

FOCCO ALADI

AC.PAR.04/2011



ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Productos Paraguayos
en el Mercado Chileno

Secretaría General de la ALADI

ALADI. Secretaría General. Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad. Productos Paraguayos en el Mercado Chileno. 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. Chile. I. Título F.26.8(PAR.04)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 chileno. 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 chileno, cuando su participación en las importaciones totales de Chile 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 Chile, 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 Chile 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 Chile, 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 Chile. 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 chileno 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 chileno, 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 chileno 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 Chile 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

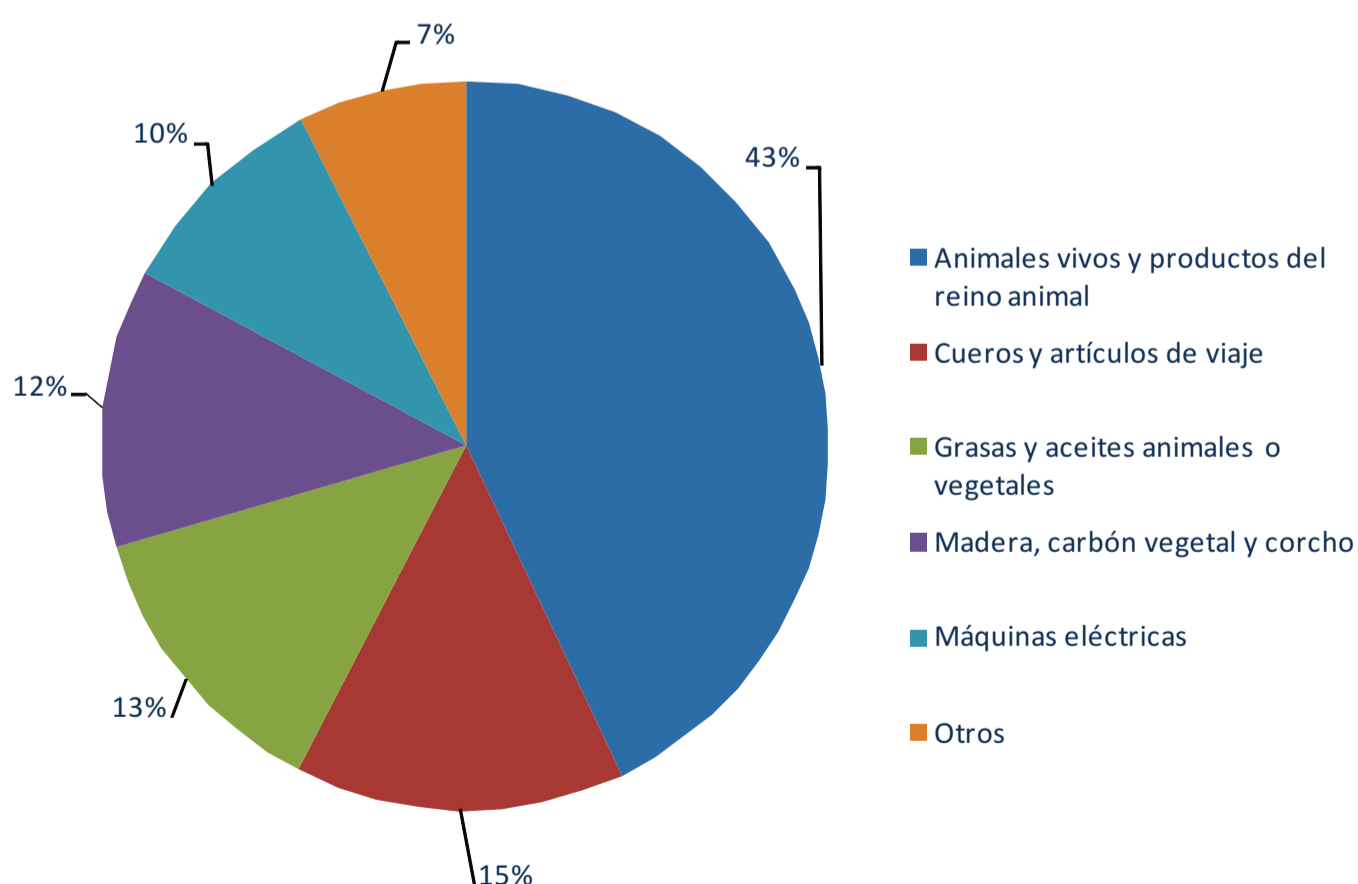
Situación óptima

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

La primera categoría de productos agrupa, entre otros, las tortas y demás residuos sólidos de la extracción de aceite de soja, la carne bovina fresca o refrigerada deshuesada, las t-shirts y camisetas de algodón, alguna ropa de cama de algodón, los pantalones de algodón y los jabones de tocador.

Por su parte, el grupo compuesto por aquellos productos que han logrado insertarse con éxito en el mercado chileno en el período 2007-2009, se encuentra fundamentalmente compuesto por los animales vivos y productos del reino animal, el cuero y los artículos de viaje, las grasas y aceites animales o vegetales, 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 Chile 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 chileno. Por tanto, Paraguay no exportó a Chile 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 chileno, pero en la que los productores paraguayos han visto reducida su participación como proveedores de los mismos.



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

Algunos productos de la industria cárnica, de la industrias química, los productos minerales y textiles, entre otros, componen parte de la canasta de productos en los cuales Paraguay cuenta con oferta exportable, y Chile con una demanda creciente por importaciones, pero que el primero no ha exportado a Chile en los dos trienios considerados.

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

	Exportaciones de Paraguay (2007-2009)	Importaciones de Chile (2007-2009)	Preferencia 2011*
Vacunas para la medicina veterinaria	1.779.842	31.815.943	100
Productos intermedios de hierro o acero sin alear, con un contenido de carbono superior o igual al 0,25% en peso	2.933.518	21.221.651	100
Carne de gallo y/o gallina, sin trocear ni congelar	2.177.636	20.981.918	100
Harina, polvo y "pellets", de carne o despojos; chicharrones	4.818.174	14.685.830	100
Transformadores de dieléctrico líquido de potencia inferior o igual a 650 kVA	2.918.697	12.197.565	100
Productos intermedios de hierro o acero sin alear, de sección transversal cuadrada o rectangular, cuya anchura sea inferior al doble del espesor	8.375.323	8.149.670	100
Almidón de maíz	2.814.343	6.657.791	100
Ropas de camas estampadas, de algodón, excepto de punto	3.324.489	5.072.167	100
Tabaco sin desvenar o desnervar	6.403.482	4.401.325	100
Melaza de caña	1.622.815	3.623.440	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al ACE 35.

Oportunidades perdidas

Por otra parte, algunas tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja, los cigarrillos que contengan tabaco y diversas prendas de vestir, constituyen los componentes principales de la canasta de productos en los cuales los productores paraguayos no han podido aprovechar la fortaleza de la demanda chilena.



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

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

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

	Exportaciones de Paraguay (2007-2009)	Importaciones de Chile (2007-2009)	Importaciones de Chile desde Paraguay (2007-2009)	Preferencia 2011*
Cigarrillos que contengan tabaco	21.576.106	3.031.024	107	100
Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts, para hombres y/o niños de algodón, excepto de punto	10.590.221	78.057.992	249.185	100
Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts, para mujeres y/o niñas, de algodón, excepto de punto	3.872.013	83.714.174	260.988	100
Tortas y demás residuos sólidos de la extracción de grasas o aceites vegetales, incluso molidos o en «pellets», excepto los de las partidas 23.04 ó 23.05, de semillas de girasol	3.633.321	24.940.263	188.960	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al ACE 35.

Situación vulnerable

Algunos medicamentos, las plantas medicinales, el algodón sin cardar ni peinar, ciertos tipos de envases y algunos productos de la industria textil y curtidora, podrían presentar dificultades para consolidar o ampliar su participación en el mercado chileno, 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 Chile (2007-2009)	Importaciones de Chile desde Paraguay (2007-2009)	Preferencia 2011*
Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados (incluidos los administrados por vía transdérmica) o acondicionados para la venta al por menor	17.181.779	352.921.962	3.870.791	100
Algodón sin cardar ni peinar	33.592.700	17.711.325	1.448.545	100
Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares	32.673.562	14.974.975	24.565	100
Los demás medicamentos que contengan vitaminas u otros productos de la partida 29.36	968.206	12.995.529	24.615	100
Las demás manufacturas de madera, excepto perchas para prendas de vestir incluyendo, entre otros palitos para dulces, helados y fósforos	928.518	6.508.767	1.997	100
Plantas o partes de plantas, semillas o frutos de boldo, orégano, mosqueta, hierba San Juan, manzanilla, entre otros	2.949.620	4.182.979	56.647	100
Tejidos de algodón con un contenido de algodón superior o igual al 85 % en peso, de peso superior a 200 g/m ² de ligamento sarga, incluido el cruzado, de curso inferior o igual a 4	1.967.335	1.402.989	166.079	100
Las demás manufacturas de cuero natural o cuero regenerado	7.079.003	1.402.503	167.629	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al ACE 35.

Productos en retirada

La carne bovina congelada y deshuesada, algunos medicamentos, la yerba mate, algunas confecciones y el aceite de coco constituyen algunos de los productos para los que Paraguay cuenta con oferta exportable, pero donde la demanda chilena 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 chilenas 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 Chile (2007-2009)	Importaciones de Chile desde Paraguay (2007-2009)	Preferencia 2011*
Medicamentos que contengan antibióticos, excepto, penicilinas o derivados de estos productos con la estructura del ácido penicilánico, o estreptomycinas o derivados de estos productos	2.507.121	28.269.322	2.783	100
Carne bovina congelada y deshuesada	319.050.946	11.153.038	813.809	100
Yerba mate	1.043.052	6.007.719	2.254	100
Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts (excepto de baño), de punto, para hombres o niños, de fibras sintéticas	902.219	4.303.725	15.191	100
Aceite de coco (de copra) y sus fracciones, en bruto	1.094.469	85.581	21.624	100

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI. Nota: Datos promedio, en dólares. (*) Corresponde al ACE 35.^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