

FOCCO ALADI

AC.PAR.01/2011



ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Productos Paraguayos
en el Mercado Argentino

Secretaría General de la ALADI

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

1. Comercio Exterior. 2. Competitividad. 3. Paraguay. 4. Argentina.
I. Título F.26.8(PAR.01)2011

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

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

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

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 paraguayos en el mercado argentino. El mismo se ha realizado en base a información propia de acceso a los mercados y flujos de comercio, complementado con una metodología desarrollada por CEPAL*.

En este contexto, se toma como indicador de la competitividad de un producto, la participación de las importaciones del mismo en el total de compras del país de destino. En este caso, un producto paraguayo es competitivo en el mercado argentino, cuando su participación en las importaciones totales de Argentina 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 Argentina, con independencia de los países proveedores. El posicionamiento se califica como “favorable” cuando la participación de dicho producto aumenta en el total. Esta situación indica que las compras de Argentina de ese producto en el mercado externo, crecen más rápidamente que las compras totales del país. En tanto, el posicionamiento será “desfavorable” cuando la participación disminuya.

Eficiencia

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

La eficiencia se califica como “alta”, cuando aumenta la participación de las importaciones originarias de Paraguay de un producto en el total de las importaciones de dicho producto por parte de Argentina. Esto significa que los proveedores de origen paraguayo 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 paraguayos en el mercado argentino pueden ser agrupadas en cuatro principales, combinando los indicadores de posicionamiento y eficiencia. Las mismas se detallan a continuación y se resumen en el Cuadro N°1.

1 - Situación óptima: Un producto se encuentra en situación óptima cuando el consumo importado del mismo se amplía en el mercado argentino, y estas oportunidades son aprovechadas por los productores paraguayos. 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 paraguayos en el mercado argentino se ha ido reduciendo, con lo cual la eficiencia se cataloga como baja.

3 - Vulnerabilidad: Se trata de una situación en la cual, las importaciones de un producto por parte de Argentina no han crecido al mismo ritmo que las importaciones totales, pero los productores paraguayos 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 paraguayos son desplazados por los productores de otros países.

Cuadro N° 1 - Situaciones competitivas seleccionadas

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

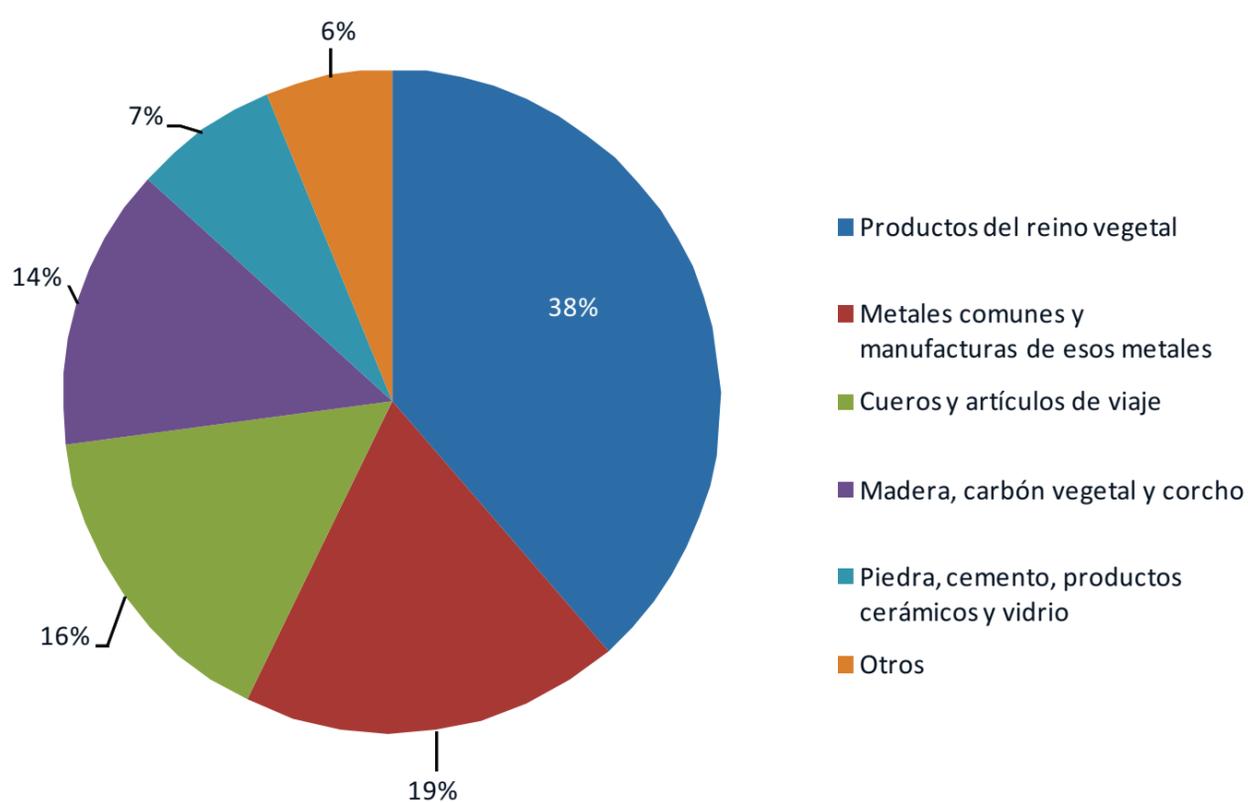
Situación óptima

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

La primera categoría de productos agrupa, entre otros, las habas de soja, las semillas de sésamo, las levaduras vivas, los tabacos y algunos productos textiles.

Por su parte, el grupo compuesto por aquellos productos que han logrado insertarse con éxito en el mercado argentino en el período 2007-2009, se encuentra fundamentalmente compuesto por las máquinas eléctricas, los productos químicos, los productos plásticos y del reino vegetal, tal como puede observarse en el Gráfico N° 1.

Gráfico N° 1 - Sectores con productos en situación óptima



Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI, % de cada categoría en el total de las importaciones de Argentina desde Paraguay vinculadas a la situación referida, para el promedio del trienio 2007-2009

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 paraguayos en ninguno de los dos trienios analizados han logrado ingresar con sus productos al mercado argentino. Por tanto, Paraguay no exportó a Argentina 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 argentino, pero en la que los productores paraguayos han visto reducida su participación como proveedores de los mismos.

⇒ **Sectores de productos con demanda argentina dinámica que Paraguay no ha exportado a Argentina en los trienios 2007-2009 y 1998-2000**

Algunos productos de la industria cárnica, de la industria textil, ciertos plásticos y neumáticos, entre otros, componen parte de la canasta de productos en los cuales Paraguay cuenta con oferta exportable, y Argentina con una demanda creciente por importaciones, pero que el primero no ha exportado a Argentina en los dos trienios considerados.

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

	Exportaciones de Paraguay (2007-2009)	Importaciones de Argentina (2007-2009)	Preferencia 2011*
Aparatos para la recepción, conversión y transmisión o regeneración de voz, imagen u otros datos, incluidos los de conmutación y encaminamiento ("switching and routing apparatus")	1.972.262	369.961.331	100
Polietileno de densidad superior o igual a 0,94	1.928.209	155.694.411	100
Neumáticos nuevos de caucho, del tipo de los utilizados en automóviles de turismo (incluidos los vehículos de tipo familiar - "break" o "station wagon"- y los de carrera)	6.566.309	153.557.446	100
Vacunas para la medicina veterinaria	1.779.842	16.852.296	100
Hilados sencillos de fibras peinadas, de título inferior a 714,29 decitex pero superior o igual a 232,56 decitex (superior al número métrico 14 pero inferior o igual al número métrico 43)	1.074.189	9.192.066	100
Harina, polvo y "pellets", de carne o despojos; chicharrones	4.818.174	3.086.656	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares.
(*) Corresponde al ACE 18.

Oportunidades perdidas

Por otra parte, el algodón sin cardar ni peinar, el tabaco, los desperdicios de hierro o acero constituyen los componentes principales de la canasta de productos en los cuales los productores paraguayos no han podido aprovechar la fortaleza de la demanda argentina.



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

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

Cuadro N° 3 - Productos paraguayos que redujeron su participación en las importaciones argentina

	Exportaciones de Paraguay (2007-2009)	Importaciones de Argentina (2007-2009)	Importaciones de Argentina desde Paraguay (2007-2009)	Preferencia 2011*
Algodón sin cardar ni peinar	33.592.700	40.996.473	5.573.811	100
Tabaco sin desvenar o desnervar	2.745.000	6.448.472	38.043	100
Cantos, grava, piedras machacadas, de los tipos generalmente utilizados para hacer hormigón, o para firmes de carreteras, vías férreas u otros balastos, guijarros y pedernal, incluso tratados térmicamente	4.139.309	4.838.535	4.431.683	100
Los demás desperdicios y desechos (chatarra), de fundición, hierro o acero; lingotes de chatarra de hierro o acero excepto torneaduras, virutas, esquirlas, limaduras (de amolado, aserrado, limado) y recortes de estampado o de corte, incluso en paquetes	9.839.197	1.304.004	1.177.505	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al ACE 18.

Situación vulnerable

Algunos medicamentos, productos de la vestimenta, plásticos, las bananas, el aceite de coco y los ladrillos de construcción podrían presentar dificultades para consolidar o ampliar su participación en el mercado argentino, ya que la demanda por importaciones de dichos productos crece a menor ritmo que el total. Por tanto, las posibilidades de expansión de los productos paraguayos 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 Paraguay (2007-2009)	Importaciones de Argentina (2007-2009)	Importaciones de Argentina desde Paraguay (2007-2009)	Preferencia 2011*
Los demás medicamentos	17.181.779	435.418.504	1.132.276	100
Bananas o plátanos, frescos o secos	1.444.198	94.466.607	1.358.639	100
Medicamentos que contengan otros antibióticos	2.507.121	35.685.037	209.114	100
Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares	32.673.562	33.159.720	10.251.635	100
Tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre	1.723.101	28.754.440	146.869	100
Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts, de algodón	10.590.221	21.397.098	9.173.382	100
Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts de algodón	3.872.013	9.838.408	3.438.290	100
Las demás ropas de cama, estampadas de algodón	3.324.489	8.738.390	293.259	100
Los demás sacos (bolsas) y talegas, para envasar, de tiras o formas similares, de polietileno o polipropileno	2.131.425	6.098.566	796.833	100
Tejidos de algodón de ligamento sarga, incluido el cruzado, de curso inferior o igual a 4	1.967.335	4.830.218	1.405.463	100
Tripas, vejigas y estómagos de animales, excepto los de pescado, enteros o en trozos, frescos, refrigerados, congelados, salados o en salmuera, secos o ahumados	13.899.828	3.167.568	425.970	100
Fécula de mandioca (yuca)	6.583.612	1.927.787	1.430.951	100
Jabones de tocador (incluso los medicinales)	1.405.760	1.643.160	604.731	100
Mentol	6.473.303	1.512.407	471.568	100
Aceite de coco en bruto	1.094.469	1.155.810	959.388	100
Ladrillos de construcción	1.390.708	1.127.068	1.081.697	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al ACE 18.

Productos en retirada

Ciertos productos forestales, la yerba mate y determinados hilados constituyen parte de los productos para los que Paraguay cuenta con oferta exportable, pero donde la demanda argentina por importaciones se redujo y los productores paraguayos fueron desplazados por otros competidores, tal como se aprecia en el Cuadro N° 5.

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

Cuadro N° 5 - Productos en retirada

	Exportaciones de Paraguay (2007-2009)	Importaciones de Argentina (2007-2009)	Importaciones de Argentina desde Paraguay (2007-2009)	Preferencia 2011*
Las demás maderas (440799)	18.953.239	13.542.837	4.988.792	100
Las demás maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente, cortada o desenrollada, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos, de espesor superior a 6 mm, de cedro, lapacho, guatambú, peterivy, entre otras	5.583.409	6.581.921	23.171	100
Las demás maderas tropicales excepto las obtenidas por cortado de madera estratificada	551.049	6.525.302	5.732	100
Hilados sencillos de fibras sin peinar, de título inferior a 232,56 decitex pero superior o igual a 192,31 decitex (superior al número métrico 43 pero inferior o igual al número métrico 52)	544.925	1.311.934	8.352	100
Yerba mate	1.043.052	595.095	35	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al ACE 18. ^Sujeto a condicionalidad.

ALADI: Servicio de Apoyo al Empresario

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

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

Portal PYMESLATINAS (www.pymeslatinas.org)

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

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



Asociación Latinoamericana de Integración
Associação Latino-Americana de Integração

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