Exportaciones de Bolivia	Importaciones de Brasil
Productos minerales	513.418.174	5.797.780.025
Perlas finas y metales preciosos	73.646.543	19.258.319
Grasas y aceites animales o vegetales	47.077.417	48.794.563
Materias textiles y sus manufacturas	28.322.299	50.085.089
Máquinas eléctricas	16.012.009	2.659.170.378
Madera, carbón vegetal y corcho	10.364.435	2.575.937
Productos de las industrias químicas	9.567.029	1.926.842.594

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos en dólares para el trienio 2007-2009.

## Oportunidades perdidas

Por otra parte, la plata en bruto, algunas prendas de algodón y la madera aserrada, constituyen los componentes principales de la canasta de productos en los cuales los productores bolivianos no han podido aprovechar la fortaleza de la demanda brasileña.

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

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

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

	Exportaciones de Bolivia	Importaciones de Brasil
Plata en bruto	13.601.665	143.062.833
Camisetas de punto para hombres o niños, de algodón	8.860.021	21.460.261
Madera aserrada de coníferas	1.413.944	3.825.613
Pantalones de algodón, largos y/o con peto, cortos y shorts	989.541	43.728.339
Suéteres, pullovers, cardigans de punto de algodón	728.940	17.670.292

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos en dólares para el trienio 2007-2009.



## Situación vulnerable

Algunos productos minerales, las grasas y los aceites animales o vegetales, diversas maderas y carbón podrían presentar dificultades para consolidar o ampliar su participación en el mercado brasileño, ya que la demanda por importaciones de dichos productos crece a menor ritmo que el total. Por tanto, las posibilidades de expansión de los productos bolivianos dependerán de la capacidad de los productores para desplazar tanto a oferentes locales como extranjeros.

### Cuadro N° 4 - Subpartidas en situación de vulnerabilidad

	Exportaciones de Bolivia	Importaciones de Brasil	Importaciones de Brasil desde Bolivia
Minerales de cinc y sus concentrados	706.952.461	168.030.036	3.334.103
Aceite en bruto, incluso desgomado	120.200.723	29.271.144	3.077.650
Aceites en bruto	74.484.581	12.760.638	1.393.058
Judía (poroto, alubia, frijol, fréjol)* común (Phaseolus vulgaris)	31.886.224	112.332.622	19.458.246
Semilla de sésamo (ajonjolí)	13.354.888	5.458.250	177.045
Semilla de girasol, incluso quebrantada	11.417.029	3.908.042	585.833
Barras, perfiles y alambre, de estaño	2.399.913	921.599	19.629
Cascos sin ahormado ni perfilado del ala, platos (discos) y cilindros aunque estén cortados en el sentido de la altura, de fieltro, para sombreros	2.140.140	232.506	145.780
Sorgo de grano (granífero)	2.140.055	806.359	75.099

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos en dólares para el trienio 2007-2009.

## Productos en retirada

Los óxidos de boro, los boratos de sodio naturales y sus concentrados, los engrasadores automáticos de bomba para máquinas y algunas máquinas aparatos para el cuidado y conservación de oleoductos al igual que las camisas de algodón para hombres o niños, constituyen algunos de los productos para los que Bolivia cuenta con oferta exportable, pero donde la demanda brasileña por importaciones se redujo y los productores bolivianos fueron desplazados por otros competidores, tal como se aprecia en el Cuadro N° 5.

A diferencia de la situación de vulnerabilidad, la participación de las importaciones de estos productos en el total de las compras brasileñas en el mercado internacional descendió, en la comparación de los dos trienios considerados.

### Cuadro N° 5 - Productos en retirada

	Exportaciones de Bolivia	Importaciones de Brasil	Importaciones de Brasil desde Bolivia
Óxidos de boro; ácidos bóricos	6.098.383	22.461.717	32.783
Otras máquinas y aparatos, entre ellas, los engrasadores automáticos de bomba para máquinas	2.889.256	555.153.885	5.286
Boratos de sodio naturales y sus concentrados (incluso calcinados)	1.258.011	592.996	8.309
Camisas de algodón para hombres o niños	548.600	25.965.146	3.780

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos en dólares para el trienio 2007-2009.

## ALADI: Servicio de Apoyo al Empresario

• Para acceder al archivo de esta publicación, consulte en nuestro sitio web [www.aladi.org](http://www.aladi.org), en el cual también encontrará información, entre otros, sobre los siguientes temas:

- Acuerdos Comerciales
- Aranceles y Nomenclatura
- Preferencias y Regímenes de Origen
- Directorios de Importadores, Exportadores y Entidades Empresariales
- Productos de Inteligencia Comercial
- Estadísticas de Comercio Exterior
- Calendario de Ferias y Eventos
- Normativa sobre el Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos

## Portal PYMESLATINAS ([www.pymeslatinas.org](http://www.pymeslatinas.org))

Es un sitio regional gratuito, dirigido especialmente a la promoción del comercio entre las MIPYMES de la región y de éstas con el resto del mundo, pudiéndose:

- Publicar gratuitamente ofertas y demandas de productos y servicios de representación y distribución.
- Generar contactos con otras empresas, conocer eventos, acceder a noticias sectoriales de interés y realizar consultas técnicas.



Asociación Latinoamericana de Integración  
Associação Latino-Americana de Integração

Asociación Latinoamericana de Integración  
Cebollatí 1461, Código Postal 11200  
Montevideo - Uruguay  
Tel.: (598) 2410 1121 - Fax: (598) 2419 0649  
E-mail: [sgaladi@aladi.org](mailto:sgaladi@aladi.org)  
[www.aladi.org](http://www.aladi.org)