

**FOCCO ALADI**

AC.PAR.02/2011



# ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Productos Paraguayos  
en el Mercado Boliviano

Secretaría General de la ALADI

ALADI. Secretaría General. Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad. Productos Paraguayos en el Mercado Boliviano. Montevideo: ALADI. Secretaría General, julio 2011. 12 p. (Foco ALADI. Análisis de Competitividad; no. AC.PAR 02/11). – Material didáctico sobre comercio internacional.

1. Comercio Exterior. 2. Competitividad. 3. Paraguay. 4. Bolivia.  
I. Título F.26.8(PAR.02)2011

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

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

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

## Tabla de contenido

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

## Objetivos y alcance

La Secretaría General de la ALADI con el propósito de promover el comercio regional, presenta un análisis de competitividad de los productos paraguayos en el mercado boliviano. 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 boliviano, cuando su participación en las importaciones totales de Bolivia 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 Bolivia, 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 Bolivia 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 Bolivia, 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 Bolivia. 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 boliviano 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 boliviano, 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 boliviano 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 Bolivia 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>	
		<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>

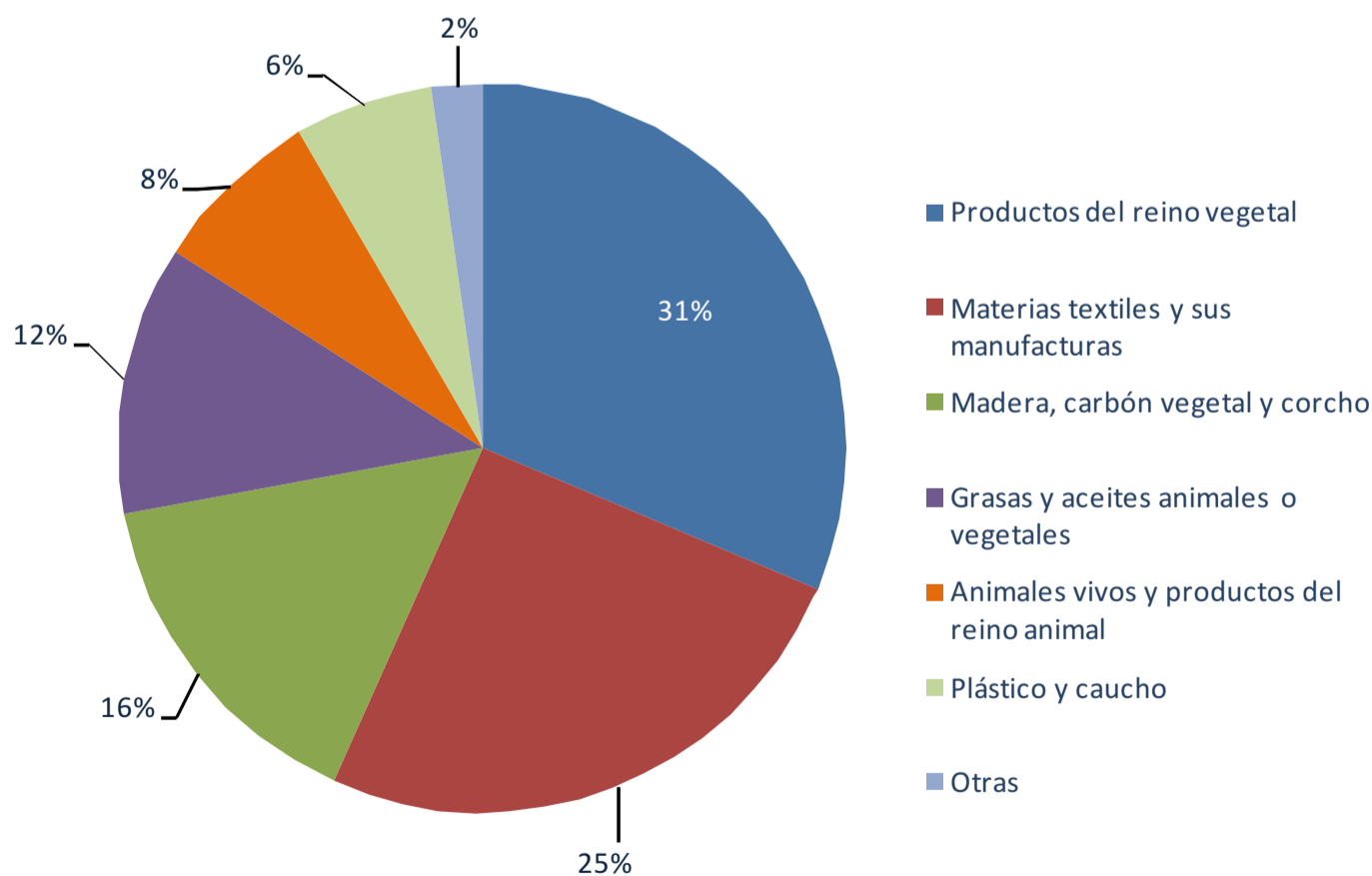
## Situación óptima

El conjunto de productos paraguayos exportados a Bolivia en situación óptima, surgen de una demanda boliviana 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 boliviano en el último trienio considerado, que se denominarán “nuevos productos”.

La primera categoría de productos agrupa, entre otros, algunos medicamentos para uso humano, las vacunas para uso veterinario, ciertos productos de la industria curtidora y la fécula de mandioca (yuca).

Por su parte, el grupo compuesto por aquellos productos que han logrado insertarse con éxito en el mercado boliviano en el período 2007-2009, se encuentra fundamentalmente compuesto por los productos del reino vegetal, las grasas y aceites animales y vegetales, las materias textiles, las maderas y plásticos, 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 Bolivia 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 boliviano. Por tanto, Paraguay no exportó a Bolivia 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 boliviano, pero en la que los productores paraguayos han visto reducida su participación como proveedores de los mismos.



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

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

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

	Exportaciones de Paraguay (2007-2009)	Importaciones de Bolivia (2007-2009)	Preferencia 2011*
Poli(tereftalato de etileno)	3.041.154	19.302.525	100
Neumáticos nuevos, de los tipos utilizados en automóviles de turismo (incluidos los del tipo familiar ("break" o "station wagon") y los de carreras)	6.566.309	13.805.763	100
Neumáticos nuevos de los tipos utilizados en autobuses o camiones	6.662.858	10.872.976	100
Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor	4.050.934	3.648.667	100
Semilla de girasol, incluso quebrantada	17.682.720	3.617.438	40 ó 100
Neumáticos nuevos de caucho, de los tipos utilizados en vehículos y máquinas agrícolas o forestales	732.516	2.804.310	100
Polímeros de etileno en formas primarias, excepto polietileno y copolímeros de etileno y acetato de vinilo	2.139.394	2.561.399	100
Tabaco para fumar, incluso con sucedáneos de tabaco en cualquier proporción	1.901.111	2.325.529	100
Carne bovina congelada, deshuesada	319.050.946	1.683.943	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (\*) Corresponde al ACE 36.



## Oportunidades perdidas

Por otra parte, el algodón sin cardar ni peinar, algunos tipos de transformadores y las t-shirts y camisetas de algodón, constituyen los componentes principales de la canasta de productos en los cuales los productores paraguayos no han podido aprovechar la fortaleza de la demanda boliviana.



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

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

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

	Exportaciones de Paraguay (2007-2009)	Importaciones de Bolivia (2007-2009)	Importaciones de Bolivia desde Paraguay (2007-2009)	Preferencia 2011*
Algodón sin cardar ni peinar	33.592.700	5.818.270	0	100
Transformadores de dieléctrico líquido, de potencia inferior o igual a 650 kVA	2.918.697	8.151.097	42.260	100
T-shirts y camisetas interiores, de punto, excepto de algodón	1.708.739	806.151	6.813	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (\*) Corresponde al ACE 36.



## Situación vulnerable

Algunos tipos de envases, los jabones de tocador y otras preparaciones tensoactivas y los tubos rígidos de polímeros de cloruro de vinilo, podrían presentar dificultades para consolidar o ampliar su participación en el mercado boliviano, 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 Bolivia (2007-2009)	Importaciones de Bolivia desde Paraguay (2007-2009)	Preferencia 2011*
Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares	32.673.562	11.949.426	1.444.590	100
Jabones de tocador (incluso los medicinales)	1.483.177	4.610.082	440.152	100
Los demás jabones y preparaciones tensoactivas, excepto jabones de tocador	1.405.760	3.590.276	408.718	100
Tubos rígidos de polímeros de cloruro de vinilo	2.499.797	1.022.017	288.697	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (\*) Corresponde al ACE 36.

## Productos en retirada

Las habas de soja y los colchones constituyen algunos de los productos para los que Paraguay cuenta con oferta exportable, pero donde la demanda boliviana 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 bolivianas 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 Bolivia (2007-2009)	Importaciones de Bolivia desde Paraguay (2007-2009)	Preferencia 2011*
Habas (porotos, frijoles, fréjoles)* de soja (soya), incluso quebrantadas.	1.107.531.086	7.818.619	0	40 ó 100
Colchones, excepto de caucho o plástico recubiertos o no	1.347.784	410.192	358	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (\*) Corresponde al ACE 36.

## 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)