

***Oportunidades comerciales de Paraguay y
aprovechamiento de las preferencias***

***Departamento de Promoción Económica
Publicación No. 11/03***

La Secretaría General de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), presenta el estudio: "Oportunidades comerciales de Paraguay y aprovechamiento de las preferencias", preparado por el personal de planta del Departamento de Promoción Económica.

El estudio fue elaborado de acuerdo al Programa de Actividades de la Secretaría General de la ALADI para el año 2003, en el marco del Sistema de Apoyo a los Países de Menor Desarrollo Económico Relativo.

Montevideo, diciembre de 2003.

ÍNDICE

	Página
RESUMEN EJECUTIVO	7
INTRODUCCIÓN	11
1. COMERCIO EXTERIOR DE PARAGUAY: BREVE DESCRIPCIÓN	12
2. ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES Y APROVECHAMIENTO POR PAÍS	13
A. <i>Argentina</i>	13
B. <i>Bolivia</i>	15
C. <i>Brasil</i>	19
D. <i>Chile</i>	21
E. <i>Colombia</i>	24
F. <i>Cuba</i>	27
G. <i>Ecuador</i>	29
H. <i>México</i>	32
I. <i>Perú</i>	35
J. <i>Uruguay</i>	37
K. <i>Venezuela</i>	40
ANEXO ESTADÍSTICO	43
ANEXO METODOLÓGICO	67

RESUMEN EJECUTIVO

La metodología desarrollada en el presente documento¹, ha permitido identificar un conjunto de productos en los cuales Paraguay tiene capacidad de competir en mejores condiciones en los mercados de la ALADI, como resultado de **ventajas arancelarias** respecto a otros países miembros y al Resto del Mundo. La mayor capacidad de penetrar los mercados regionales, que se definen como las oportunidades paraguayas, se establecen, principalmente, a partir de la comparación entre los aranceles residuales de Paraguay frente al de los países de la ALADI y del Resto del Mundo.

Un primer tipo de *oportunidades* equivaldría a la posibilidad de competir por parte de Paraguay, con las exportaciones que realizan los demás países miembros a un mercado regional, por ejemplo, el de Argentina, considerando que las preferencias que reciben éstos son menores a las que recibe Paraguay. A este comercio potencial se denomina ***oportunidades frente a competidores regionales***.

El segundo tipo de oportunidades equivale al desplazamiento que podría realizar Paraguay de proveedores del Resto del Mundo, como consecuencia del menor arancel residual que enfrenta, en comparación a la Tasa Global Arancelaria (TGA) que gravan los productos provenientes del Resto del Mundo. A este segundo conjunto de oportunidades se le denomina ***oportunidades frente a competidores del Resto del Mundo***.

A partir de las oportunidades identificadas, se obtuvo la demanda potencial, que está compuesta por la sumatoria de las oportunidades frente a los competidores de ambos orígenes. Esta cifra es un indicador del potencial comercial y, como tal, no significa necesariamente que los exportadores paraguayos puedan aprovecharlo en su totalidad. El resultado final del proceso es ***la identificación de productos con oportunidades***.

En relación a los resultados, en términos generales, las mayores oportunidades de Paraguay en los mercados de la región, provienen de las exportaciones que realizan países extra-ALADI, donde existirían oportunidades por un valor total de 1,3 mil millones de dólares, aunque las oportunidades frente a exportaciones de los países de la región también son importantes (418 millones de dólares). No obstante, el componente principalmente arancelario en la definición de las oportunidades, lleva a la necesidad de relativizar los valores involucrados, en la medida que otros factores como la diferenciación de productos, la competitividad de las economías, los costes de transporte, las elasticidades precio-oferta-demanda relativas, entre otros, cumplen un rol fundamental en las posibilidades de aprovechar las oportunidades mencionadas.

En el mismo sentido, las posibilidades de aprovechar adecuadamente las potencialidades del mercado regional, en la mayoría de los casos, depende críticamente del aumento de la oferta exportable de Paraguay.

A su vez, el cálculo de las oportunidades de Paraguay frente a los países de la ALADI y del Resto del Mundo fue realizado en forma independiente, razón por la cual, en el caso específico de los productos con oportunidades frente al Resto del Mundo, no se consideran las preferencias del resto de los países de la región, que pueden disminuir las posibilidades paraguayas.

No obstante las limitaciones mencionadas, comunes a todo cálculo cuantitativo de las oportunidades comerciales de un país, la metodología es una primera referencia para

¹ Por mayores aclaraciones, véase el Anexo Metodológico.

evaluar las potencialidades del comercio de Paraguay en la región, a partir de las preferencias.

En un análisis agregado (véase la columna TOTAL del Cuadro No. 1), los seis capítulos que presentan las mayores oportunidades para las exportaciones paraguayas en la región, serían, en primer lugar el Capítulo 38 (Productos diversos de las industrias químicas); el 23 (Residuos de las industrias alimentarias); el Capítulo 41 (Pieles y cueros); el 42 (Manufacturas de cuero); el Capítulo 10 (Cereales); y el 02 (Carne y despojos comestibles)².

En relación al origen de las oportunidades, en el caso de la región, la Carne y despojos comestibles (Capítulo 02), y el Capítulo 23 (Residuos de las industrias alimentarias), son los que presentan las mayores oportunidades, superando los 120 millones de dólares. En el caso de las oportunidades frente al Resto del Mundo, los Capítulos 38, 41, 42 y 23 son los que ofrecen el mayor mercado potencial para Paraguay.

El resumen de las oportunidades por capítulos y orígenes de las mismas -es decir, frente a quienes existen las oportunidades-, puede ser observado en el Cuadro No. 1³.

Cuadro No. 1
Oportunidades de Paraguay frente a la ALADI y
Resto del Mundo, según capítulos del S.A.
(En miles de dólares)
Promedio 1999-2001

Capítulo	Descripción	Origen de las oportunidades		Total
		ALADI	RDM	
38	Productos diversos de las industrias químicas	6.921	297.511	304.432
23	Residuos de las industrias alimentarias	123.185	121.217	244.403
41	Pieles y cueros	10.717	208.014	218.731
42	Manufacturas de cuero	5.268	182.317	187.585
10	Cereales	63.952	88.026	151.978
02	Carne y despojos comestibles	125.722	15.087	140.809
44	Madera y sus manufacturas	4.775	91.383	96.158
39	Plástico y sus manufacturas	6.080	87.947	94.027
15	Grasas y aceites	47.587	42.414	90.001
62	Prendas y accesorios, excepto los de punto	2.152	57.165	59.317
52	Algodón	901	28.863	29.765
33	Aceites esenciales y resinoides	247	24.429	24.676
21	Preparaciones alimenticias diversas	8.236	13.919	22.156
72	Fundición, hierro y acero	1.616	14.258	15.874
24	Tabaco y sucedáneos	1.699	12.010	13.709
63	Demás artículos textiles confeccionados	987	7.788	8.775
05	Los demás productos de origen animal	5.955	2.160	8.115
29	Productos químicos orgánicos	7	5.147	5.154
12	Semillas y frutos oleaginosos	824	3.710	4.533
30	Productos farmacéuticos	0	1.663	1.663
76	Aluminio y sus manufacturas	1.247	312	1.559
50	Seda	0	1.228	1.228
Total general		418.078	1.306.570	1.724.648

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

² En el análisis que se realiza por mercado, se puede observar un mayor detalle de los ítem nacionales que componen cada capítulo. En el caso del Capítulo 38, por ejemplo, se aprecia la importancia de los insecticidas y en el 23 las tortas de soja.

³ Para un detalle completo de las principales oportunidades de Paraguay en los mercados de la ALADI, ver Cuadros Nos. 1 y 2, en el Anexo Estadístico.

Ordenando las oportunidades por magnitud, se desprende que estas se encuentran en primer lugar, en México, seguido por Chile, los países de la Comunidad Andina (CAN), MERCOSUR y, finalmente, Cuba (véanse los Cuadros No. 2 del texto y del Anexo).

En relación al mercado mexicano, el 97% de las oportunidades se manifiestan frente a las exportaciones que realiza el Resto del Mundo, principalmente, en los Capítulos 42 (Manufacturas de cuero), 41 (Pieles y cuero) y 38 (Productos diversos de las industrias químicas). Sin embargo, la dimensión de dichas oportunidades requiere de una relativización, en la medida que no están siendo consideradas las preferencias que otorga México a países no miembros de la ALADI.

Las oportunidades en el mercado chileno se encuentran, principalmente, en los Capítulos 02 (Carne y despojos comestibles) y 23 (Residuos de las industrias alimentarias). En ambos capítulos, las mayores oportunidades en este mercado se presentan frente a países de la ALADI.

En el mercado de la CAN, las mayores oportunidades se presentan frente a competidores extrarregionales, y en segundo lugar -con valores relevantes- por las originadas en la competencia con proveedores regionales. Las oportunidades más relevantes se encuentran en el Capítulo 10 (Cereales).

En el MERCOSUR, las oportunidades son básicamente frente a competidores fuera de la ALADI, principalmente, en el Capítulo 38 (Productos diversos de las industrias químicas).

Finalmente, en Cuba, las oportunidades son menores, debido a que el acuerdo de complementación económica de Paraguay con este país, es bastante limitado. Las oportunidades se concentran en los Capítulos 15 y 23.

El Cuadro No. 2, ofrece un mayor detalle de las oportunidades en las subregiones que componen la ALADI (para mayor detalle véase el Cuadro No. 2 del Anexo).

Cuadro No. 2
Oportunidades de Paraguay en la CAN, Chile, Cuba,
MERCOSUR y México, según Capítulos del S.A.
(En miles de dólares)
Promedio 1999-2001

Capítulo	Descripción	CAN	CHILE	CUBA	MERCOSUR	MEXICO	Total general
38	Productos diversos de las industrias químicas	20.566	41.055		81.802	161.009	304.432
23	Residuos de las industrias alimentarias	56.088	72.540	33.717	24.442	57.617	244.403
41	Pieles y cueros	3.177	789		33.058	181.708	218.731
42	Manufacturas de cuero				1.684	185.900	187.585
10	Cereales	99.316	32.124	13.536	7.003		151.978
02	Carne y despojos comestibles	9.688	119.167	3.760	8.194		140.809
44	Madera y sus manufacturas	1.415	5.186	576	7.379	81.602	96.158
39	Plástico y sus manufacturas		7.026		19.543	67.457	94.027
15	Grasas y aceites	54.151		34.934		916	90.001
62	Prendas y accesorios, excepto los de punto	507	34.204		24.605		59.317
52	Algodón	19.778	6.249		3.737		29.765
33	Aceites esenciales y resinoides	1.315			1.893	21.468	24.676
21	Preparaciones alimenticias diversas		1.436	907	16.185	3.628	22.156
72	Fundición, hierro y acero	2.058	4.735		2.654	6.427	15.874
24	Tabaco y sucedáneos	492	2.382		6.721	4.114	13.709
63	Demás artículos textiles confeccionados				1.990	6.785	8.775
05	Los demás productos de origen animal	5.969			2.146		8.115
29	Productos químicos orgánicos				5.154		5.154
12	Semillas y frutos oleaginosos		823	1.336	2.374		4.533
30	Productos farmacéuticos					1.663	1.663
76	Aluminio y sus manufacturas				1.559		1.559
50	Seda					1.228	1.228
Total general		274.519	327.716	88.766	252.124	781.523	1.724.648

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Finalmente, el **aprovechamiento de las oportunidades comerciales** en los mercados de la región es limitado. Sobre el conjunto de productos identificados con oportunidades, Paraguay, en general, exporta montos reducidos, a pesar de poseer oferta exportable, ventajas en las preferencias y mercado potencial de interés. El análisis de las razones que explican este bajo aprovechamiento no constituyen el propósito de este trabajo, pero cabe mencionar, entre otros factores, a la falta de infraestructura exportadora, el desconocimiento de las preferencias y los obstáculos al comercio.

INTRODUCCIÓN

El propósito del presente documento es analizar las oportunidades que actualmente posee Paraguay en los mercados de los países miembros, considerando varios factores determinantes de esas oportunidades, entre los cuales se destaca la existencia de mayores preferencias arancelarias en relación a los demás países miembros y al Resto del Mundo.

A pesar de que existen varios factores que explican el flujo de comercio, entre los cuales se pueden mencionar a las diferencias en los recursos de los países, la capacidad tecnológica, las economías de escala en ciertas industrias, la posibilidad de diferenciar productos, las preferencias de los consumidores; el objetivo del trabajo es determinar las oportunidades de comercio a partir de las preferencias arancelarias, considerando que las mismas juegan un rol significativo a través de su incidencia en el precio final de la mercadería importada.

Con el objeto de identificar las oportunidades, en primer lugar, se realizó un cruce de la oferta exportable de Paraguay, en el promedio de los años 1999-2001, con las importaciones de cada uno de los mercados de la región, de forma de determinar la existencia de oferta paraguaya y demanda regional para los productos a analizar. Posteriormente, utilizando la información de aranceles, preferencias arancelarias y del origen de las importaciones, se identificaron las **oportunidades actuales derivadas de las ventajas arancelarias** de Paraguay, en relación a los demás países miembros y a proveedores del Resto del Mundo, en cada uno de los mercados de la región.

Por último, se estimó el grado de **aprovechamiento de las preferencias arancelarias**, que en este documento se refiere al esfuerzo exportador que ha realizado Paraguay en relación al potencial de comercio actual en los mercados de la ALADI.

El presente documento consta de un Resumen Ejecutivo, una breve descripción del comercio paraguayo, un análisis de las oportunidades en cada uno de los mercados, un Anexo Estadístico y un Anexo Metodológico.

1. COMERCIO EXTERIOR DE PARAGUAY : BREVE DESCRIPCIÓN

El comercio exterior paraguayo (importaciones más exportaciones) ha mostrado una tendencia decreciente en los últimos años (1995-2001). En efecto, el intercambio comercial de Paraguay a nivel global, se contrajo en forma muy significativa en los años 1998-1999, y hasta el año 2001 no se habían recuperado los valores previos tanto de exportación como de importación.

Otra característica del comercio global es el permanente déficit comercial⁴, rasgo que también se verifica en su comercio con el conjunto de la región, el cual se explica, principalmente, por su comercio con el MERCOSUR y México.

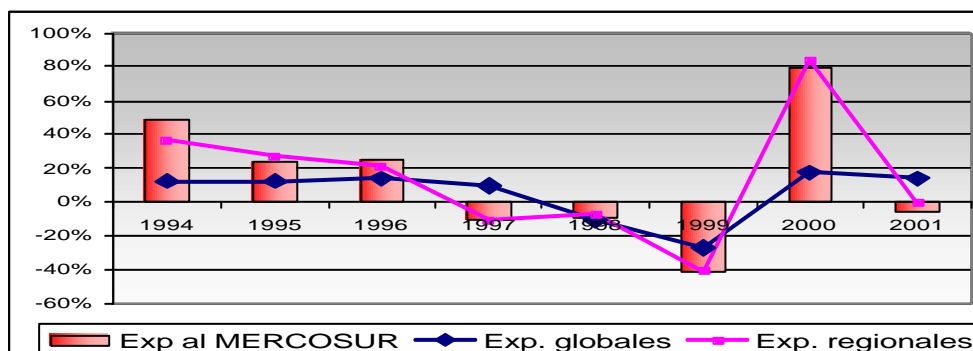
Por el contrario, en su intercambio comercial con los países de la CAN, Paraguay posee un superávit comercial. En el caso del comercio con Chile existe un superávit desde 1998 a la fecha, habiéndose modificado el signo del desequilibrio previo.

Las exportaciones paraguayas globales han registrado variaciones positivas en los últimos años, con excepción de 1998 y 1999. Por otro lado, en general, las exportaciones paraguayas a la región han mostrado tasas de crecimiento anual superiores a la de las exportaciones globales, sin embargo, la caída registrada en 1997 y 1999, fue también de mayor magnitud, lo que estaría evidenciando una mayor volatilidad de los flujos de comercio regional.

En cuanto a su orientación geográfica, las exportaciones paraguayas se destinan mayoritariamente a la región y dentro de ella, principalmente al MERCOSUR. En el año 2001, el porcentaje de ventas a la región sobre el total fue del 65%, de las cuales un 81% se destinaron al bloque del Cono Sur.

En el siguiente gráfico se puede apreciar en qué contexto se dio el crecimiento de las exportaciones a la región, distinguiéndose al MERCOSUR.

Gráfico N° 1
Crecimiento de las exportaciones paraguayas
por principales destinos
Tasas de crecimiento anual
1994-2001



Fuente: Secretaría General de la ALADI.

⁴ El déficit comercial que surge de las importaciones y exportaciones registradas de Paraguay es muy elevado, sin embargo, cuando se suma el comercio "no registrado" y las reexportaciones, el nivel del déficit comercial promedio baja hasta niveles considerados sostenibles. No obstante, debe considerarse que dicho sector se encuentra actualmente en una crisis profunda y estructural, lo que en el mediano-largo plazo podría cuestionar dicha sostenibilidad. (Para mayor detalle véase el estudio "Paraguay en el Proceso de Integración Regional: Características y Condicionantes". Departamento de Promoción Económica. Publicación N° 08/02. ALADI.

2. ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES Y APROVECHAMIENTO POR PAÍS

A. Argentina

Las importaciones argentinas globales, en el promedio del período 1999-2001, fueron de 23,7 mil millones de dólares y correspondieron a 8.587 ítem arancelarios.

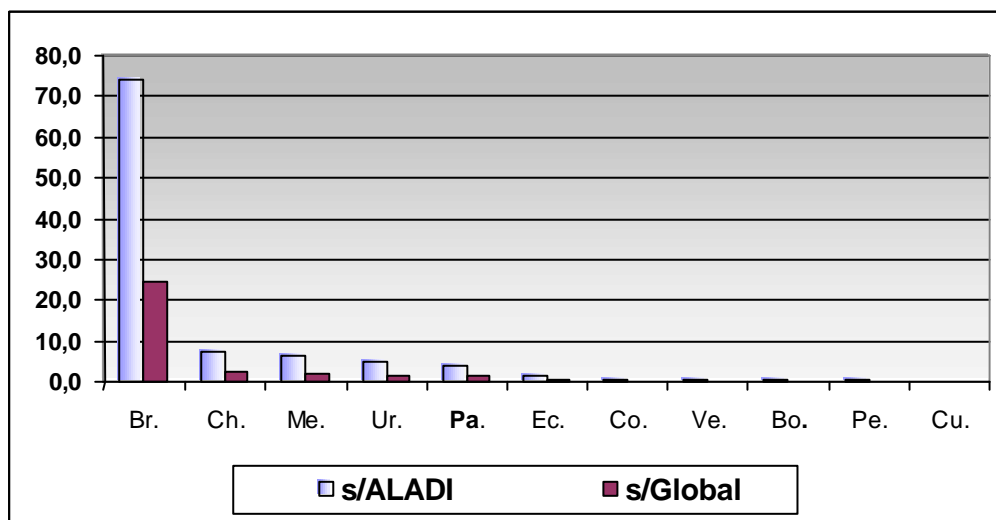
Desde el punto de vista del origen de sus importaciones, el mercado argentino se abastece, en un 67%, de productos provenientes desde fuera de la región. La tercera parte de sus compras (7,8 mil millones de dólares) proviene de la región y, básicamente, corresponden a las importaciones originadas en Brasil (5,8 mil millones de dólares, 74% de las compras regionales).

Por otra parte, el MERCOSUR, más Bolivia y Chile constituyen el 90% de las compras realizadas por Argentina en la región. Fuera de estos países, las importaciones son significativas en el caso de México.

En cuanto a su diversificación, se aprecia que el mayor número de productos provienen de Brasil (4.717), seguido por Chile (2.116), México (1.995) y Uruguay (1.201). Los restantes países exportan hacia Argentina, menos de 500 productos. En el caso específico de Paraguay, el número de ítem exportados al mercado argentino es de 447.

Gráfico N° 2

Origen de las importaciones argentinas
como % de las importaciones regionales y globales
(Promedio 1999-2001)



Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Respecto a las preferencias otorgadas por la Argentina a sus socios se destacan aquellas incorporadas en los acuerdos de libre comercio con los países del MERCOSUR, Bolivia y Chile. En el primer caso, la liberación ha abarcado prácticamente el universo arancelario, restando por incorporar solamente los sectores azucarero y automotor. Con los dos últimos países el cronograma general culmina en los años 2006 y 2004, respectivamente, aunque en ambos acuerdos se incluyen cronogramas más extensos para aquellos productos definidos como sensibles.

Con los restantes países de la ALADI la Argentina ha suscrito acuerdos de tipo selectivo, entre los cuales el suscrito con Cuba es el de menor cobertura en relación al universo de productos.

Oportunidades para Paraguay

En la gráfica anterior, se puede apreciar la reducida participación de Paraguay como proveedor del mercado argentino. Las compras argentinas provenientes de Paraguay representan el 1,3% de las importaciones globales y el 3,8% de las realizadas en la región.

Cabe recordar que Paraguay y Argentina forman parte del ACE N° 18 (MERCOSUR), a través del cual se ha constituido una zona de libre comercio con unas pocas excepciones entre ambos países junto a Brasil y Uruguay.

Es por ello, que las oportunidades que posee Paraguay en el mercado argentino se producen frente a países que no forman parte del MERCOSUR, cuyas condiciones de acceso al mercado en cuestión son menos favorables que las que enfrenta Paraguay.

En concreto, en función de la metodología aplicada⁵, se ha identificado un conjunto de productos (33), que se pueden apreciar en el Cuadro A.1⁶, los mismos que reúnen las siguientes condiciones:

- Poseen oferta exportable paraguaya.
- Existe demanda argentina.
- Paraguay tiene ventajas arancelarias sobre algún competidor regional o del Resto del Mundo, que actualmente le vende dichos productos a la Argentina.

Es preciso tener en cuenta que el elemento determinante de las oportunidades, que se considera en este estudio, es la existencia de ventajas arancelarias relativas, sin embargo, existen otros factores que no se abordan en el presente estudio y que determinan, en la práctica, la efectiva existencia de oportunidades comerciales, tales como: las características particulares del sector a que corresponde el producto y las decisiones de producción y comercialización; las preferencias de los consumidores a ciertas marcas y orígenes; la magnitud de la respuesta de la demanda ante variaciones de precios, es decir, la elasticidad precio-demanda; la competitividad sistémica del país; entre otros.

Un primer comentario general sobre los resultados concretos, es que dichos productos constituyen un mercado potencial de 158 millones de dólares y, en su mayoría, corresponden a oportunidades frente a proveedores del Resto del Mundo, los cuales se enfrentan a un arancel promedio del 14%. Esto se traduce en una ventaja arancelaria para Paraguay, en la medida que, como resultado de las negociaciones, recibe preferencias arancelarias sobre estos productos.

⁵ Véase Anexo Metodológico.

⁶ La descripción de los códigos se puede observar en el Cuadro A.2. Es necesario indicar que por la longitud y complejidad de algunas glosas se presenta una descripción resumida de los ítem.

En segundo lugar, los productos identificados con oportunidades registran, en su mayoría, exportaciones a la Argentina y, en conjunto, superan 20 millones de dólares.

Al considerar los productos por capítulos del Sistema Armonizado, se destacan, por la cantidad de ítem, aquellos que están comprendidos en el Capítulo 38 (Productos diversos de las industrias químicas) y el 41 (Pieles y cueros).

En el mismo cuadro se puede apreciar que 7 productos (de los 33 que constituyen las oportunidades identificadas) representan más del 70% de las oportunidades totales (ver columna Total) e, individualmente, superan los 4,5 millones de dólares.

Entre estos 7 productos se encuentra, en primer lugar, por el valor de las oportunidades, el ítem 38083029 (Los demás insecticidas, etc.); seguido por el 38081029 (Los demás insecticidas, etc.); el 23091000 (Alimentos para gatos, etc.); el 38083022 (Insecticidas); el ítem 39233000 (Damajuanas, botellas, etc.); el 62034200 (Trajes, etc., de algodón); y el 41022212 (Cueros y pieles de bovinos).

En cuanto al origen de las oportunidades, como ya se mencionó, las mismas provienen, en su mayoría, de la existencia de compras argentinas desde el Resto del Mundo. En cuanto a la región, se aprecia que las mayores oportunidades surgen por la existencia de compras argentinas desde Chile y México. En el primer caso, dichas oportunidades se explican, básicamente, por las exportaciones chilenas del ítem 39233000 (Damajuanas, botellas, etc.) por las cuales Chile tiene que pagar un 6% de arancel; mientras que en el caso de México por las exportaciones del ítem 62034200 (Trajes, etc., de algodón), por las cuales debe tributar un arancel del 22%. En ambos casos, Paraguay no tributa aranceles en el mercado argentino.

Por último, se consideró el aprovechamiento que realiza Paraguay de las oportunidades que tiene en el mercado argentino. Al respecto, sobre el conjunto de productos identificados, las exportaciones actuales de Paraguay al mercado en cuestión, representan el 11,4% del potencial (ver columna Aprovechamiento en el cuadro respectivo). El producto en el cual se observa un grado alto de aprovechamiento es el 41043119 (Los demás cueros y pieles de bovinos). En los productos con mayores oportunidades (los destacados en el cuadro A.1), en general, el grado de aprovechamiento es reducido, dado que la magnitud de las oportunidades supera ampliamente lo escaso de las exportaciones paraguayas.

B. Bolivia

Las importaciones bolivianas globales, en el promedio del período 1999-2001, fueron de 1,9 mil millones de dólares y correspondieron a 5.825 ítem arancelarios.

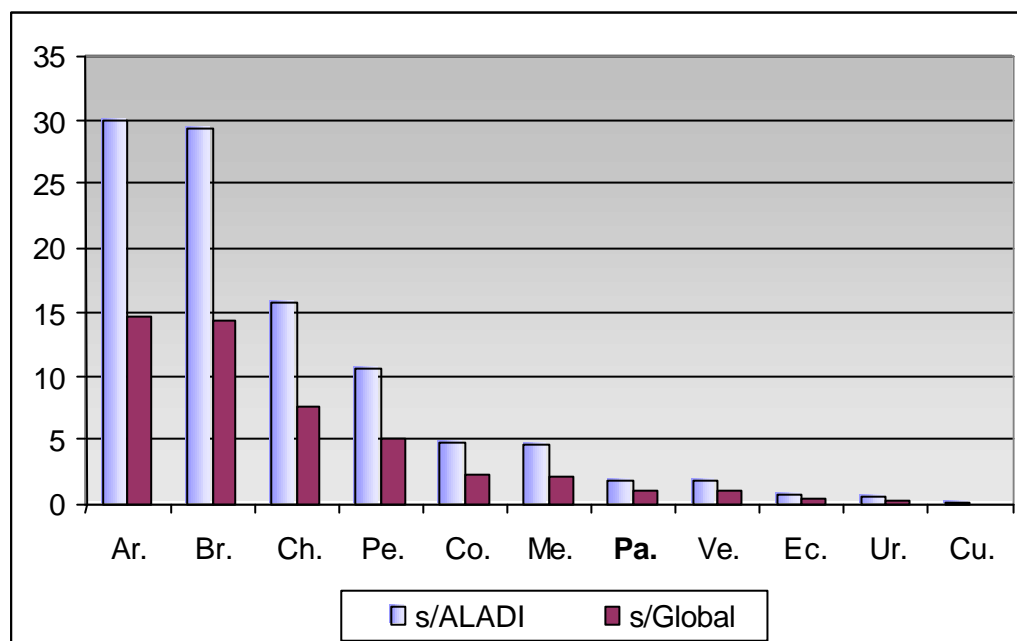
Desde el punto de vista del origen de sus importaciones, el mercado boliviano se abastece, en un 51%, de productos provenientes desde fuera de la región. Casi la mitad de sus compras (948,9 millones de dólares) proviene de la región y, básicamente, corresponden a las importaciones originadas en Argentina y Brasil (30% y 29,4% de las compras regionales, respectivamente).

Por otra parte, el MERCOSUR, más Chile constituyen el 77,5% de las compras realizadas por Bolivia en la región. Fuera de éstos, las importaciones son significativas en el caso de Perú.

En cuanto a su diversificación, se aprecia que el mayor número de productos provienen de Brasil (3.178), seguido por Chile (2.855), Argentina (2.435), Perú (1.721), México (1.157) y Colombia (953). Los restantes países exportan hacia Bolivia, menos de 500 productos. En el caso específico de Paraguay, el número de ítem exportados al mercado boliviano es de 253.

Gráfico N° 3

**Origen de las importaciones bolivianas
como % de las importaciones regionales y globales
(Promedio 1999-2001)**



Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Respecto a las preferencias otorgadas por Bolivia a sus socios, se destaca que tiene acuerdos de libre comercio con nueve de los once socios regionales: conforma la Comunidad Andina junto con Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela, y tiene acuerdos de libre comercio con los países del MERCOSUR (de tipo "4+1") y con México. En el primer caso, las importaciones que realiza Bolivia desde sus socios están completamente liberadas (abarcan al universo arancelario)⁷. En los otros dos acuerdos los cronogramas generales o amplios culminan en los años 2006 y 2009, respectivamente, previéndose en el segundo de los casos (ACE N° 31) una lista de productos exceptuados, mientras que en el primero de ellos se incluyen cronogramas más extensos, para aquellos productos definidos como sensibles (siendo el plazo más extenso el año 2014).

⁷ El perfeccionamiento de la Zona de Libre Comercio entre Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela culminó en 1993. Si bien el Perú se incorporó a la misma en 1997, con cronogramas que culminan en 2005, las importaciones bolivianas desde este país están liberadas para el universo arancelario dado el acuerdo comercial bilateral.

Con los otros dos países de la ALADI, Chile y Cuba, Bolivia ha suscrito acuerdos de tipo selectivo, en ambos casos de cobertura relativamente reducida, aunque con preferencias en general del 100%. Dicho carácter limitado se refleja en un arancel promedio para las importaciones provenientes de estos países muy cercano al promedio del arancel global (8,7% para Chile y 9% para Cuba).

Oportunidades para Paraguay

Como se pudo apreciar en la gráfica anterior, Paraguay posee una participación bastante reducida como proveedor del mercado boliviano. Las compras bolivianas provenientes de Paraguay representan el 0,9% de las importaciones globales y el 1,9% de las realizadas en la región.

Cabe mencionar que Paraguay y Bolivia forman parte del ACE N° 36 (MERCOSUR-Bolivia), el mismo que implica una amplia cobertura arancelaria negociada, y cuyo proceso de desgravación se ha iniciado en 1997. Este acuerdo cuenta actualmente con un nivel de preferencias arancelarias importante⁸ y alcanzará la liberación total en el año 2006 con excepciones.

En general, los productos exportados por Paraguay actualmente gozan en Bolivia, de un tratamiento menos favorable respecto a los países de la CAN y México, que se benefician de una Zona de Libre Comercio, en el primer caso sin excepciones y en el segundo con unas pocas excepciones.

En función de la metodología aplicada⁹, se ha identificado un conjunto de productos (7), que se pueden apreciar en el Cuadro B.1¹⁰, los mismos que reúnen las siguientes condiciones:

- Poseen oferta exportable paraguaya.
- Existe demanda boliviana.
- Paraguay tiene ventajas arancelarias sobre algún competidor regional o del Resto del Mundo, que exporta dichos productos actualmente al mercado boliviano.

Es preciso tener en cuenta que el elemento determinante de las oportunidades, que se considera en este estudio, es la existencia de ventajas arancelarias relativas, sin embargo, existen otros factores que no se abordan en el presente estudio y que determinan, en la práctica, la efectiva existencia de oportunidades comerciales, tales como: las características particulares del sector a que corresponde el producto y las decisiones de producción y comercialización; las preferencias de los consumidores a ciertas marcas y orígenes; la magnitud de la respuesta de la demanda ante variaciones de pre-

⁸ En un estudio reciente realizado por esta Secretaría, utilizando valores de la Tasa Global Arancelaria al 31/12/01, se pudo apreciar que el arancel residual que recibía Paraguay era del 3%, mientras que Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela se enfrentaban a un arancel residual del 0% y, finalmente México, del 1,8%. Los demás países recibían un arancel residual mayor. Es de esperar que esta relación se mantenga a la fecha.

⁹ Véase Anexo Metodológico.

¹⁰ La descripción de los códigos se puede observar en el Cuadro B.2. Es necesario indicar que por la longitud y complejidad de algunas glosas se presenta una descripción resumida de los ítem.

cios, es decir, la elasticidad precio-demanda; la competitividad sistémica del país; entre otros factores¹¹.

Un primer comentario general sobre los resultados concretos es que dichos productos constituyen un mercado potencial de poco más de 9 millones de dólares y, en su gran mayoría, corresponden a oportunidades frente a proveedores del Resto del Mundo, los cuales enfrentan aranceles del 10%. Esto se traduce en una ventaja arancelaria para Paraguay, en la medida que, como resultado de las negociaciones, recibe preferencias arancelarias sobre estos productos.

En segundo lugar, los productos identificados presentan valores actuales de exportación a Bolivia, en general, nulos o reducidos, registrando un total de apenas 868 mil dólares.

Por otro lado, para varios productos, la oferta exportable paraguaya es significativa en comparación con las oportunidades totales.

Al considerar los productos por capítulos del Sistema Armonizado, se destaca, por la cantidad de ítem, aquellos que están comprendidos en el Capítulo 38 (Productos diversos de la industrias químicas).

En el mismo cuadro se puede apreciar que 4 productos (de los 7 que constituyen las oportunidades identificadas) representan más del 70% de las oportunidades totales (ver columna Total) e, individualmente, superan los 1,2 millones de dólares.

Entre estos 4 productos, se encuentra en primer lugar el ítem 3808301000 (herbicidas, etc.); seguido por las demás maderas aserradas o desbastada, etc., correspondientes al ítem 4407990000; los demás herbicidas, etc., del ítem 3808309000 y; los productos del ítem 7214200000 (barras de acero o hierro, etc.).

En cuanto al origen de las oportunidades, las mismas provienen, en su gran mayoría, de la existencia de compras bolivianas desde el Resto del Mundo. En cuanto a la región, se aprecia que las únicas oportunidades surgen por la existencia de compras bolivianas desde Chile, básicamente, por las exportaciones chilenas de las demás maderas aserradas o desbastadas (ítem 4407990000), por las cuales Chile debe tributar un arancel residual del 10% frente al 3% que enfrenta Paraguay.

Por último, se consideró el aprovechamiento que realiza Paraguay de las oportunidades que tiene en el mercado boliviano. Al respecto, sobre el conjunto de productos identificados, las exportaciones actuales de Paraguay al mercado en cuestión, representan apenas el 8,5% del potencial (ver columna Aprovechamiento en el cuadro B.1). El producto en el cual se observa un mayor grado de aprovechamiento es el 3808101900 (Los demás insecticidas), aunque es necesario destacar que este valor del indicador responde más a bajas importaciones bolivianas y no a una presencia importante de las exportaciones paraguayas de este producto en dicho mercado.

¹¹ Asimismo, hay que considerar elementos relativos a la real existencia de oferta exportable permanente en Paraguay, de los productos identificados.

C. *Brasil*

Las importaciones brasileñas globales, en el promedio del período 1999-2001, fueron de 56,4 mil millones de dólares y correspondieron a 8.850 ítem arancelarios.

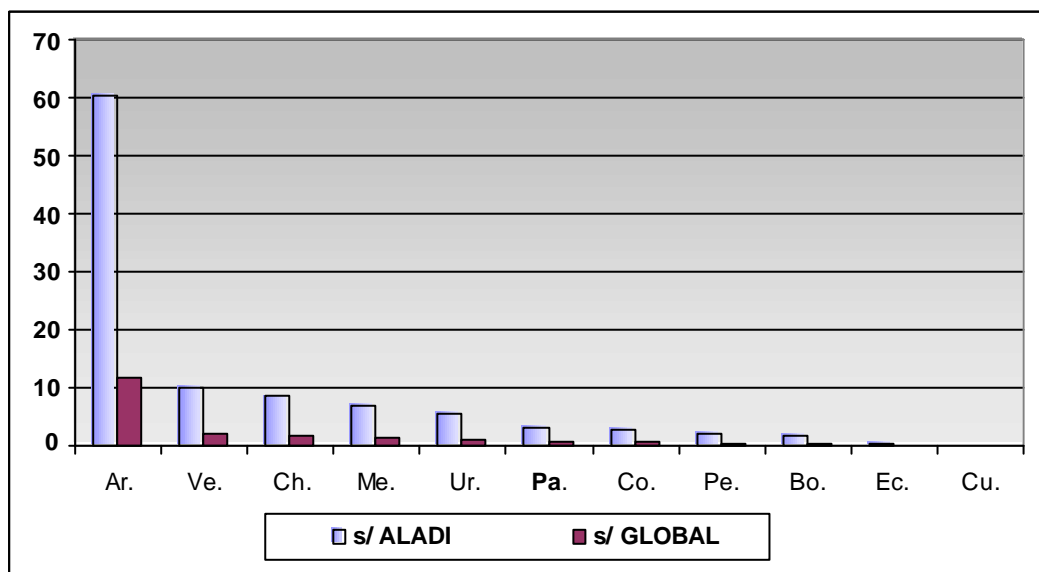
Desde el punto de vista del origen de sus importaciones, el mercado brasileño se abastece, en un 80,5%, de productos provenientes desde fuera de la región. La quinta parte de sus compras (11 mil millones de dólares) proviene de la región y, básicamente, corresponden a las importaciones originadas en Argentina (6,6 mil millones de dólares, 60,2% de las compras regionales).

Por otra parte, el MERCOSUR, más Bolivia y Chile constituyen el 78,4% de las compras realizadas por Brasil en la región. Fuera de estos países, las importaciones son significativas también en el caso de Venezuela y México.

En cuanto a su diversificación, se aprecia que el mayor número de productos corresponde a Argentina (3.827), seguido por México (2.228), Uruguay (1.794) y Chile (1.311). Por su parte, Paraguay exporta 361 ítem al mercado brasileño.

Gráfico N° 4

**Origen de las importaciones brasileñas
como % de las importaciones globales y regionales
(Promedio 1999-2001)**



Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Respecto a las preferencias otorgadas por el Brasil a sus socios se destaca que el mismo tiene acuerdos de “tercera generación” con cinco de los once socios regionales: un acuerdo subregional con sus tres socios del MERCOSUR (Argentina, Paraguay y Uruguay), y dos acuerdos con Bolivia y Chile (de tipo “4+1”). En el primer caso, la liberación ha abarcado, prácticamente, el universo arancelario, restando por incorporar solamente los sectores azucarero y automotor. Con los dos últimos países el cronograma general culmina en los años 2006 y 2004, respectivamente, aunque en ambos acuerdos se incluyen cronogramas más extensos para aquellos productos definidos como sensibles.

Finalmente, con los países de la CAN, Cuba y México, Brasil ha suscrito acuerdos de tipo selectivo, en todos los casos, de cobertura relativamente reducida. Dicho carácter limitado se refleja en un arancel promedio para las importaciones provenientes de estos países, muy cercano al promedio del arancel global (entre 10,2% y 10,8% para los países andinos, 10,8% para Cuba y 11,8% para México¹²).

Oportunidades para Paraguay

Como se pudo apreciar en la gráfica anterior, Paraguay participa como proveedor del mercado brasileño, en una forma marginal. Las compras brasileñas provenientes de Paraguay representan el 0,6% de las importaciones globales y el 2,8% de las realizadas en la región.

Cabe recordar que Paraguay y Brasil forman parte del ACE N° 18 (MERCOSUR), a través del cual se ha constituido una zona de libre comercio con pocas excepciones entre ambos países, Argentina y Uruguay.

En ese sentido, las oportunidades paraguayas en el mercado en cuestión se presentan frente a países que no pertenecen al MERCOSUR, y que por ende no poseen un acceso, desde el punto de vista arancelario, tan preferencial como lo tiene Paraguay en el mercado brasileño.

En función de la metodología aplicada¹³, se ha identificado un conjunto de productos (20), que se pueden apreciar en el Cuadro C.1¹⁴, los mismos que reúnen las siguientes condiciones:

- Poseen oferta exportable paraguaya.
- Existe demanda brasileña.
- Paraguay tiene ventajas arancelarias sobre algún competidor regional o del Resto del Mundo, que actualmente le vende dichos productos al mercado brasileño.

Es preciso tener en cuenta que el elemento determinante de las oportunidades, que se considera en este estudio, es la existencia de ventajas arancelarias relativas, sin embargo, existen otros factores que no se abordan en el presente documento y que determinan, en la práctica, la efectiva existencia de oportunidades comerciales, tales como: las características particulares del sector a que corresponde el producto y las decisiones de producción y comercialización; las preferencias de los consumidores a ciertas marcas y orígenes; la magnitud de la respuesta de la demanda ante variaciones de precios, es decir, la elasticidad precio-demanda; la competitividad sistémica del país; entre otros factores.

Un primer comentario general sobre los resultados es que los productos identificados constituyen un mercado potencial de 87,6 millones de dólares y, en su mayoría, corresponden a oportunidades frente a proveedores del Resto del Mundo, los cuales se enfrentan, en general, a aranceles relativamente altos (13,5% en promedio). Esto se traduce en una ventaja arancelaria a favor de Paraguay, en la medida que, como resultado del MERCOSUR, recibe preferencias arancelarias sobre estos productos.

¹² Dichos valores corresponden a valores arancelarios de fecha 31/12/01.

¹³ Véase Anexo Metodológico.

¹⁴ La descripción de los códigos se puede observar en el Cuadro C.2. Es necesario indicar que por la longitud y complejidad de algunas descripciones se presenta una descripción resumida de los ítem.

En segundo lugar, varios de los productos identificados son exportados por Paraguay al mercado brasileño, y algunos de ellos en cantidades importantes (por ejemplo el ítem 10059010: maíz). Las ventas al mercado en cuestión ascienden a los 28,8 millones de dólares.

Al considerar los productos por capítulos del Sistema Armonizado, se destacan, por la cantidad de ítem, aquellos que están comprendidos en el Capítulo 41 (Piel y cueros) y el 62 (Prendas y accesorios, excepto los de punto).

En el mismo cuadro se puede apreciar que 8 productos (de los 20 que constituyen las oportunidades identificadas) representan más del 70% de las oportunidades totales (ver columna Total) e, individualmente, superan los 4,2 millones de dólares.

Entre estos 8 productos, se encuentran, ordenados según su importancia, el ítem 21021000 (Levaduras vivas); el ítem 41042212 (Cueros y pieles, enteros o medios); el ítem 39233000 (Botellas, etc.); 41043119 (Cueros y pieles, los demás); 23091000 (Alimentos para perros y gatos); 41041011 (Cueros y pieles no divididos); 62034200 (pantalones de algodón para hombres, etc.); y el 62034300 (pantalones de algodón para mujeres, etc.).

En cuanto al origen de las oportunidades, las mismas provienen, en su mayoría, de la existencia de compras brasileñas desde el Resto del Mundo. En cuanto a la región, se aprecia que las mayores oportunidades surgen por la existencia de compras brasileñas desde México, principalmente por las compras del ítem 21021000 (levaduras vivas).

Por último, se consideró el aprovechamiento que realiza Paraguay de las oportunidades que tiene en el mercado brasileño. Al respecto, sobre el conjunto de productos identificados, las exportaciones actuales de Paraguay al mercado en cuestión, representan el 25% del potencial (ver columna Aprovechamiento en el cuadro respectivo). El producto en el cual se observa el grado más alto de aprovechamiento es el 10059010 (Maíz en grano), debido a las importantes ventas que realiza Paraguay al mercado brasileño.

D. Chile

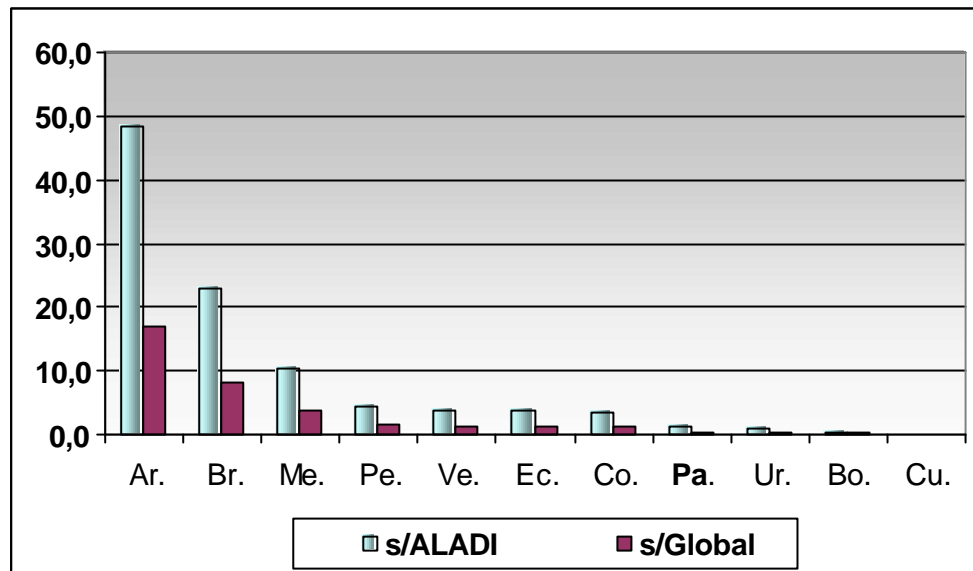
Las importaciones chilenas globales, en el promedio del período 1999-2001, fueron de 15,5 mil millones de dólares y correspondieron a 5.443 ítem arancelarios.

Desde el punto de vista del origen de sus importaciones, el mercado chileno se abastece, en un 65%, de productos provenientes desde fuera de la región. Poco más de la tercera parte de sus compras (5,5 mil millones de dólares) proviene de la región y, básicamente, corresponden a las importaciones originadas en Argentina (2,7 mil millones de dólares, 48% de las compras regionales), Brasil (1,3 mil millones de dólares, 23%) y México (575 millones, 10,5%). Dichos orígenes totalizan el 82% de las compras chilenas en la región.

En cuanto a su diversificación, se aprecia que el mayor número de productos importados por Chile corresponde a las compras a Brasil (2.984), seguido por Argentina (2.922), México (2.129), Perú (1.314) y Colombia (1.044). Por su parte, Paraguay exporta a Chile, en promedio, 205 ítem.

Gráfico N° 5

**Origen de las importaciones chilenas
como % de las importaciones regionales y globales
(Promedio 1999 – 2001)**



Fuente: Secretaría General de la ALADI.

En lo que respecta a las preferencias otorgadas, Chile ha suscrito acuerdos de “tercera generación” con el MERCOSUR, Colombia, Ecuador, México, Perú y Venezuela. Adicionalmente, mantiene acuerdos de tipo selectivo, pero de escaso alcance, con Bolivia y Cuba.

Oportunidades para Paraguay

Como se pudo apreciar en la gráfica anterior, Paraguay posee una participación reducida como proveedor del mercado chileno. Las compras chilenas provenientes de Paraguay representan el 0,4% de las importaciones globales y el 1,3% de las realizadas en la región.

Cabe mencionar que Paraguay y Chile forman parte del ACE N° 35 (MERCOSUR-Chile), el mismo que implica una amplia cobertura arancelaria negociada, y cuyo proceso de desgravación se ha iniciado en 1997. Este acuerdo cuenta actualmente con un nivel de preferencias arancelarias importante¹⁵ y alcanzará una liberalización total en el año 2004 con excepciones (la liberalización total sin excepciones está prevista para el año 2014).

¹⁵ En un estudio reciente realizado por esta Secretaría, utilizando valores de la Tasa Global Arancelaria al 31/12/01, se pudo apreciar que el arancel residual que recibía Paraguay era del 1,1%. Pero dada la amplitud y profundidad de los “acuerdos de tercera generación” firmados por Chile con la mayoría de los países de la región, sólo Cuba (7,6%), Bolivia (7,5%) y Perú (2%) recibían un arancel residual mayor. Es de esperar que esta relación se mantenga a la fecha.

En función de la metodología aplicada¹⁶, se ha identificado un conjunto de productos (25), que se pueden apreciar en el Cuadro D.1¹⁷, los mismos que reúnen las siguientes condiciones:

- Poseen oferta exportable paraguaya.
- Existe demanda chilena.
- Paraguay tiene ventajas arancelarias sobre algún competidor regional o del Resto del Mundo, que actualmente exporta dichos productos al mercado chileno.

Es preciso tener en cuenta que el elemento determinante de las oportunidades, que se considera en este estudio, es la existencia de ventajas arancelarias relativas, sin embargo, existen otros factores que no se abordan en el presente estudio y que determinan, en la práctica, la efectiva existencia de oportunidades comerciales, tales como: las características particulares del sector a que corresponde el producto y las decisiones de producción y comercialización; las preferencias de los consumidores a ciertas marcas y orígenes; la magnitud de la respuesta de la demanda ante variaciones de precios, es decir, la elasticidad precio-demanda; la competitividad sistémica del país; entre otros factores¹⁸.

Un primer comentario general sobre los resultados concretos es que dichos productos constituyen un mercado potencial de casi 328 millones de dólares, y, en su mayoría, corresponden a oportunidades frente a los demás países miembros de la ALADI.

En relación a las oportunidades con respecto al Resto del Mundo, las mismas ascienden, también, a montos significativos (142 millones de dólares). En este caso, los productos analizados enfrentan un arancel del 6% en Chile, lo que se traduce en una ventaja arancelaria para Paraguay, en la medida que, como resultado de las negociaciones, recibe preferencias arancelarias sobre estos productos¹⁹.

En segundo lugar, varios de los productos identificados con oportunidades, ya se exportan a Chile, por un total de 63 millones de dólares.

Por otro lado, para la mayoría de productos, la oferta exportable de Paraguay es significativa en relación a las oportunidades totales en el mercado chileno.

Al considerar los productos por capítulos del Sistema Armonizado, se destacan, por la cantidad de ítem, aquellos que están comprendidos en el Capítulo 38 (Productos diversos de las industrias químicas) y también de los Capítulos 44 (Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera), 52 (Algodón), y el 62 (Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto).

¹⁶ Véase Anexo Metodológico.

¹⁷ La descripción de los códigos se puede observar en el Cuadro D.2. Es necesario indicar que por la longitud y complejidad de algunas descripciones se presenta una descripción resumida de los ítem.

¹⁸ Asimismo, hay que considerar elementos relativos a la real existencia de oferta exportable permanente en Paraguay, de los productos identificados.

¹⁹ No se consideran los acuerdos extrarregionales suscritos por Chile con otros países.

En el mismo cuadro se puede apreciar que 5 productos (de los 25 que constituyen las oportunidades identificadas) representan más del 70% de las oportunidades totales (ver columna Total) e, individualmente, superan los 18 millones de dólares.

Entre estos 5 productos, se encuentra en primer lugar el ítem 02013000 (Carne de animales de la especie bovina, deshuesada); el ítem 23040000 (Tortas y demás residuos de la extracción de aceite de soja, etc.); el 10059000 (Los demás maíz); 02023000 (Carne de animales de la especie bovina congelada, deshuesada.) y; el 62034290 (Los demás trajes, etc.).

En cuanto a las oportunidades originadas en la región, las mismas surgen, principalmente, por la existencia de compras chilenas desde Brasil y Argentina. En el primer caso, dichas oportunidades se explican, básicamente, por las exportaciones brasileñas de carne bovina refrigerada deshuesada (ítem 02013000) y de tortas y demás residuos de la extracción de aceite de soja (23040000). En el caso de Argentina, las oportunidades de Paraguay de competir en mejores condiciones que este país, en el mercado chileno, se estaría observando, principalmente, en los mismos ítem mencionados para el caso brasileño. Los dos países, para ambos productos, enfrentan un arancel residual de 4,2% en el mercado chileno, mientras que Paraguay enfrenta un arancel residual de 1,5% y 0%, respectivamente.

Por último, se consideró el aprovechamiento que realiza Paraguay de las oportunidades que tiene en el mercado chileno. Al respecto, sobre el conjunto de productos identificados, las exportaciones actuales de Paraguay al mercado en cuestión, representan el 16,2% del potencial (ver columna Aprovechamiento en el cuadro respectivo). El producto en el cual se observa el mayor grado de aprovechamiento es el 12010000 (Habas de Soja, etc.) aunque es necesario destacar que este valor del indicador responde mayormente a las bajas importaciones chilenas y no a una presencia relevante de las exportaciones paraguayas de este producto en dicho mercado.

E. Colombia

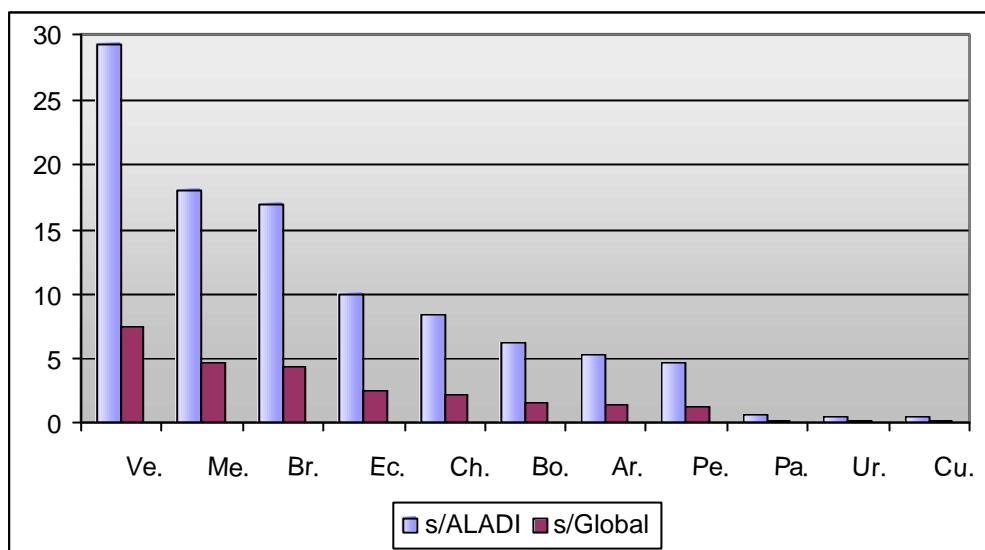
Las importaciones colombianas globales, en el promedio del período 1999-2001, fueron de 11,7 mil millones de dólares y correspondieron a 6.139 ítem arancelarios.

Desde el punto de vista del origen de sus importaciones, el mercado colombiano se abastece, en casi un 75%, de productos provenientes desde fuera de la región. Poco más de la cuarta parte de sus compras (2,9 mil millones de dólares) proviene de la región y, básicamente, corresponden a las importaciones originadas en Venezuela (868,6 millones de dólares, 29,2% de las compras regionales), México (537 millones de dólares, 18,1%) y Brasil (504,6 millones, 17%). Dichos orígenes totalizan el 64,3% de las compras colombianas en la región.

En cuanto a su diversificación, se aprecia que el mayor número de productos importados por Colombia corresponde a las compras a México (2.293), seguido por Brasil (2.283), Venezuela (1.570) y Ecuador (1.016). El resto de países exporta menos de 1.000 ítem. Por su parte, Paraguay apenas exporta 39 ítem al mercado colombiano.

Gráfico N° 6

**Origen de las importaciones colombianas
como % de las importaciones regionales y globales**



Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Respecto a las preferencias otorgadas por Colombia a sus socios se destacan aquellas incorporadas en los acuerdos de libre comercio con los países de la CAN, Chile y México. En el primer caso, la liberación ha abarcado, prácticamente, el universo arancelario²⁰, al igual que con Chile; en el caso de México, el cronograma general culmina en el año 2004. En estos dos últimos acuerdos se incluyen cronogramas más extensos para aquellos productos definidos como sensibles.

Con los restantes países de la ALADI Colombia ha suscrito acuerdos de tipo selectivo, entre los cuales se destaca el suscrito con Cuba, que es el de menor cobertura en relación al universo de productos.

Oportunidades para Paraguay

Como se puede apreciar en la gráfica anterior, las importaciones que realiza Colombia desde Paraguay representan el 0,1% de las importaciones globales y el 0,5% de las realizadas en la región.

Cabe recordar que Paraguay posee un acuerdo con Colombia de carácter selectivo, por lo que el número de productos paraguayos que reciben preferencias arancelarias en dicho mercado es reducido.

²⁰ El perfeccionamiento de la Zona de Libre Comercio entre Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela culminó en 1993. Si bien el Perú se incorporó a la misma en 1997, con cronogramas que culminan en 2005, las importaciones bolivianas desde este país están liberadas para el universo arancelario dado el acuerdo comercial bilateral.

En función de la metodología aplicada²¹, se ha identificado un conjunto de productos (2), que se pueden apreciar en el Cuadro E.1²², los mismos que reúnen las siguientes condiciones:

- Poseen oferta exportable paraguaya.
- Existe demanda colombiana.
- Paraguay tiene ventajas arancelarias sobre algún competidor regional o del Resto del Mundo, que vende dichos productos al mercado colombiano.

Es preciso tener en cuenta que el elemento determinante de las oportunidades, que se considera en este estudio, es la existencia de ventajas arancelarias relativas, sin embargo, existen otros factores que no se abordan en el presente estudio y que determinan, en la práctica, la efectiva existencia de oportunidades comerciales, tales como: las características particulares del sector a que corresponde el producto y las decisiones de producción y comercialización; las preferencias de los consumidores a ciertas marcas y orígenes; la magnitud de la respuesta de la demanda ante variaciones de precios, es decir, la elasticidad precio-demanda; la competitividad sistémica del país; entre otros factores.

Un primer comentario general sobre los resultados concretos es que dichos productos constituyen un mercado potencial de 4,5 millones de dólares, y en su mayoría corresponden a oportunidades frente a proveedores del Resto del Mundo, los cuales se enfrentan a un arancel promedio del 5%.

En segundo lugar, dichos productos no son exportados, actualmente, por Paraguay al mercado de Colombia.

Por otro lado, para ambos productos, la oferta paraguaya es mayor a las oportunidades identificadas.

Como se aprecia en el Cuadro E.1, en primer lugar consta el ítem 4104220000 (Cueros y pieles de bovino, precurtidos de otro modo), seguido por el 3301299000 (Los demás Aceites esenciales).

En cuanto al origen de las oportunidades, las mismas provienen, en su mayoría, de la existencia de compras colombianas desde el Resto del Mundo. En cuanto a la región, se aprecia que las mayores oportunidades surgen por la existencia de compras colombianas desde Brasil, principalmente, por las exportaciones brasileñas del ítem 4104220000. Sin embargo, hay que destacar que la ventaja arancelaria a favor de Paraguay, respecto a Brasil, es muy leve.

Por último, el aprovechamiento que realiza Paraguay de las oportunidades que tiene en el mercado colombiano es nulo, dado que no existen exportaciones paraguayas al mercado en cuestión, para los dos productos identificados con oportunidades.

²¹ Véase Anexo Metodológico.

²² La descripción de los códigos se puede observar en el Cuadro E.2. Es necesario indicar que por la longitud y complejidad de algunas descripciones se presenta una descripción resumida de los ítem.

F. Cuba

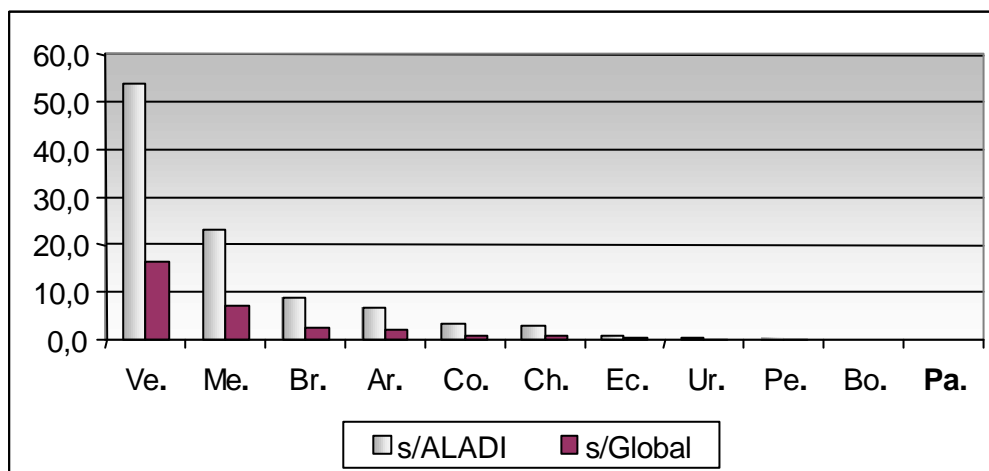
Las importaciones cubanas globales, en el promedio del período 1999-2001, fueron de 4,8 mil millones de dólares y correspondieron a 4.906 ítem arancelarios.

Desde el punto de vista del origen de sus importaciones, el mercado cubano se abastece, en un 70%, de productos provenientes desde fuera de la región. Cerca de la tercera parte de sus compras (1,5 mil millones de dólares) proviene de la región, y básicamente corresponden a las importaciones originadas en Venezuela (785 millones de dólares, 54% de las compras regionales) y México (338 millones de dólares, 23%).

En cuanto a su diversificación, se aprecia que el mayor número de productos importados por Cuba corresponde a las compras a México (3.033), seguido por Brasil (1.000). A pesar del monto importado desde Venezuela, las mismas se concentran en 685 productos, mientras que Paraguay exportó a Cuba tan sólo 1 ítem.

Gráfico N° 7

**Origen de las importaciones cubanas
como % de las importaciones regionales y globales
(Promedio 1999 – 2001)**



Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Cuba ha suscrito acuerdos de tipo selectivo con todos los países miembros de la ALADI, no habiendo firmado aún acuerdos de libre comercio con ninguno de ellos. Derivado de esta situación, el arancel residual promedio respecto a los países de la Asociación no se aparta sustantivamente del arancel promedio global, en la medida en que los acuerdos suscritos son de cobertura limitada²³.

²³ En un trabajo reciente de la Secretaría General, utilizando información de la Tasa Global Arancelaria (TGA) al 31/12/01, dicha tasa ascendía a 28,5%, mientras que los aranceles residuales aplicados a los países miembros oscilaban entre el 21,2% (Brasil) y el 28,4% (Argentina).

Oportunidades para Paraguay

Como se pudo apreciar en la gráfica anterior, Paraguay no participa como proveedor del mercado cubano, al igual que Bolivia.

Cabe recordar que Cuba tiene suscrito un acuerdo de carácter selectivo con Paraguay, el mismo que implica una baja cobertura arancelaria negociada. Asimismo, los demás países miembros poseen acuerdos de similares características.

En función de la metodología aplicada²⁴, se ha identificado un conjunto de productos (11), que se pueden apreciar en el Cuadro F.1²⁵, los mismos que reúnen las siguientes condiciones:

- Poseen oferta exportable paraguaya.
- Existe demanda cubana.
- Paraguay tiene ventajas arancelarias sobre algún competidor regional o del Resto del Mundo, que vende dichos productos al mercado cubano.

Es preciso tener en cuenta que el elemento determinante de las oportunidades, que se considera en este estudio, es la existencia de ventajas arancelarias relativas, sin embargo, existen otros factores que no se abordan en el presente estudio y que determinan, en la práctica, la efectiva existencia de oportunidades comerciales, tales como: las características particulares del sector a que corresponde el producto y las decisiones de producción y comercialización; las preferencias de los consumidores a ciertas marcas y orígenes; la magnitud de la respuesta de la demanda ante variaciones de precios, es decir, la elasticidad precio-demanda; la competitividad sistémica del país; el costo y la disponibilidad de transporte, entre otros factores.

Un primer comentario general sobre los resultados concretos es que dichos productos constituyen un mercado potencial de casi 89 millones de dólares y, en su mayoría, corresponden a oportunidades frente a proveedores regionales, los cuales se enfrentan a aranceles superiores en dichos productos. Como se aprecia en el cuadro, en estos productos Paraguay posee 100% de preferencias arancelarias.

En segundo lugar, los productos identificados con oportunidades a favor de Paraguay no se exportan a Cuba.

En el Cuadro F.1 se puede apreciar que 4 productos (de los 11 que constituyen las oportunidades identificadas) representan el 76% de las oportunidades totales (ver columna Total) e, individualmente, superan los 9 millones de dólares.

Entre estos 4 productos, se encuentran, ordenados según su importancia, el ítem 23040000 (Tortas de soja, etc.); el ítem 10059000 (Maíz, los demás); el ítem 15071000 (Aceite en bruto de soja, etc.); y el ítem 15121900 (Aceite de girasol o cártamo, los demás).

²⁴ Véase Anexo Metodológico.

²⁵ La descripción de los códigos se puede observar en el Cuadro F.2. Es necesario indicar que por la longitud y complejidad de algunas descripciones se presenta una descripción resumida de los ítem.

En cuanto al origen de las oportunidades, las mismas provienen, en su mayoría, de la existencia de exportaciones de competidores regionales al mercado cubano, no obstante las oportunidades respecto al Resto del Mundo ascienden a montos significativos. En cuanto a la región, se aprecia que las oportunidades surgen, principalmente, por la existencia de compras cubanas desde Argentina y México. En el primer caso, dichas oportunidades se explican, básicamente, por las exportaciones argentinas de tortas de soja; aceite de soja; maíz; y aceite de girasol o cártamo. En el caso de México, las oportunidades de Paraguay de competir en mejores condiciones que este país, en el mercado cubano, se estaría observando, principalmente, en el ítem 15121900 (Aceite de girasol o cártamo, los demás).

Por último, se consideró el aprovechamiento que realiza Paraguay de las oportunidades que tiene en el mercado cubano. En la medida que Paraguay no realiza exportaciones a dicho mercado, el aprovechamiento de las oportunidades es nulo.

G. Ecuador

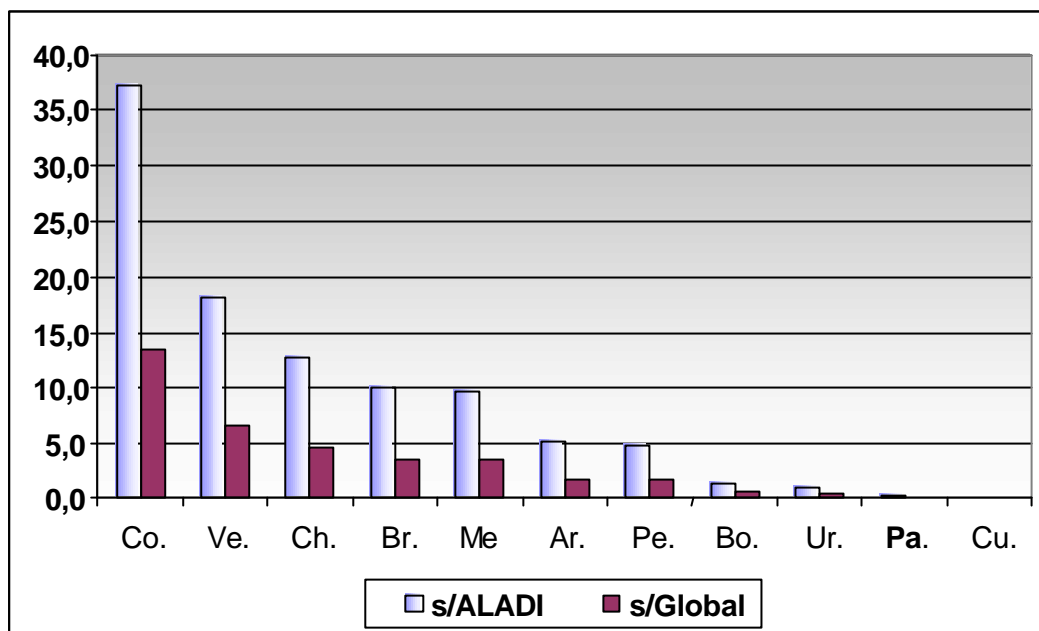
Las importaciones ecuatorianas globales, en el promedio del período 1999-2001, fueron de 4 mil millones de dólares y correspondieron a 5.985 ítem arancelarios.

Desde el punto de vista del origen de sus importaciones, el mercado ecuatoriano se abastece, en un 64%, de productos provenientes desde fuera de la región. Poco más de la tercera parte de sus compras (1,5 mil millones de dólares) proviene de la región y, principalmente, corresponden a las importaciones originadas en Colombia (548 millones de dólares, 37% de las compras regionales), seguidos por Venezuela (266 millones, 18%) y por otros países extra-CAN. Perú y Bolivia, sus otros dos socios en la Comunidad Andina, representan una porción menor de sus compras.

En cuanto a su diversificación, se aprecia que el mayor número de productos importados por Ecuador corresponde a las compras a Colombia (2.675), seguido por Brasil (1.930), México (1.617) y Perú (1.291). Por su parte, Paraguay exporta apenas 52 ítem al mercado ecuatoriano.

Gráfico N° 8

Origen de las importaciones ecuatorianas
como % de las importaciones regionales y globales
(Promedio 1999 -2001)



Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Respecto a las preferencias otorgadas por el Ecuador a sus socios se destacan aquellas incorporadas en los acuerdos de libre comercio con los socios de la CAN y Chile. En el primer caso, la liberación ha abarcado, prácticamente, el universo arancelario, restando por incorporar, solamente, productos negociados con el Perú²⁶. En el caso de Chile, se trata de un acuerdo de nueva generación que cubre el universo arancelario con algunas excepciones.

Con los restantes países de la ALADI, el Ecuador tiene acuerdos de tipo selectivo entre los cuales se destacan los acuerdos suscritos con el Uruguay y con el Paraguay, que son de amplia cobertura en relación al universo de productos, pero con preferencias arancelarias inferiores al 100%.

Oportunidades para Paraguay

Como se pudo apreciar en la gráfica anterior, Paraguay participa como proveedor del mercado ecuatoriano, en una forma marginal. Las compras ecuatorianas provenientes de Paraguay representan el 0,05% de las importaciones globales y el 0,1% de las realizadas en la región.

²⁶ El perfeccionamiento de la Zona de Libre Comercio entre Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela culminó en 1993. Si bien el Perú se incorporó a la misma en 1997, con cronogramas que culminan en 2005, las importaciones bolivianas desde este país están liberadas para el universo arancelario dado el acuerdo comercial bilateral. En este documento se supone que la CAN constituye una zona de libre comercio sin excepciones.

Cabe recordar que Ecuador tiene suscrito un acuerdo de carácter selectivo con Paraguay (ACE N° 30), el mismo que implica una baja preferencia arancelaria promedio.

Los productos exportados por Paraguay gozan en Ecuador de un tratamiento menos favorable respecto al resto de los países de la CAN y Chile, debido a que con dichos países Ecuador ha suscrito acuerdos de “tercera generación”, como se mencionó anteriormente²⁷. No obstante, con los restantes países de la ALADI, Ecuador posee acuerdos incluso más limitados, en términos de las preferencias otorgadas con Paraguay.

En función de la metodología aplicada²⁸, se han identificado ocho productos, que se pueden apreciar en el Cuadro G.1²⁹, los mismos que reúnen las siguientes condiciones:

- Poseen oferta exportable paraguaya.
- Existe demanda ecuatoriana.
- Paraguay tiene ventajas arancelarias sobre algún competidor regional o del Resto del Mundo, que actualmente exporta dichos productos al mercado ecuatoriano.

Es preciso tener en cuenta que el elemento determinante de las oportunidades, que se considera en este estudio, es la existencia de ventajas arancelarias relativas, sin embargo, existen otros factores que no se abordan en el presente estudio y que determinan, en la práctica, la efectiva existencia de oportunidades comerciales, tales como: las características particulares del sector a que corresponde el producto y las decisiones de producción y comercialización; las preferencias de los consumidores a ciertas marcas y orígenes; la magnitud de la respuesta de la demanda ante variaciones de precios, es decir, la elasticidad precio-demanda; la competitividad sistémica del país; entre otros factores³⁰.

Un primer comentario general sobre los resultados concretos es que dichos productos constituyen un mercado potencial de poco más de 54 millones de dólares y, en su mayoría, corresponden a oportunidades frente a proveedores del Resto del Mundo, los cuales se enfrentan a un arancel superior (11,1% en promedio). Esto se traduce en una ventaja arancelaria para Paraguay, en la medida que, como resultado de las negociaciones, recibe preferencias arancelarias sobre estos productos.

En segundo lugar, los productos identificados con oportunidades, en general, no son exportados por Paraguay al mercado ecuatoriano.

²⁷ En un estudio reciente realizado por esta Secretaría, utilizando valores de la Tasa Global Arancelaria al 31/12/01, se pudo apreciar que el arancel residual que recibía Paraguay era del 7,5%, mientras que los demás países miembros extra-CAN se enfrentaban a un arancel residual cercano al valor de la TGA promedio (11,9%), con excepción de Chile (0,4%) y Uruguay (7,5%). Es de esperar que esta relación en los niveles arancelarios bilaterales se mantenga a la fecha.

²⁸ Véase Anexo Metodológico.

²⁹ La descripción de los códigos se puede observar en el Cuadro G.2. Es necesario indicar que por la longitud y complejidad de algunas descripciones se presenta una descripción resumida de los ítem.

³⁰ Asimismo, hay que considerar elementos relativos a la real existencia de oferta exportable permanente en Paraguay, de los productos identificados.

Por otro lado, para la mayoría de productos, la oferta exportable de Paraguay es significativa en relación a las oportunidades totales en el mercado ecuatoriano.

En el Cuadro G.1 se puede apreciar que un par de productos representan el 71% de las oportunidades totales (ver columna Total) e, individualmente, superan los 18 millones de dólares.

Estos 2 productos son, el ítem 52010000 (Algodón sin cardar ni peinar), y el ítem 15071000 (Aceites de soja), ambos con una oferta exportable muy significativa.

En cuanto al origen de las oportunidades, como se mencionó previamente, las mismas provienen, en su mayoría, de la existencia de compras ecuatorianas desde el Resto del Mundo. Frente a estos países, las mayores oportunidades de competir en mejores condiciones arancelarias, se encuentran en las exportaciones de Algodón sin cardar ni peinar. En cuanto a la región, se aprecia que las oportunidades surgen, principalmente, por la existencia de compras ecuatorianas desde Argentina. En este caso, dichas oportunidades se explican, básicamente, por las exportaciones argentinas de aceites de soja.

Por último, se consideró el aprovechamiento que realiza Paraguay de las oportunidades que tiene en el mercado ecuatoriano. Al respecto, sobre el conjunto de productos identificados, las exportaciones actuales de Paraguay al mercado en cuestión, representan tan sólo el 0,3% del potencial (ver columna Aprovechamiento en el cuadro respectivo).

H. México

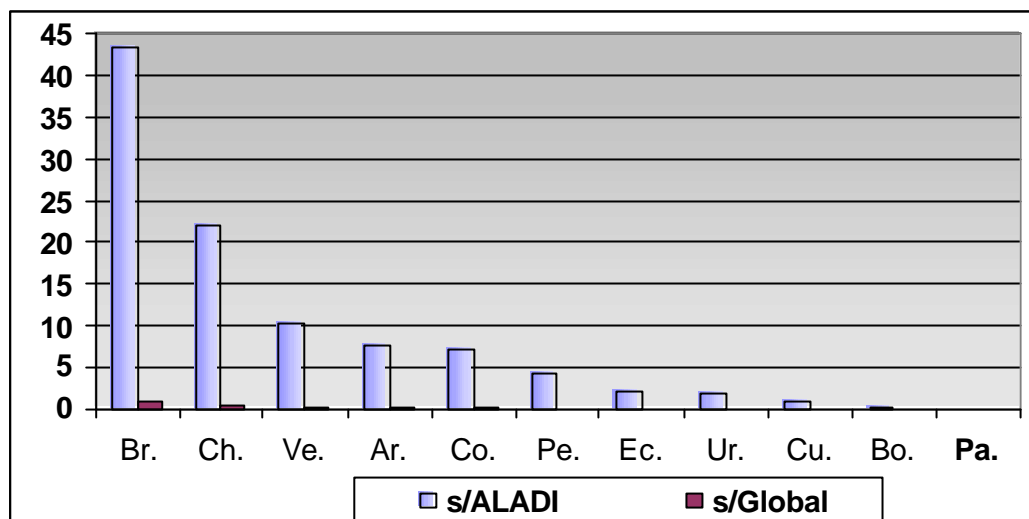
Las importaciones mexicanas globales, en el promedio del período 1999-2001, fueron de 175,8 mil millones de dólares y correspondieron a 11.073 ítem arancelarios.

Desde el punto de vista del origen de sus importaciones, el mercado mexicano se abastece, en el 97,6%, de productos provenientes desde fuera de la región. Tan sólo 2,4% de sus compras totales (4,2 mil millones de dólares) proviene de la región y, básicamente, corresponden a las importaciones originadas en Brasil (1,8 mil millones de dólares, 43,3% de las compras regionales), Chile (913,7 millones de dólares, 21,9%) y Venezuela (432,6 millones, 10,4%). Dichos orígenes totalizan el 75,6% de las compras mexicanas en la región.

En cuanto a su diversificación, se aprecia que el mayor número de productos importados por México corresponde a las compras a Brasil (3.953), seguido por Argentina (2.046), Colombia (1.808), Chile (1.630) y Venezuela (1.152). Por su parte, Paraguay exporta apenas 81 ítem al mercado mexicano.

Gráfico N° 9

Origen de las importaciones mexicanas
como % de las importaciones regionales y globales



Fuente: Secretaría General de la ALADI.

En lo que respecta a las preferencias otorgadas, México ha suscrito acuerdos de “tercera generación” con Bolivia, Chile, Colombia y Venezuela³¹, más un acuerdo de tipo selectivo, aunque de amplia cobertura y con preferencias significativas con el Uruguay. Adicionalmente, mantiene acuerdos de tipo selectivo de escasa cobertura con los restantes países.

Oportunidades para Paraguay

Como se puede apreciar en la gráfica anterior, Paraguay no tiene presencia exportadora en el mercado mexicano. Las importaciones que realiza México desde Paraguay apenas alcanzan el 0,1% de las compras realizadas en la región y respecto a las compras globales son prácticamente nulas.

Cabe recordar que Paraguay mantiene con México un acuerdo de carácter selectivo, a través del cual este país otorga preferencias arancelarias sobre un número reducido de productos paraguayos.

En función de la metodología aplicada³², se ha identificado un conjunto de productos (37), que se pueden apreciar en el Cuadro H.1³³, los mismos que reúnen las siguientes condiciones:

- Poseen oferta exportable paraguaya.
- Existe demanda mexicana.
- Paraguay tiene ventajas arancelarias sobre algún competidor regional o del Resto del Mundo, que vende dichos productos al mercado mexicano.

³¹ Los acuerdos con Colombia y Venezuela mantienen listas de excepciones relativamente significativas.

³² Véase Anexo Metodológico.

³³ La descripción de los códigos se puede observar en el Cuadro H.2. Es necesario indicar que por la longitud y complejidad de algunas descripciones se presenta una descripción resumida de los ítem.

Es preciso tener en cuenta que el elemento determinante de las oportunidades, que se considera en este estudio, es la existencia de ventajas arancelarias relativas, sin embargo, existen otros factores que no se abordan en el presente estudio y que determinan, en la práctica, la efectiva existencia de oportunidades comerciales, tales como: las características particulares del sector a que corresponde el producto y las decisiones de producción y comercialización; las preferencias de los consumidores a ciertas marcas y orígenes; la magnitud de la respuesta de la demanda ante variaciones de precios, es decir, la elasticidad precio-demanda; la competitividad sistémica del país; el costo y la disponibilidad de transporte, entre otros factores.

Un primer comentario general sobre los resultados concretos es que dichos productos constituyen, aparentemente, un mercado potencial de 781,5 millones de dólares, sin embargo, esta afirmación merece una relativización. Al no considerarse los acuerdos de México extra-ALADI, muchas de estas oportunidades podrían no existir debido a la existencia de preferencias que este país otorga a sus socios del TLCAN.

En segundo lugar, muy pocos de los productos identificados con oportunidades, ya se exportan a México, y sus valores son poco significativos, registrando un total de apenas 160 mil dólares.

Al considerar los productos por capítulos del Sistema Armonizado, se destacan, por la cantidad de ítem, aquellos que están comprendidos en el Capítulo 44 (Madera y sus manufacturas) y en el 38 (Productos diversos de las industrias químicas).

En el mismo cuadro se puede apreciar que 7 productos (de los 37 que constituyen las oportunidades identificadas) representan más del 70% de las oportunidades totales (ver columna Total) e, individualmente, superan los 45 millones de dólares.

Entre estos 7 productos, se encuentra en primer lugar el ítem 42050099 (Las demás manufacturas de cuero, etc.); seguido por el 41043101 (Cueros y pieles, plena flor, etc.); el ítem 38083001 (Herbicidas); el 38081099 (Los demás insecticidas, etc.); 44121902 (Madera contrachapada de coníferas); 41042299 (Los demás cueros y pieles, etc.); y el 41042201 (Cueros de bovino, precurtidos al cromo húmedo).

En cuanto a la región, se aprecia que las mayores oportunidades surgen por la existencia de compras mexicanas desde Brasil y Argentina. En el primer caso, dichas oportunidades se explican, básicamente, por las exportaciones brasileñas del ítem 41042201 (Cueros de bovino, precurtidos al cromo húmedo) y del 38081099 (Los demás insecticidas, etc.), mientras que en el caso de Argentina, se explican por las exportaciones de este país, al mercado mexicano, del ítem 42050099 (Las demás manufacturas de cuero, etc.) y del 41042299 (Los demás cueros y pieles, de bovino).

Por último, se consideró el aprovechamiento que realiza Paraguay de las oportunidades que tiene en el mercado mexicano. Al respecto, sobre el conjunto de productos identificados, las exportaciones actuales de Paraguay al mercado en cuestión, representan apenas el 0,02% del potencial (ver columna Aprovechamiento en el cuadro respectivo).

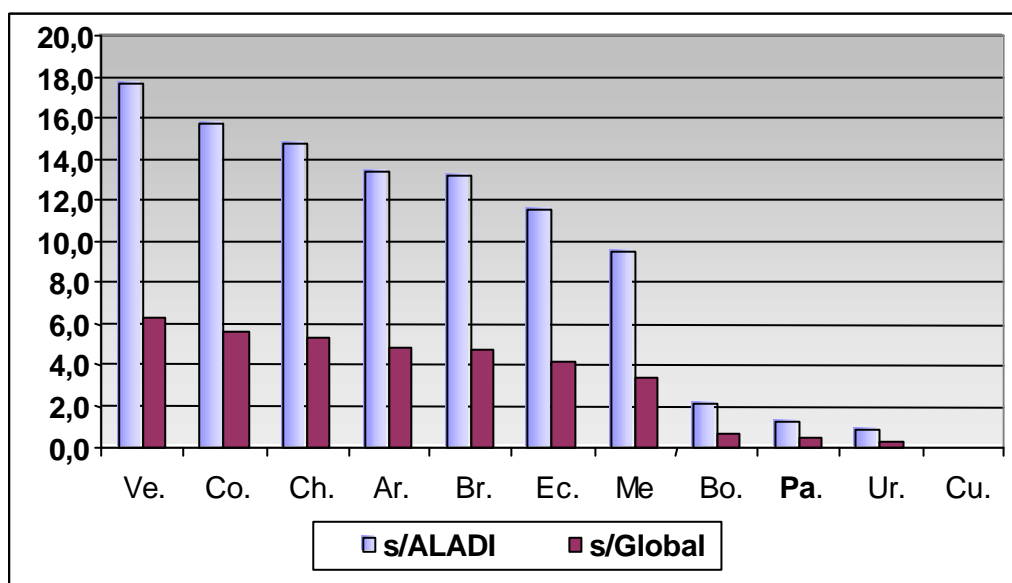
I. Perú

Las importaciones peruanas globales, en el promedio del período 1999-2001, fueron de 7,2 mil millones de dólares y correspondieron a 6.320 ítem arancelarios.

Desde el punto de vista del origen de sus importaciones, el mercado peruano se abastece, en un 64,6%, de productos provenientes desde fuera de la región. Poco más de la tercera parte de sus compras (2,5 mil millones de dólares) proviene de la región y, principalmente, corresponden a las importaciones originadas en Venezuela (449 millones de dólares, 17,7% de las compras regionales), seguidos por Colombia (400 millones, 15,7%) y por otros países extra-CAN. Ecuador y Bolivia, sus otros dos socios en la Comunidad Andina, representan una porción menor de sus compras.

En cuanto a su diversificación, se aprecia que el mayor número de productos importados por Perú corresponde a las compras a Brasil (2.596), seguido por Chile (2.565), México (1.986) y Argentina (1.637). Por su parte, Paraguay exporta 88 ítem al mercado peruano.

Gráfico N° 10
Origen de las importaciones peruanas
como % de las importaciones regionales y globales
(Promedio 1999 – 2001)



Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Respecto a las preferencias otorgadas por el Perú a sus socios se destacan aquellas incorporadas en los acuerdos de libre comercio con los socios de la CAN y Chile. En el primer caso, la liberación ha abarcado, prácticamente, el universo arancelario, restando por incorporar solamente algunos productos negociados por el Perú³⁴. En el caso de Chile, se trata de un acuerdo de nue-

³⁴ El perfeccionamiento de la Zona de Libre Comercio entre Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela culminó en 1993. Si bien el Perú se incorporó a la misma en 1997, con cronogramas que culminan en 2005, las importaciones bolivianas desde este país están liberadas para el universo arancelario dado el acuerdo comercial bilateral. En este documento, se considera que la CAN constituye una zona de libre comercio sin excepciones.

va generación, el mismo que cubre el universo arancelario con algunas excepciones, y cuyo cronograma general o amplio culmina en el año 2008.

Con los restantes países de la ALADI Perú tiene acuerdos de tipo selectivo, dentro de los cuales los suscritos con Paraguay y Uruguay son los de menor cobertura en relación al universo de productos.

Oportunidades para Paraguay

Como se pudo apreciar en la gráfica anterior, Paraguay participa como proveedor del mercado peruano, en una forma marginal. Las compras peruanas provenientes de Paraguay representan el 0,5% de las importaciones globales y el 1,3% de las realizadas en la región.

Cabe recordar que Perú tiene suscrito un acuerdo de carácter selectivo con Paraguay (APR N° 20), el mismo que implica una baja cobertura arancelaria negociada. Los productos exportados por Paraguay gozan en Perú de un tratamiento menos favorable respecto a la mayoría de los países miembros³⁵.

En función de la metodología aplicada³⁶, se ha identificado un conjunto de productos (7), que se pueden apreciar en el Cuadro I.1³⁷, los mismos que reúnen las siguientes condiciones:

- Poseen oferta exportable paraguaya.
- Existe demanda peruana.
- Paraguay tiene ventajas arancelarias sobre algún competidor regional o del Resto del Mundo, que actualmente exporta dichos productos al mercado peruano.

Es preciso tener en cuenta que el elemento determinante de las oportunidades, que se considera en este estudio, es la existencia de ventajas arancelarias relativas, sin embargo, existen otros factores que no se abordan en el presente estudio y que determinan, en la práctica, la efectiva existencia de oportunidades comerciales, tales como: las características particulares del sector a que corresponde el producto y las decisiones de producción y comercialización; las preferencias de los consumidores a ciertas marcas y orígenes; la magnitud de la respuesta de la demanda ante variaciones de precios, es decir, la elasticidad precio-demanda; la competitividad sistémica del país; entre otros factores³⁸.

Un primer comentario general sobre los resultados concretos es que dichos productos constituyen un mercado potencial de 206,5 millones de dólares y, en su mayoría, corresponden a oportunidades frente a proveedores del Resto del Mundo, los cuales se enfrentan a un arancel superior (10,4% en prome-

³⁵ En un estudio reciente realizado por esta Secretaría, utilizando valores de la Tasa Global Arancelaria al 31/12/01, se pudo apreciar que el arancel residual que recibía Paraguay era del 11,7%, valor cercano a la TGA promedio (11,8%). Es de esperar que esta relación en los niveles arancelarios bilaterales se mantenga a la fecha.

³⁶ Véase Anexo Metodológico.

³⁷ La descripción de los códigos se puede observar en el Cuadro I.2. Es necesario indicar que por la longitud y complejidad de algunas descripciones se presenta una descripción resumida de los ítem.

³⁸ Asimismo, hay que considerar elementos relativos a la real existencia de oferta exportable permanente en Paraguay, de los productos identificados.

dio). Esto se traduce en una ventaja arancelaria para Paraguay, en la medida que, como resultado de las negociaciones, recibe preferencias arancelarias sobre estos productos.

En segundo lugar, varios de los productos identificados con oportunidades se exportan a Perú en forma marginal, con excepción del ítem 2304000000 (Tortas y demás residuos sólidos de la extracción de aceite de soja), cuya exportación promedio al mercado de Perú fue significativa (30,4 millones de dólares). Las exportaciones paraguayas totales de los productos identificados, al mercado peruano, totalizaron 31,7 millones de dólares.

Por otro lado, la oferta exportable de Paraguay en estos productos asciende a 126,3 millones de dólares, que más allá de las consideraciones en el nivel de agregación, significa una oferta considerable.

En el Cuadro I.1 se puede apreciar que 2 productos (de los 7 que constituyen las oportunidades identificadas) representan más del 75% de las oportunidades totales (ver columna Total) e, individualmente, superan los 50 millones de dólares.

Estos 2 productos son, el ítem 1005901100 (Maíz amarillo), y 2304000000 (Tortas y demás residuos sólidos de la extracción de aceite de soja).

En cuanto al origen de las oportunidades, las mismas provienen, en su mayoría, de la existencia de compras peruanas desde el Resto del Mundo, no obstante, las oportunidades frente a países de la región ascienden a valores significativos y de similar cuantía. En este último caso, se aprecia que dichas oportunidades surgen, principalmente, por la existencia de compras peruanas desde Argentina, que se explican, básicamente, por sus exportaciones de maíz amarillo (1005901100) y tortas de soja (2304000000) al mercado peruano.

Por último, se consideró el aprovechamiento que realiza Paraguay de las oportunidades que tiene en el mercado peruano. Al respecto, sobre el conjunto de productos identificados, las exportaciones actuales de Paraguay al mercado en cuestión, representan 13,3% del potencial (ver columna Aprovechamiento en el cuadro respectivo). De los 2 productos con mayores oportunidades, se observa que el ítem 2304000000 (Tortas y demás residuos sólidos de la extracción de aceite de soja) es el producto en el cual se observa el mayor grado de aprovechamiento.

J. Uruguay

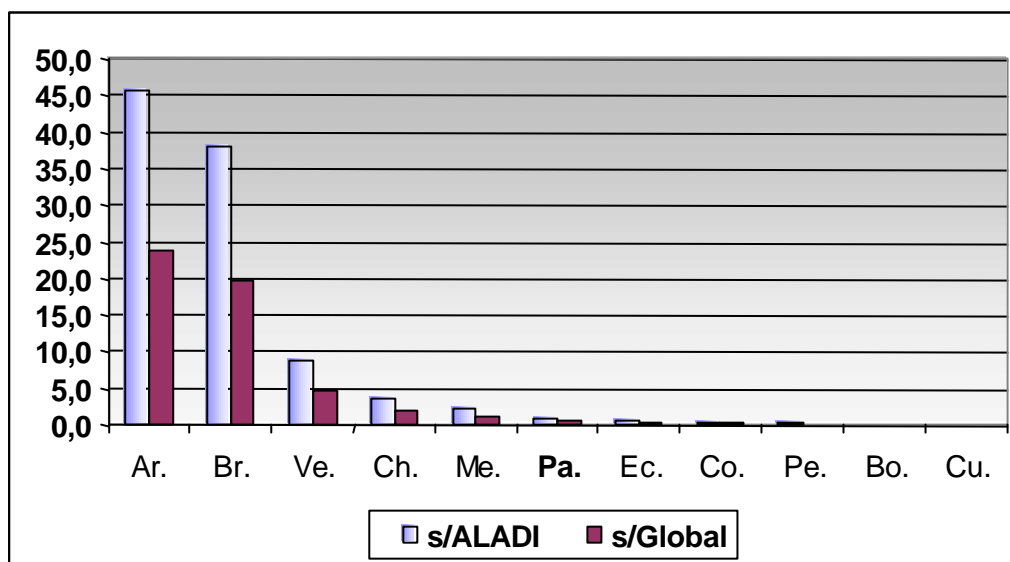
Las importaciones uruguayas globales, en el promedio del período 1999-2001, fueron de 3,3 mil millones de dólares y correspondieron a 8.022 ítem arancelarios.

Desde el punto de vista del origen de sus importaciones, el mercado uruguayo se abastece, en un 52%, de productos provenientes desde la región. Aproximadamente 1,7 mil millones de dólares provienen de la región, principalmente de sus socios del MERCOSUR, en particular desde Argentina (779 millones de dólares, 45,5% de las compras regionales) y Brasil (648 millones de dólares, 37,8%).

En cuanto a su diversificación, se aprecia que el mayor número de productos importados por Uruguay corresponde a las compras a Argentina (4.639 ítem), Brasil (4.138), Chile (1.553) y México (1.036). El resto de países exporta menos de 1.000 ítem al mercado uruguayo. Por su parte, Paraguay, exporta 356 productos al mercado uruguayo.

Gráfico N° 11

**Origen de las importaciones uruguayas
como % de las importaciones regionales y globales**



Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Respecto a las preferencias otorgadas por el Uruguay a sus socios, se destaca que el mismo tiene acuerdos de “tercera generación” con cinco de los once socios regionales: un acuerdo subregional con sus tres socios del MERCOSUR (Argentina, Brasil y Paraguay), y dos acuerdos con Bolivia y Chile (de tipo “4+1”). En el primer caso, la liberación ha abarcado prácticamente el universo arancelario, restando por incorporar, solamente, los sectores azucarero y automotor. Con los dos últimos países el cronograma general culmina en los años 2006 y 2004, respectivamente, aunque en ambos acuerdos se incluyen cronogramas más extensos para aquellos productos definidos como sensibles.

Adicionalmente, tiene dos acuerdos de tipo selectivo pero de amplia cobertura: uno con México, el cual, además, por la profundidad de las preferencias otorgadas, se puede considerar un acuerdo de libre comercio; y otro con el Ecuador, también de amplia cobertura, pero con preferencias arancelarias de menor profundidad³⁹.

³⁹ De los 8.022 ítem arancelarios del Uruguay con importaciones, este país otorga preferencias en 7.481 a México y en 6.831 al Ecuador, siendo las mismas del 100% en 6.114 ítem en el primer caso y sólo 28 ítem en el segundo.

Oportunidades para Paraguay

Como se pudo apreciar en la gráfica anterior, Paraguay, prácticamente, no participa como proveedor del mercado uruguayo, en la medida que las compras uruguayas provenientes de Paraguay representan el 0,5% de las importaciones globales y el 0,9% de las realizadas en la región.

Cabe recordar que Paraguay es miembro del MERCOSUR (ACE N° 18), junto a Argentina, Brasil y Uruguay, a través del cual se ha constituido una zona de libre comercio, con unas pocas excepciones.

En función de la metodología aplicada⁴⁰, se ha identificado un conjunto de productos (5), que se pueden apreciar en el Cuadro J.1⁴¹, los mismos que reúnen las siguientes condiciones:

- Poseen oferta exportable paraguaya.
- Existe demanda uruguaya.
- Paraguay tiene ventajas arancelarias sobre algún competidor regional o del Resto del Mundo, que vende dichos productos al mercado uruguayo.

Es preciso tener en cuenta que el elemento determinante de las oportunidades, que se considera en este estudio, es la existencia de ventajas arancelarias relativas, sin embargo, existen otros factores que no se abordan en el presente estudio y que determinan, en la práctica, la efectiva existencia de oportunidades comerciales, tales como: las características particulares del sector a que corresponde el producto y las decisiones de producción y comercialización; las preferencias de los consumidores a ciertas marcas y orígenes; la magnitud de la respuesta de la demanda ante variaciones de precios, es decir, la elasticidad precio-demanda; la competitividad sistémica del país; entre otros factores.

Un primer comentario general sobre los resultados concretos es que dichos productos constituyen un mercado potencial de 6,2 millones de dólares y, en su gran mayoría, corresponden a oportunidades frente a proveedores de fuera de la región. En relación a la región, las oportunidades apenas ascienden a 186 mil dólares.

En segundo lugar, de los 5 productos identificados con oportunidades, 3 se exportan a Uruguay, sin embargo, los montos exportados, apenas superan los 1,1 millones de dólares.

En el mismo cuadro se puede apreciar que 3 productos (de los 5 que constituyen las oportunidades identificadas) representan el 73% de las oportunidades totales (ver columna Total).

De los dos productos mencionados, en primer lugar se destaca el ítem 2309100000 (Alimentos para perros o gatos, etc.); seguido del 2401104000 (Tabaco en hojas secas, etc.); y el 4104221200 (Cueros y pieles de bovino y equino, enteros o medios).

⁴⁰ Véase Anexo Metodológico.

⁴¹ La descripción de los códigos se puede observar en el Cuadro J.2. Es necesario indicar que por la longitud y complejidad de algunas descripciones se presenta una descripción resumida de los ítem.

En cuanto al origen de las oportunidades, tal como se mencionó, las mismas provienen, en su mayoría, de la existencia de compras uruguayas desde fuera de la región. En el caso de la región, las oportunidades son escasas, y solo se presentan respecto a las exportaciones de Bolivia, en el ítem 6305339090 (Los demás sacos, etc.)

Por último, se consideró el aprovechamiento que realiza Paraguay de las oportunidades que tiene en el mercado uruguayo. Al respecto, sobre el conjunto de productos identificados, las exportaciones actuales de Paraguay al mercado en cuestión, representan el 15,6% del potencial (ver columna Aprovechamiento en el cuadro respectivo). El mayor grado de aprovechamiento se observa en el ítem 6203420090 (Los demás trajes, etc.).

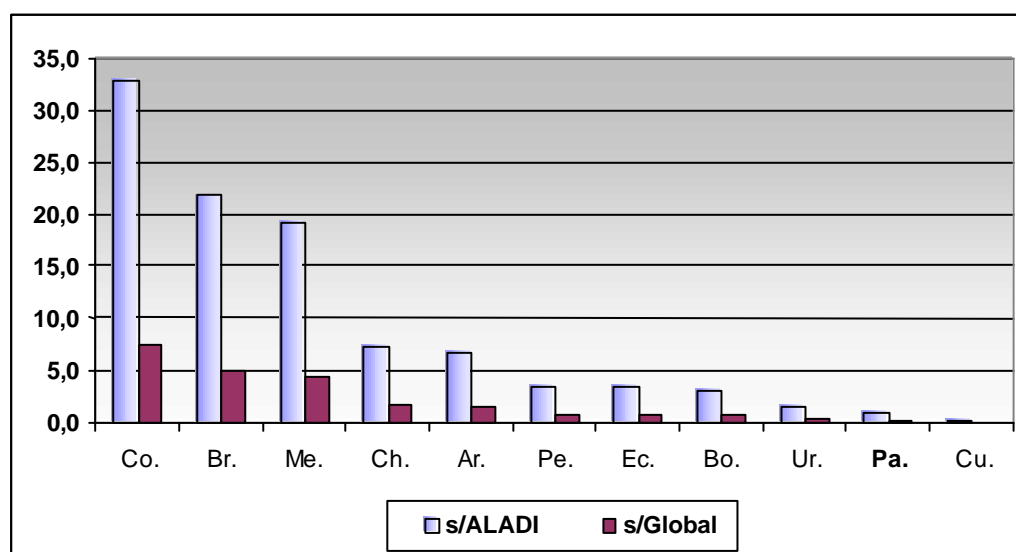
K. **Venezuela**

Las importaciones venezolanas globales, en el promedio del período 1999-2001, fueron de 14,6 mil millones de dólares y correspondieron a 6.331 ítem arancelarios.

Desde el punto de vista del origen de sus importaciones, el mercado venezolano se abastece, en un 77%, de productos provenientes desde fuera de la región. Por su parte, las compras a la región, ascienden a 3,3 mil millones de dólares, principalmente a Colombia (1,1 mil millones de dólares, 32,8% de las compras regionales), Brasil (720 millones de dólares, 21,8%) y México (632 millones, 19,1%).

En cuanto a su diversificación, se aprecia que el mayor número de productos importados por Venezuela corresponde a las compras a Colombia (3.229 ítem), Brasil (3.003), y México (2.685). Por su parte, Paraguay, exporta apenas 63 productos al mercado venezolano.

Gráfico N° 12
Origen de las importaciones venezolanas
como % de las importaciones regionales y globales
(Promedio 1999 – 2001)



Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Respecto a las preferencias otorgadas por Venezuela a sus socios se destacan aquellas otorgadas a los demás miembros de la CAN, a Chile en su acuerdo bilateral de libre comercio, así como a México en el Acuerdo del Grupo de los Tres. En el primer caso, la liberación ha abarcado la totalidad del universo arancelario⁴², y algo similar ocurre en el acuerdo con Chile, en el cual se ha previsto la eliminación de las excepciones y cronogramas más extensos para algunos productos sensibles. En el caso de México, el cronograma de liberación general culmina en el año 2004, aunque el acuerdo incluye también cronogramas más largos para los productos sensibles.

Oportunidades para Paraguay

En función de la metodología aplicada⁴³, no se han identificado productos paraguayos con oportunidades en el mercado venezolano. Entre los motivos que podrían explicar esta falta de oportunidades, se encuentra el hecho de que Paraguay posee un acuerdo de carácter selectivo con Venezuela, a través del cual recibe preferencias sobre un número reducido de ítem.

⁴² El perfeccionamiento de la Zona de Libre Comercio entre Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela culminó en 1993. Si bien el Perú se incorporó a la misma en 1997, con cronogramas que culminan en 2005, las importaciones bolivianas desde este país están liberadas para el universo arancelario dado el acuerdo comercial bilateral. En este documento se supone la existencia de una Zona de Libre Comercio al interior de la CAN, sin excepciones.

⁴³ Véase Anexo Metodológico.

ANEXO ESTADÍSTICO

CUADRO 1 - ANEXO
OPORTUNIDADES DE PARAGUAY EN LA REGION, POR PAISES, SEGÚN SUBPARTIDA
En miles de dólares, promedio 1999-2001

Subpartida	Arg.	Bol.	Bra.	Chi.	Col.	Cub.	Ecu.	Méx.	Per.	Uru.	Total
020130	581			95.495							96.076
020230	2.112		1.449	23.672		3.760			2.963		33.956
020629	4.052								6.725		10.777
050400	2.146								5.969		8.115
100590	1.548		5.455	32.124		13.536			99.316		151.978
120100				823		1.336					2.159
120740			2.374								2.374
150710						12.825	18.677		31.176		62.678
150790						7.987					7.987
151211						4.883			4.298		9.181
151219						9.239					9.239
151229								916			916
210210	2.722		13.463	1.436		907		3.628			22.156
230400				64.578		32.173		42.797	56.088		195.636
230610						1.543		14.820			16.363
230910	15.760		6.934	7.962						1.748	32.404
240110	1.259									1.648	2.907
240120	2.211	492		2.382							5.085
240220			1.603					4.114			5.717
290611	1.056		4.098								5.154
300490								1.663			1.663
330112								4.538			4.538
330125								4.430			4.430
330129	1.893				1.315			12.500			15.708
380810	19.692	1.849		13.841			12.291	62.533			110.207
380830	62.109	4.392		27.213			2.034	98.476			194.225
391723	551		1.088	964				67.457			70.060
392330	9.773		8.132	6.062							23.967
410410			5.529					607			6.136
410422	5.605		10.590	789	3.177			91.077		1.131	112.370
410431	2.200		8.002					90.024			100.226
420100								2.161			2.161
420500			1.684					183.740			185.424
440690								11.562			11.562
440799		1.415						1.337			2.752
440890	1.478		3.960	1.962							7.400
440920				1.482							1.482
441214								10.144			10.144
441219						576		51.829			52.404
441810	1.347							2.625			3.972
441890	594			1.742				4.106			6.443
500400								1.228			1.228
520100	2.361			1.874			19.778				24.012
520512			1.377	1.100							2.477
520932				3.276							3.276
620342	6.355		4.681	24.340			507			711	36.594
620343	3.950		4.237	9.865							18.052
620462	3.324		1.348								4.672
630533	980							6.785		1.010	8.775
721420	2.654	1.229		4.735			829	6.427			15.874
760200			1.559								1.559
Total	158.312	9.378	87.563	327.716	4.492	88.766	54.116	781.523	206.534	6.248	1.724.648

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Nota: En gris y en negrita se destacan los valores mayores a 10 millones de dólares.

CUADRO 2 - ANEXO

OPORTUNIDADES DE PARAGUAY EN LA REGION, PRINCIPALES DESTINOS Y ORIGEN DE LAS MISMAS

En miles de dólares, promedio 1999-2001

Cap.	CAN			CHILE			CUBA			MERCOSUR			MEXICO		
	ALADI	RDM	TOTAL	ALADI	RDM	TOTAL	ALADI	RDM	TOTAL	ALADI	RDM	TOTAL	ALADI	RDM	TOTAL
02	6.997	2.691	9.688	118.621	546	119.167	104	3.657	3.760		8.194	8.194			
05	5.955	14	5.969								2.146	2.146			
10	57.279	42.037	99.316	1	32.123	32.124	6.672	6.864	13.536		7.002	7.003			
12					823	823		1.336	1.336	824	1.551	2.374			
15	20.502	33.649	54.151				27.085	7.850	34.934					916	916
21					1.436	1.436	183	724	907	7.476	8.710	16.185	578	3.050	3.628
23	25.325	30.762	56.088	64.085	8.455	72.540	32.027	1.690	33.717	1.748	22.694	24.442		57.617	57.617
24		492	492		2.382	2.382				1.698	5.023	6.721	1	4.113	4.114
29										7	5.147	5.154			
30														1.663	1.663
33	84	1.231	1.315							5	1.888	1.893	158	21.311	21.468
38	794	19.772	20.566	159	40.895	41.055				83	81.718	81.802	5.885	155.125	161.009
39				1.951	5.075	7.026				4.009	15.534	19.543	120	67.338	67.457
41	848	2.329	3.177	669	119	789				1.767	31.292	33.058	7.433	174.274	181.708
42										1.333	352	1.684	3.935	181.965	185.900
44	1.313	102	1.415		5.186	5.186	89	487	576	66	7.313	7.379	3.306	78.296	81.602
50														1.228	1.228
52	772	19.006	19.778	129	6.120	6.249					3.737	3.737			
62	4	503	507	21	34.183	34.204				2.126	22.479	24.605			
63										978	1.012	1.990	8	6.777	6.785
72	137	1.920	2.058		4.735	4.735				1.478	1.176	2.654		6.427	6.427
76										1.247	312	1.559			
Total	120.011	154.508	274.519	185.637	142.079	327.716	66.159	22.607	88.766	24.846	227.278	252.124	21.424	760.099	781.523

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

CUADRO A.1
PRINCIPALES OPORTUNIDADES ACTUALES DE PARAGUAY EN EL MERCADO ARGENTINO Y GRADO DE APROVECHAMIENTO
En miles de dólares y porcentajes

6 dígitos	Argentina		Paraguay			Bolivia		Colombia		Chile		México		Perú		Oportunidades			Aprovechamiento
	Código	TGA	Of. Export.	Ar. Resid.	Imp. de Arg.	Ar. Resid.	Imp. de Arg.	Ar. Resid.	Imp. de Arg.	Ar. Resid.	Imp. de Arg.	Ar. Resid.	Imp. de Arg.	Ar. Resid.	Imp. de Arg.	ALADI	R. Mundo	Total	
020130	02013000	14,0	36.243	0,0	120											0	581	581	17,1%
020230	02023000	14,0	14.221	0,0	120											0	2.112	2.112	5,4%
020629	02062990	12,0	1.192	0,0	1											0	4.052	4.052	0,0%
050400	05040013	10,0	2.290	0,0	0											0	2.146	2.146	0,0%
100590	10059010	10,0	26.055	0,0	1.052											0	1.547	1.548	40,5%
210210	21021000	16,0	2.076	0,0	277			8,0	25	1,1	1.156	16,0	601		1.781	941	2.722	9,2%	
230910	23091000	16,0	3.948	0,0	0										0	15.760	15.760	0,0%	
240110	24011090	16,0	28.692	0,0	0											0	1.259	1.259	0,0%
240120	24012030	16,0		0,0	0											0	686	686	0,0%
240120	24012040	16,0	2.906	0,0	0					1,1	50					50	1.475	1.525	0,0%
290611	29061100	14,0	2.104	0,0	228											0	1.056	1.056	17,7%
330129	33012990	4,0	1.510	0,0	1							2,0	4	4,0	1	5	1.888	1.893	0,1%
380810	38081010	16,0	1.359	0,0	119							16,0	0			0	997	998	10,7%
380810	38081029	10,0	1.359	0,0	0			4,0	63						63	18.631	18.695	0,0%	
380830	38083022	16,0	936	0,0	0										0	11.990	11.990	0,0%	
380830	38083023	16,0	936	0,0	0											0	2.336	2.336	0,0%
380830	38083029	10,0	936	0,0	0							5,0	19		19	46.209	46.228	0,0%	
380830	38083059	10,0	936	0,0	0							5,0	1		1	1.555	1.555	0,0%	
391723	39172300	18,0	1.113	0,0	173			12,6	23	5,4	41	18,0	5	12,6	0	70	481	551	23,9%
392330	39233000	20,0	3.274	0,0	2.440	10	1	12,0	81	6,0	2.055	20,0	320	20,0	101	2.557	7.215	9.773	20,0%
410422	41042211	10,0	16.668	0,0	424											0	787	787	35,0%
410422	41042212	10,0	16.668	0,0	417	7	13	7,0	23			10,0	3		40	4.779	4.818	8,0%	
410431	41043119	12,0	9.510	0,0	1.887	6	55									55	684	738	71,9%
410431	41043120	12,0	9.510	0,0	0											0	1.462	1.462	0,0%
440890	44089000	8,0	2.520	0,0	20											0	1.478	1.478	1,4%
441810	44181000	16,0	1.718	0,0	156					6,9	1					1	1.346	1.347	10,4%
441890	44189000	16,0	3.096	0,0	150	4,8	7			1,1	37	16,0	22			66	529	594	20,1%
520100	52010020	8,0	74.539	0,0	214											0	2.361	2.361	8,3%
620342	62034200	22,0	8.406	0,0	6.697	4,4	1	15,4	132	9,5	49	22,0	569	13,2	11	762	5.592	6.355	51,3%
620343	62034300	22,0	979	0,0	594	6,6	1	15,4	0	9,5	237	22,0	6			245	3.705	3.950	13,1%
620462	62046200	22,0	2.998	0,0	2.498	6,6	1	11,0	4	9,5	37	22,0	5	13,2	20	67	3.257	3.324	42,9%
630533	63053390	18,0	1.056	0,0	116	9	106			5,4	42	18,0	2			150	830	980	10,6%
721420	72142000	14,0	1.911	0,0	2.736					14,0	1.478					1.478	1.176	2.654	50,8%
Total		14,1	281.666	0,0	20.438	10,7	185	10,7	351	6,3	5.183	14,8	1.557	12,2	134	7.410	150.902	158.312	11,4%

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Nota: Las oportunidades que se presentan en este cuadro corresponden a productos cuyas oportunidades superan los 500 mil dólares.

En el presente cuadro no existen columnas correspondientes a los demás países del MERCOSUR, así como Cuba, Ecuador y Venezuela, debido a que Paraguay no posee para los productos seleccionados, una preferencia arancelaria más favorable. o Argentina no registra importaciones de los bienes seleccionados provenientes de estos países.

Las exportaciones de Paraguay corresponden a los valores exportados a nivel de 6 dígitos, mientras que las importaciones argentinas están expresadas en la nomenclatura arancelaria nacional de Argentina.

La columna oportunidades referida a ALADI corresponde a la suma de las columnas de importaciones desde los demás países miembros.

El aprovechamiento se calculó como el cociente entre las importaciones argentinas desde Paraguay y el "mercado potencial" (suma de las primeras más el total de oportunidades).

En gris y en negrita se destacan aquellos productos cuyas oportunidades representan más del 70% de las oportunidades totales.

CUADRO A.2
ARGENTINA
GLOSA DE LOS PRODUCTOS CON OPORTUNIDADES PARA PARAGUAY

CODIGO	DESCRIPCION
02013000	Carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada. Deshuesada
02023000	Carne de animales de la especie bovina, congelada. Deshuesada
02062990	Los demás (despojos comestibles)
05040013	De porcino (tripas)
10059010	En grano (maíz)
21021000	Levaduras vivas
23091000	Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor
24011090	Los demás (tabaco)
24012030	En hojas secas en secadero de aire caliente ("Flue cured"), del tipo Virginia (tabaco)
24012040	En hojas secas ("light air cured"), del tipo Burley (tabaco)
29061100	Mentol
33012990	Los demás (aceites esenciales)
38081010	Presentados en formas o en envases exclusivamente de uso directo en aplicaciones domésticas (insecticidas)
38081029	Los demás (insecticidas)
38083022	A base de Atrazina, de Alaclor, de Diurón o de Ametrina (insecticidas)
38083023	A base de Glifosato o de su sal de monoisopropilamina, de Imazaquín o de Lactofén (insecticidas)
38083029	Los demás (insecticidas)
38083059	Los demás (insecticidas)
39172300	De polímeros de cloruro de vinilo (tubos)
39233000	Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares
41042211	Enteros o medios, sin dividir (cueros y pieles de bovino)
41042212	Enteros o medios, divididos con la flor (cueros y pieles de bovino)
41043119	Los demás (cueros y pieles de bovino)
41043120	De bovino, preparado después del curtido, acabado
44089000	Las demás (hojas para chapado, etc.)
44181000	Ventanas, contra-ventanas, y sus marcos y contramarcos
44189000	Los demás (obras y piezas de carpintería)
52010020	Simplemente desmotado (algodón)
62034200	De algodón (trajes, etc.)
62034300	De fibras sintéticas (trajes, etc.)
62046200	De algodón (trajes, etc.)
63053390	Los demás (sacos, etc.)
72142000	Con muescas, cordones, surcos o relieves, etc. (barras de hierro o acero)

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

CUADRO B.1

PRINCIPALES OPORTUNIDADES ACTUALES DE PARAGUAY EN EL MERCADO BOLIVIANO Y GRADO DE APROVECHAMIENTO

En miles de dólares y porcentajes

6 dígitos	Bolivia		Paraguay			Chile		Oportunidades			Aprovechamiento
	Código	TGA	Of. Export.	Ar. Resid.	Imp. de Bol.	Ar. Resid.	Imp. de Bol.	ALADI	R. Mundo	Total	
240120	2401202000	10,0	2.906	0,0	0			0	492	492	0,0%
380810	3808101900	10,0	1.359	0,0	213			0	908	908	19,0%
380810	3808109900	10,0	1.359	0,0	56			0	941	941	5,6%
380830	3808301000	10,0	936	0,0	513			0	3.057	3.057	14,4%
380830	3808309000	10,0	936	0,0	35			0	1.335	1.335	2,5%
440799	4407990000	10,0	5.878	3,0	0	10	1.313	1.313	102	1.415	0,0%
721420	7214200000	10,0	1.911	3,0	51	10	137	137	1.092	1.229	4,0%
Total		10,0	15.286	0,9	868	10,0	1.451	1.451	7.927	9.378	8,5%

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Nota: Las oportunidades que se presentan en este cuadro corresponden a productos cuyas oportunidades superan los 500 mil dólares. En el presente cuadro solamente existen columnas correspondientes a Chile, debido a que respecto al resto de países miembros no existen oportunidades. Las exportaciones de Paraguay corresponden a los valores exportados a nivel de 6 dígitos, mientras que las importaciones bolivianas están expresadas en la nomenclatura arancelaria nacional de Bolivia. La columna oportunidades referida a ALADI corresponde a la suma de las columnas de importaciones desde los demás países miembros, que cumplen con los requisitos de selección. El aprovechamiento se calculó como el cociente entre las importaciones bolivianas desde Paraguay y el "mercado potencial" (suma de las primeras más el total de oportunidades). Las celdas en gris y en negrita indican aquellos productos que en conjunto superan el 70% del total de la columna oportunidades totales.

CUADRO B.2**BOLIVIA****GLOSA DE LOS PRODUCTOS CON OPORTUNIDADES PARA PARAGUAY**

CODIGO	DESCRIPCION
2401202000	Tabaco rubio
3808101900	Los demás (insecticidas)
3808109900	Los demás (insecticidas)
3808301000	Presentados en formas o en envases para la venta al por menor o en artículos (herbicidas, etc.)
3808309000	Los demás (herbicidas, etc.)
4407990000	Las demás (madera aserrada o desbastada, etc.)
7214200000	Con muescas, cordones, surcos o relieves, producidos en el laminado o sometidas a torsión etc. (barras de acero o hierro, etc.)

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

CUADRO C.1
PRINCIPALES OPORTUNIDADES ACTUALES DE PARAGUAY EN EL MERCADO BRASILEÑO Y GRADO DE APROVECHAMIENTO

En miles de dólares y porcentajes

6 dígitos	Brasil		Paraguay			Bolivia		Colombia		Chile		Ecuador		México		Venezuela		Oportunidades			Aprovechamiento
	Código	TGA	Of. Export.	Ar. Resid.	Imp. de Bra.	Ar. Resid.	Imp. de Bra.	Ar. Resid.	Imp. de Bra.	Ar. Resid.	Imp. de Bra.	Ar. Resid.	Imp. de Bra.	Ar. Resid.	Imp. de Bra.	Ar. Resid.	Imp. de Bra.	ALADI	R. Mundo	Total	
020230	02023000	13,5	14.221	0,0	2.174													0	1.449	1.449	60%
100590	10059010	9,5	26.055	0,0	20.480													0	4.044	4.044	84%
100590	10059090	9,5		0,0	0													0	1.411	1.411	0%
120740	12074090	9,5	3.018	0,0	140			2,9	16					9,5	691	4,8	117	824	1.551	2.374	6%
210210	21021000	15,5	2.076	0,0	1.903					1,1	1.552			9,3	4.143			5.694	7.768	13.463	12%
230910	23091000	15,5	3.948	0,0	0													0	6.934	6.934	0%
240220	24022000	21,5	15.022	0,0	0													0	1.603	1.603	0%
290611	29061100	13,5	2.104	0,0	1.704			13,5	1			13,5	6					7	4.091	4.098	29%
391723	39172300	17,5	1.113	0,0	1.240	8,8	160											160	928	1.088	53%
392330	39233000	19,5	3.274	0,0	497			9,8	192	5,9	186			19,5	806	9,8	38	1.222	6.910	8.132	6%
410410	41041011	2,0	19.315	0,0	0													0	5.529	5.529	0%
410422	41042212	4,0	16.668	0,0	1.323			2,8	414									414	10.176	10.590	11%
410431	41043119	11,5	9.510	0,0	2	5,8	93	11,5	34									127	7.875	8.002	0%
420500	42050000	21,5	1.892	0,0	0			10,8	55			10,8	297	21,5	981			1.333	352	1.684	0%
440890	44089000	7,5	2.520	0,0	228													0	3.960	3.960	5%
520512	52051200	14,0	1.410	0,0	437													0	1.377	1.377	24%
620342	62034200	20,0	8.406	0,0	11									20,0	328			328	4.353	4.681	0%
620343	62034300	20,0	979	0,0	94					8,6	0,3			20,0	15			15	4.222	4.237	2%
620462	62046200	20,0	2.998	0,0	143							20,0	1	20,0	2			3	1.345	1.348	10%
760200	76020000	3,5	1.515	0,0	626	1,1	1	1,8	76							3,5	1.169	1.247	312	1.559	29%
Total		13,5	136.044	0,0	28.830	5,2	254	7,6	788	5,2	1.738	14,8	304	17,1	6.965	6,0	1.325	11.374	76.189	87.563	25%

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Notas: Las oportunidades que se presentan en este cuadro corresponden a productos cuyas oportunidades superan los 500 mil dólares.
 En el presente cuadro no existen columnas correspondientes a los países del MERCOSUR debido a que en el mercado regional, todos los productos seleccionados están liberalizados. Tampoco se presentan los casos de Cuba y Perú, por no existir oportunidades.
 Las exportaciones de Paraguay corresponden a los valores exportados a nivel de 6 dígitos, mientras que las importaciones brasileñas están expresadas en la nomenclatura arancelaria nacional de Brasil.
 La columna oportunidades referida a ALADI corresponde a la suma de las columnas de importaciones desde los demás países miembros.
 El aprovechamiento se calculó como el cociente entre las importaciones argentinas desde Paraguay y el "mercado potencial" (suma de las primeras más el total de oportunidades).
 En gris y en negrita se destacan aquellos productos cuyas oportunidades representan más del 70% de las oportunidades totales.

CUADRO C.2**BRASIL****GLOSA DE LOS PRODUCTOS CON OPORTUNIDADES PARA PARAGUAY**

CODIGO	DESCRIPCION
02023000	Carnes de animais da especie bovina, congeladas. Desossadas
10059010	Milho.Outro. Em grao
10059090	Milho. Outro. Outros
12074090	Outras sementes e frutos oleaginosos, mesmo triturados. Sementes de gergelim. Outras
21021000	Leveduras vivas
23091000	Alimentos para caes e gatos, acondicionados para venda a retalho
24022000	Cigarros contendo fumo (tabaco)
29061100	Mentol
39172300	De polimeros de cloreto de vinila (tubos)
39233000	Garrafoes, garrafas, frascos e artigos semelhantes
41041011	Nao divididos (couros e peles)
41042212	Inteiros ou meios, divididos com a flor (couros e peles)
41043119	Outros (couros e peles)
42050000	Outras obras de couro natural ou reconstituído
44089000	Outras (folhas para folheados, etc.)
52051200	De titulo inferior a 714,29 decitex mas nao inferior a 232,56 decitex, etc. (fios de algodao)
62034200	De algodao (calcas, etc. De uso masculino)
62034300	De fibras sinteticas (calcas, etc. De uso masculino)
62046200	De algodao (calcas, etc. De uso feminino)
76020000	Desperdicios e residuos, de aluminio

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

CUADRO D.1

PRINCIPALES OPORTUNIDADES ACTUALES DE PARAGUAY EN EL MERCADO CHILENO Y GRADO DE APROVECHAMIENTO

En miles de dólares y porcentajes

6 dígitos	Chile		Paraguay			Argentina		Bolivia		Brasil		Perú		Uruguay		Oportunidades			Aprovechamiento
	Código	TGA	Of. Export.	Ar. Resid.	Imp. de Chi.	Ar. Resid.	Imp. de Chi.	Ar. Resid.	Imp. de Chi.	Ar. Resid.	Imp. de Chi.	Ar. Resid.	Imp. de Chi.	Ar. Resid.	Imp. de Chi.	ALADI	R. Mundo	Total	
020130	02013000	6,0	36.243	1,5	40.884	4,2	43.751			4,2	45.249			3,0	6.210	95.210	285	95.495	30,0%
020230	02023000	6,0	14.221	1,5	4.831	4,2	6.355			4,2	15.964			3,0	1.092	23.411	261	23.672	17,0%
100590	10059000	6,0	26.055	1,8	185							5,2	1			1	32.123	32.124	0,6%
120100	12010000	6,0	316.458	0,4	1.512											0	823	823	64,7%
210210	21021000	6,0	2.076	0,4	0											0	1.436	1.436	0,0%
230400	23040000	6,0	46.509	0,0	13.977	4,2	33.336			4,2	30.749					64.085	493	64.578	17,8%
230910	23091000	6,0	3.948	0,4	0											0	7.962	7.962	0,0%
240120	24012000	6,0	2.906	0,4	0											0	2.382	2.382	0,0%
380810	38081010	6,0	1.359	0,0	21							1,2	158			158	5.464	5.621	0,4%
380810	38081090	6,0	1.359	0,0	0							1,2	2			2	8.219	8.220	0,0%
380830	38083010	6,0	936	0,4	0											0	14.508	14.508	0,0%
380830	38083090	6,0	936	0,0	0											0	12.705	12.705	0,0%
391723	39172300	6,0	1.113	0,4	118							6,0	3			3	961	964	10,9%
392330	39233000	6,0	3.274	0,4	0							6,0	1.948			1.948	4.115	6.062	0,0%
410422	41042200	6,0	16.668	0,9	230	6,0	469			6,0	200					669	119	789	22,6%
440890	44089090	6,0	2.520	0,2	72											0	1.962	1.962	3,5%
440920	44092000	6,0	28.720	0,2	186											0	1.482	1.482	11,2%
441890	44189000	6,0	3.096	0,4	24											0	1.742	1.742	1,4%
520100	52010000	6,0	74.539	0,0	1.105											0	1.874	1.874	37,1%
520512	52051200	6,0	1.410	0,4	0			6,0	129							129	971	1.100	0,0%
520932	52093200	6,0	2.227	0,4	85											0	3.276	3.276	2,5%
620342	62034210	6,0	8.406	2,6	100											0	6.080	6.080	1,6%
620342	62034290	6,0	8.406	2,6	139											0	18.260	18.260	0,8%
620343	62034300	6,0	979	2,6	0			6,0	21							21	9.843	9.865	0,0%
721420	72142000	6,0	1.911	0,4	0											0	4.735	4.735	0,0%
Total		6,0	606.277	0,7	63.469	4,7	83.911	6,0	151	4,7	92.162	3,9	2.111	3,0	7.302	185.637	142.079	327.716	16,2%

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Nota: Las oportunidades que se presentan en este cuadro corresponden a productos cuyas oportunidades superan los 500 mil dólares.

En el presente cuadro no existen columnas correspondientes a Colombia, Cuba, Ecuador, México y Venezuela debido a que Paraguay no posee para los productos seleccionados, una preferencia arancelaria más favorable, o en el caso de tenerla, no existen exportaciones de estos países al mercado chileno.

Las exportaciones de Paraguay corresponden a los valores exportados a nivel de 6 dígitos, mientras que las importaciones chilenas están expresadas en la nomenclatura arancelaria nacional de Chile.

La columna oportunidades referida a ALADI corresponde a la suma de las columnas de importaciones desde los demás países miembros, que cumplen con los requisitos de selección.

El aprovechamiento se calculó como el cociente entre las importaciones chilenas desde Paraguay y el "mercado potencial" (suma de las primeras más el total de oportunidades).

En gris y en negrita se destacan aquellos productos cuyas oportunidades representan más del 70% de las oportunidades totales.

CUADRO D.2**CHILE****GLOSA DE LOS PRODUCTOS CON OPORTUNIDADES PARA PARAGUAY**

CODIGO	DESCRIPCION
02013000	Carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada. Deshuesada
02023000	Carne de animales de la especie bovina, congelada. Deshuesada
10059000	Maíz. Los demás
12010000	Habas (porotos, frijoles, fréjoles)* de soja (soya), incluso quebrantadas
21021000	Levaduras vivas
23040000	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (soya), incluso molidos o en "pellets"
23091000	Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor
24012000	Tabaco total o parcialmente desvenado, etc.
38081010	Acondicionados para la venta al por menor, en envases de contenido neto de hasta 5 KN o 5 Lt. (insecticidas, etc.)
38081090	Los demás (insecticidas, etc.)
38083010	Acondicionados para la venta al por menor, en envases de contenido neto de hasta 5 KN o 5 Lt. (insecticidas, etc.)
38083090	Los demás (insecticidas, etc.)
39172300	De polímeros de cloruro de vinilo (tubos)
39233000	Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares
41042200	Cueros y pieles de bovino, precurtidos de otro modo
44089090	Las demás (hojas para chapado, etc.)
44092000	Distinta de la de coníferas (madera)
44189000	Los demás (obras y piezas de carpintería, etc.)
52010000	Algodón sin cardar ni peinar.
52051200	De título inferior a 714,29 decitex pero superior o igual a 232,56 decitex, etc. (hilados de algodón)
52093200	De ligamento sarga, incluido el cruzado, de curso inferior o igual a 4 (tejidos de algodón)
62034210	Pantalones de mezclilla (Denim)
62034290	Los demás (trajes, etc.)
62034300	De fibras sintéticas (trajes, etc.)
72142000	Con muescas, cordones, surcos o relieves, producidos en el laminado o sometidas a torsión, etc. (barras de hierro o acero)

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

CUADRO E.1
PRINCIPALES OPORTUNIDADES ACTUALES DE PARAGUAY EN EL MERCADO COLOMBIANO Y GRADO DE APROVECHAMIENTO

En miles de dólares y porcentajes

6 dígitos	Colombia		Paraguay			Argentina		Brasil		Oportunidades			Aprovechamiento
	Código	TGA	Of. Export.	Ar. Resid.	Imp. de Col.	Ar. Resid.	Imp. de Col.	Ar. Resid.	Imp. de Col.	ALADI	R. Mundo	Total	
330129	3301299000	5,0	1.510	0,0	0			2,5	84	84	1.231	1.315	0,0%
410422	4104220000	5,0	16.668	1,25	0	3,5	81	3,5	767	848	2.329	3.177	0,0%
Total		5,0	18.178	0,6	0	3,5	81	3,0	851	932	3.560	4.492	0,0%

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Notas: Las oportunidades que se presentan en este cuadro corresponden a productos cuyas oportunidades superan los 500 mil dólares.

En el presente cuadro no existen columnas correspondientes a los países de la CAN debido a que Paraguay no posee para los productos seleccionados preferencias superiores.

En el caso de Cuba y Uruguay, si bien Paraguay recibe por parte de Colombia, superiores preferencias a las que reciben estos países, en los productos seleccionados, no se registraron compras colombianas desde este origen. En el caso de Chile no se lo incluye por poseer mayores preferencias que Paraguay, en los productos seleccionados.

Las exportaciones de Paraguay corresponden a los valores exportados a nivel de 6 dígitos, mientras que las importaciones colombianas están expresadas en la nomenclatura arancelaria nacional de Colombia.

La columna oportunidades referida a ALADI corresponde a la suma de las columnas de importaciones desde los demás países miembros, que cumplen con los requisitos de selección.

El aprovechamiento se calculó como el cociente entre las importaciones argentinas desde Paraguay y el "mercado potencial" (suma de las primeras más el total de oportunidades).

CUADRO E.2
COLOMBIA
GLOSA DE LOS PRODUCTOS CON OPORTUNIDADES PARA PARAGUAY

CODIGO	DESCRIPCION
3301299000	Los demás (aceites esenciales)
4104220000	Cueros y pieles de bovino, precurtidos de otro modo

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

CUADRO F.1

PRINCIPALES OPORTUNIDADES ACTUALES DE PARAGUAY EN EL MERCADO CUBANO Y GRADO DE APROVECHAMIENTO

En miles de dólares y porcentajes

6 dígitos	Cuba		Paraguay			Argentina		Brasil		México		Oportunidades			Aprovechamiento
	Código	TGA	Of. Export.	Ar. Resid.	Imp. de Cub.	Ar. Resid.	Imp. de Cub.	Ar. Resid.	Imp. de Cub.	Ar. Resid.	Imp. de Cub.	ALADI	R. Mundo	Total	
020230	02023000	25,0	14.221	0,0	0	25,0	2			25,0	102	104	3.657	3.760	0,0%
100590	10059000	25,0	26.055	0,0	0	25,0	6.605			25,0	67	6.672	6.864	13.536	0,0%
120100	12010000	12,0	316.458	0,0	0							0	1.336	1.336	0,0%
150710	15071000	15,0	32.244	0,0	0	15,0	12.821			15,0	3	12.824	1	12.825	0,0%
150790	15079000	50,0	4.101	0,0	0	50,0	1.611			50,0	4.702	6.313	1.674	7.987	0,0%
151211	15121100	15,0	3.845	0,0	0	15,0	1.006			15,0	1	1.007	3.876	4.883	0,0%
151219	15121900	50,0	1.219	0,0	0	50,0	5.420	50,0	111	50,0	1.410	6.941	2.298	9.239	0,0%
210210	21021010	70,0	2.076	0,0	0					70,0	183	183	724	907	0,0%
230400	23040000	30,0	46.509	0,0	0	30,0	31.078			30,0	949	32.027	146	32.173	0,0%
230610	23061000	15,0	1.566	0,0	0							0	1.543	1.543	0,0%
441219	44121900	40,0	8.232	0,0	0			20,0	74	40,0	15	89	487	576	0,0%
Total		31,5	456.527	0,0	0	30,0	58.541	35,0	185	35,6	7.433	66.159	22.607	88.766	0,0%

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Notas: Las oportunidades que se presentan en este cuadro corresponden a productos cuyas oportunidades superan los 500 mil dólares. En el presente cuadro no existen columnas correspondientes a Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Perú, Uruguay y Venezuela debido a que Paraguay no posee para los productos seleccionados, una preferencia arancelaria más favorable o no existen exportaciones. Las exportaciones de Paraguay corresponden a los valores exportados a nivel de 6 dígitos, mientras que las importaciones cubanas están expresadas en la nomenclatura arancelaria nacional de Cuba. La columna oportunidades referida a ALADI corresponde a la suma de las columnas de importaciones desde los demás países miembros. El aprovechamiento se calculó como el cociente entre las importaciones cubanas desde Paraguay y el "mercado potencial" (suma de las primeras más el total de oportunidades). En gris y en negrita se destacan aquellos productos cuyas oportunidades representan más del 70% de las oportunidades totales.

CUADRO F.2**CUBA****GLOSA DE LOS PRODUCTOS CON OPORTUNIDADES PARA PARAGUAY**

CODIGO	DESCRIPCION
02023000	Carne de animales de la especie bovina, congelada. Deshuesada
10059000	Maíz. Los demás
12010000	Frijoles de Soya, incluso quebrantados
15071000	Aceite de soja en bruto, incluso desgomado
15079000	Los demás (Aceite de soja)
15121100	Aceites de girasol o cártamo, en bruto
15121900	Los demás (Aceite de girasol o cártamo)
21021010	Para panificación (levaduras)
23040000	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja, incluso molidos o en "pellets"
23061000	De algodón (Tortas y demás residuos, etc.)
44121900	Las demás (Madera)

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

CUADRO G.1

PRINCIPALES OPORTUNIDADES ACTUALES DE PARAGUAY EN EL MERCADO ECUATORIANO Y GRADO DE APROVECHAMIENTO

En miles de dólares y porcentajes

6 dígitos	Ecuador		Paraguay			Argentina		Brasil		México		Oportunidades			Aprovechamiento
	Código	TGA	Of. Export.	Ar. Resid.	Imp. de Ecu.	Ar. Resid.	Imp. de Ecu.	Ar. Resid.	Imp. de Ecu.	Ar. Resid.	Imp. de Ecu.	ALADI	R. Mundo	Total	
150710	15071000	20,5	32.244	0,0	164	16,4	16.652					16.652	2025	18.677	0,9%
380810	38081019	5,5		3,3	0					5,5	143	143	2.719	2.862	0,0%
380810	38081092	10,5	1.359	6,3	0							0	1.232	1.232	0,0%
380810	38081099	5,5		3,3	0					5,5	529	529	7.668	8.197	0,0%
380830	38083010	5,5	936	3,3	0			5,5	70	5,5	51	122	1.912	2.034	0,0%
520100	52010000	5,5	74.539	3,3	0			4,7	37	5,5	735	772	19.006	19.778	0,0%
620342	62034200	20,5	8.406	12,3	0	20,5	0	20,5	1	20,5	3	4	503	507	0,0%
721420	72142000	15,5	1.911	9,3	0							0	829	829	0,0%
Total		11,1	119.396	5,1	164	18,5	16.652	10,2	109	8,5	1.461	18.222	35.894	54.116	0,3%

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Notas: Las oportunidades que se presentan en este cuadro corresponden a productos cuyas oportunidades superan los 500 mil dólares. En el presente cuadro no existen columnas correspondientes a los países de la CAN, Chile, Cuba y Uruguay debido a que Paraguay no posee preferencias superiores o estos países no exportan estos bienes a Ecuador. Las exportaciones de Paraguay corresponden a los valores exportados a nivel de 6 dígitos, mientras que las importaciones ecuatorianas están expresadas en la nomenclatura arancelaria nacional de Ecuador. La columna oportunidades referida a ALADI corresponde a la suma de las columnas de importaciones desde los demás países miembros. El aprovechamiento se calculó como el cociente entre las importaciones ecuatorianas desde Paraguay y el "mercado potencial" (suma de las primeras más el total de oportunidades). En gris y en negrita se destacan aquellos productos cuyas oportunidades representan más del 70% de las oportunidades totales.

CUADRO G.2**ECUADOR****GLOSA DE LOS PRODUCTOS CON OPORTUNIDADES PARA PARAGUAY**

CODIGO	DESCRIPCION
15071000	Aceite de soja en bruto, incluso desgomado
38081019	Los demás (insecticidas)
38081092	A base de permetrina o cipermetrina o demás sustitutos sintéticos del piretro (insecticidas)
38081099	Los demás (insecticidas)
38083010	Presentados en formas o en envases para la venta al por menor o en artículos (insecticidas)
52010000	Algodón sin cardar ni peinar
62034200	De algodón (trajes, etc.)
72142000	Con muescas, cordones, surcos o relieves, producidos en el laminado o sometidas a torsión ,etc. (barras de hierro o acero)

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

CUADRO H.1
PRINCIPALES OPORTUNIDADES ACTUALES DE PARAGUAY EN EL MERCADO MEXICANO Y GRADO DE APROVECHAMIENTO

En miles de dólares y porcentajes

6 dígitos	México		Paraguay		Argentina		Brasil		Colombia		Perú		Venezuela		Oportunidades			Aprovechamiento	
	Código	TGA	Of. Export.	Ar. Resid.	Imp. de Méx.	Ar. Resid.	Imp. de Méx.	Ar. Resid.	Imp. de Méx.	Ar. Resid.	Imp. de Méx.	Ar. Resid.	Imp. de Méx.	Ar. Resid.	Imp. de Méx.	ALADI	R. Mundo		Total
151229	15122999	20,0	848	0,0	0										0	916	916	0,0%	
210210	21021001	18,0	2.076	0,0	0	18,0	202	10,8	221						423	2.167	2.590	0,0%	
210210	21021099	18,0		0,0	0	18,0	0			13,0	154				155	884	1.038	0,0%	
230400	23040001	18,0	46.509	0,0	0										0	42.797	42.797	0,0%	
230610	23061001	18,0	1.566	0,0	0										0	14.820	14.820	0,0%	
240220	24022001	67,0	15.022	0,0	0								67,0	1	1	4.113	4.114	0,0%	
300490	30049010	15,0	4.482	7,8	0										0	1.663	1.663	0,0%	
330112	33011201	18,0	5.048	0,0	0	18,0	25						3,2	6	31	4.507	4.538	0,0%	
330125	33012599	13,0	1.157	0,0	9										0	4.430	4.430	0,2%	
330129	33012903	13,0	1.510	1,3	0										0	1.023	1.023	0,0%	
330129	33012999	13,0		0,0	43	6,5	127								127	11.350	11.477	0,4%	
380810	38081001	3,0		0,0	0			1,5	0						0	8.976	8.976	0,0%	
380810	38081099	3,0	1.359	0,0	0			1,5	3.136			3,0	150	2,1	36	3.323	50.234	53.557	0,0%
380830	38083001	3,0		0,0	0					3,0	1.846			3,0	102	1.949	83.388	85.337	0,0%
380830	38083002	3,0	936	0,0	0					3,0	90				90	8.165	8.255	0,0%	
380830	38083003	3,0		0,0	0										0	2.686	2.686	0,0%	
380830	38083099	3,0		0,0	0					3,0	523				523	1.677	2.199	0,0%	
391723	39172302	18,0		9,0	0			12,6	42						42	21.666	21.707	0,0%	
391723	39172303	13,0	1.113	6,5	0										0	2.290	2.290	0,0%	
391723	39172399	18,0		9,0	0			12,6	78						78	43.382	43.460	0,0%	
410410	41041001	13,0	19.315	0,0	0			13,0	16						16	590	607	0,0%	
410422	41042201	5,0	16.668	0,0	89	5,0	960	5,0	3.871			5,0	107	2,1	357	5.295	40.157	45.451	0,2%
410422	41042299	13,0		0,0	1	13,0	1.691	13,0	121	2,1	22				1.834	43.792	45.626	0,0%	
410431	41043101	13,0		0,0	15			13,0	161	2,1	127				288	89.735	90.024	0,0%	
420100	42010001	35,0	1.175	0,0	0	35,0	9	35,0	1	4,3	2			4,3	1	13	2.148	2.161	0,0%
420500	42050099	35,0	1.892	0,0	0	35,0	3.411	35,0	4	3,2	503	35,0	3	3,2	1	3.922	179.818	183.740	0,0%
440690	44069099	18,0	1.133	0,0	0										0	11.562	11.562	0,0%	
440799	44079904	13,0	5.878	0,0	0										0	1.337	1.337	0,0%	
441214	44121499	18,0	1.507	0,0	4										1.146	8.998	10.144	0,0%	
441219	44121902	18,0	8.232	0,0	0	18,0	417	18,0	1.562	3,2	1				1.980	46.777	48.757	0,0%	
441219	44121999	23,0		0,0	0	23,0	1	23,0	123						123	2.948	3.072	0,0%	
441810	44181001	23,0	1.718	0,0	0										0	2.625	2.625	0,0%	
441890	44189099	23,0	3.096	0,0	0	23,0	1	23,0	14	4,3	42				58	4.049	4.106	0,0%	
500400	50040001	15,0	1.201	1,2	0										0	1.228	1.228	0,0%	
630533	63053399	23,0	1.056	4,6	0			23,0	8						8	6.777	6.785	0,0%	
721420	72142001	25,0	1.911	4,3	0										0	4.062	4.062	0,0%	
721420	72142099	13,0		2,2	0										0	2.365	2.365	0,0%	
Total		16,9	155.920	1,2	160	19,2	6.847	16,1	10.503	4,1	3.310	14,3	260	10,9	504	21.424	760.099	781.523	0,02%

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Notas: Las oportunidades que se presentan en este cuadro corresponden a productos cuyas oportunidades superan los 500 mil dólares.

En el presente cuadro no existen columnas correspondientes a Bolivia, Chile, Cuba, Ecuador y Uruguay debido a que Paraguay no posee para los productos seleccionados, una preferencia arancelaria más favorable o no hay exportaciones de estos países, en estos productos, al mercado paraguayo.

Las exportaciones de Paraguay corresponden a los valores exportados a nivel de 6 dígitos, mientras que las importaciones mexicanas están expresadas en la nomenclatura arancelaria nacional de México. La columna oportunidades referida a ALADI corresponde a la suma de las columnas de importaciones desde los demás países miembros.

El aprovechamiento se calculó como el cociente entre las importaciones mexicanas desde Paraguay y el "mercado potencial" (suma de las primeras más el total de oportunidades).

En gris y en negrita se destacan aquellos productos cuyas oportunidades representan casi el 70% de las oportunidades totales.

CUADRO H.2**MEXICO****GLOSA DE LOS PRODUCTOS CON OPORTUNIDADES PARA PARAGUAY**

CODIGO	DESCRIPCION
15122999	Los demás (Los demás aceite de algodón y sus fracciones)
21021001	Deshidratadas, cuando contengan hasta el 10% de humedad
21021099	Las demás (Las demás levaduras vivas)
23040001	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja, (soya), incluso molidos o en "pellets"
23061001	De algodón (Tortas y demás residuos solidos de la extracción de grasas o aceites vegetales, ...)
24022001	Cigarrillos que contengan tabaco
30049010	Medicamentos homeopáticos
33011201	De naranja (Aceites esenciales...)
33012599	De las demás mentas (Aceites esenciales)
33012903	De citronela (Aceites esenciales)
33012999	Los demás (Aceites esenciales)
38081001	Formulados a base de: oxamil; aldicarb; Bacillus thuringiensis (Insecticidas, raticidas, fungicidas, etc...)
38081099	Los demás (Insecticidas, raticidas, fungicidas, herbicidas, inhibidores de germinación, etc...)
38083001	Herbicidas, excepto lo comprendido en la fracción 3808.30.03
38083002	Reguladores de crecimiento vegetal
38083003	Herbicidas formulados a base de: acifluorfen; barban; setoxidin; dalapon; difenamida; etidimuron; etc.
38083099	Los demás (Los demás herbicidas, inhibidores de germinación y reguladores del crecimiento de las plantas)
39172302	Tubos de cloruro de polivinilo (P.V.C.) con diámetro hasta de 640 mm (25 pulgadas), etc.
39172303	Tubos de cloruro de polivinilo (P.V.C.) con diámetro superior a 640 mm (25 pulgadas)
39172399	Los demás (Tubos y accesorios de tubería, por ejemplo: juntas, codos, empalmes, de plástico, etc...)
41041001	Cueros y pieles enteros, de bovino, con una superficie por unidad inferior o igual a 2.6 m2 (28 pies cuadrados)
41042201	Cueros de bovino, precurtidos al cromo húmedo ("wet blue")
41042299	Los demás (Cueros y pieles, de bovino, precurtidos de otro modo)
41043101	Plena flor y plena flor dividida (Cueros y pieles, de bovino o de equino ...)
42010001	Artículos de talabartería o de guarnicionería para todos los animales, etc...
42050099	Las demás manufacturas de cuero natural o cuero regenerado
44069099	Las demás (Traviesas (durmientes) de madera para vías férreas o similares)
44079904	De arce o "maple" (Acer spp.) (Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, etc...)
44121499	Las demás, etc. (Madera contrachapada, madera chapada ...)
44121902	De coníferas, denominada "plywood" (Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar ...)
44121999	Las demás (Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar ...)
44181001	Ventanas, contra-ventanas, y sus marcos y contramarcos
44189099	Los demás (Obras y piezas de carpintería para construcciones, incluidos los tableros celulares, etc...)
50040001	Hilados de seda (excepto los hilados de desperdicios de seda) sin acondicionar para la venta al por menor
63053399	Los demás, de tiras o formas similares, de polietileno o polipropileno (Sacos y talegas, para envasar, etc)
72142001	Varillas corrugadas o barras para armadura, para cemento u hormigón
72142099	Los demás (Barras de hierro o acero sin alear, simplemente forjadas, laminadas o extruidas...)

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

CUADRO I.1

PRINCIPALES OPORTUNIDADES ACTUALES DE PARAGUAY EN EL MERCADO PERUANO Y GRADO DE APROVECHAMIENTO

En miles de dólares y porcentajes

6 dígitos	Perú		Paraguay			Argentina		Brasil		Uruguay		Oportunidades			Aprovechamiento
	Código	TGA	Of. Export	Ar. Resid.	Imp. de Perú	Ar. Resid.	Imp. de Perú	Ar. Resid.	Imp. de Perú	Ar. Resid.	Imp. de Perú	ALADI	R. Mundo	Total	
020230	0202300000	25,0	14.221	17,5	50	22,5	1.145	21,3	1.240	20,0	43	2.427	536	2.963	1,7%
020629	0206290000	12,0	1.192	8,4	170	10,2	2.495	10,2	1.945	9,6	130	4.570	2.155	6.725	2,5%
050400	0504001000	12,0	2.290	8,4	470	10,8	4.510	10,8	1.394	9,6	51	5.955	14	5.969	7,3%
100590	1005901100	12,0	26.055	0,6	633	12,0	57.261	12,0	16	12,0	2	57.279	42.037	99.316	0,6%
150710	1507100000	4,0	32.244	0,4	0							0	31.176	31.176	0,0%
151211	1512110000	4,0	3.845	0,8	0	2,6	3.850					3.850	448	4.298	0,0%
230400	2304000000	4,0	46.509	0,0	30.397	2,6	25.180	4,0	145			25.325	30.762	56.088	35,1%
Total		10,4	126.356	5,2	31.720	10,1	94.441	11,7	4.740	12,8	226	99.407	107.127	206.534	13,3%

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Notas: Las oportunidades que se presentan en este cuadro corresponden a productos cuyas oportunidades superan los 500 mil dólares.

En el presente cuadro no existen columnas correspondientes al resto de países de la CAN, Chile, Cuba y México, debido a que Paraguay no posee para los productos seleccionados, una preferencia arancelaria más favorable o no existen exportaciones de estos países, en estos productos, al mercado peruano.

Las exportaciones de Paraguay corresponden a los valores exportados a nivel de 6 dígitos, mientras que las importaciones peruanas están expresadas en la nomenclatura arancelaria nacional de Perú.

La columna oportunidades referida a ALADI corresponde a la suma de las columnas de importaciones desde los demás países miembros (excepto Paraguay).

El aprovechamiento se calculó como el cociente entre las importaciones peruanas desde Paraguay y el "mercado potencial" (suma de las primeras más el total de oportunidades).

En gris y en negrita se destacan aquellos productos cuyas oportunidades representan más del 70% de las oportunidades totales.

CUADRO I.2**PERU****GLOSA DE LOS PRODUCTOS CON OPORTUNIDADES PARA PARAGUAY**

CODIGO	DESCRIPCION
0202300000	Carne de animales de la especie bovina, congelada.Deshuesada
0206290000	Los demás (despojos comestibles de la especie bovina)
0504001000	Estómagos (mondongos)
1005901100	Maíz amarillo
1507100000	Aceite de soja en bruto, incluso desgomado
1512110000	Aceite de girasol o cártamo, en bruto
2304000000	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (soya), incluso molidos o en "pellets"

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

CUADRO J.1

PRINCIPALES OPORTUNIDADES ACTUALES DE PARAGUAY EN EL MERCADO URUGUAYO Y GRADO DE APROVECHAMIENTO

En miles de dólares y porcentajes

6 dígitos	Uruguay		Paraguay			Bolivia		Oportunidades			Aprovechamiento
	Código	TGA	Of. Export.	Ar. Resid.	Imp. de Uru.	Ar. Resid.	Imp. de Uru.	ALADI	R. Mundo	Total	
230910	2309100000	15,5	3.948	0,0	0			0	1.748	1.748	0,0%
240110	2401104000	10,0	28.692	0,0	0			0	1.648	1.648	0,0%
410422	4104221200	8,0	16.668	0,0	262			0	1.131	1.131	18,8%
620342	6203420090	21,5	8.406	0,0	598	4,3	4	4	706	711	45,7%
630533	6305339090	17,5	1.056	0,0	296	8,8	182	182	828	1.010	22,7%
Total		14,5	58.770	0,0	1.156	6,5	186	186	6.062	6.248	15,6%

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Notas: Las oportunidades que se presentan en este cuadro corresponden a productos cuyas oportunidades superan los 500 mil dólares. En el presente cuadro no existen las columnas correspondiente a los demás países miembros, excepto Bolivia, debido a que Paraguay no posee para los productos seleccionados, una preferencia arancelaria más favorable o no existen exportaciones relevantes de aquellos países a Paraguay. Las exportaciones de Paraguay corresponden a los valores exportados a nivel de 6 dígitos, mientras que las importaciones uruguayas están expresadas en la nomenclatura arancelaria nacional de Uruguay. La columna oportunidades correspondiente a ALADI corresponde a la suma de las columnas de importaciones desde los demás países miembros (excepto Paraguay). El aprovechamiento se calculó como el cociente entre las importaciones uruguayas desde Bolivia y el "mercado potencial" (suma de las primeras más el total de oportunidades). En gris y en negrita se destacan aquellos productos cuyas oportunidades representan más del 70% de las oportunidades totales.

CUADRO J.2**URUGUAY****GLOSA DE LOS PRODUCTOS CON OPORTUNIDADES PARA PARAGUAY**

CODIGO	DESCRIPCION
2309100000	Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor
2401104000	En hojas secas, del tipo turco, con un contenido de aceites volátiles superior al 0,2% en peso (Tabaco)
4104221200	Enteros o medios, divididos con la flor (cueros y pieles de bovino o equino)
6203420090	Los demás (trajes, etc.)
6305339090	Los demás (sacos, etc.)

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

ANEXO METODOLÓGICO

METODOLOGÍA

Con objeto de analizar las oportunidades que tiene Paraguay en los mercados de los demás países miembros de la ALADI, derivadas de las actuales ventajas arancelarias relativas a los demás países miembros y al Resto del Mundo, el estudio intentó abordar los siguientes aspectos:

1. Describir la estructura de mercado de los países de la región identificando la composición de las importaciones, por producto, en relación a los orígenes y el tratamiento arancelario bilateral.
2. Identificar las oportunidades actuales derivadas de las ventajas arancelarias de Paraguay en relación a los demás países miembros y a proveedores del Resto del Mundo en cada uno de los mercados de la región, así como el aprovechamiento que se realiza de las mismas.

A los efectos de describir la metodología aplicada en el documento, se ejemplifica la misma a través del análisis de las oportunidades paraguayas en el mercado argentino, debido que los mismos procedimientos fueron aplicados al análisis de los restantes mercados.

Ejemplo: Análisis de las oportunidades de Paraguay en el mercado argentino

En primer lugar, se realizó un cruzamiento de la oferta exportable de Paraguay, en el promedio de los años 1999-2001, con las importaciones de Argentina⁴⁴. Para seleccionar los productos que componen la oferta exportable se aplicó el siguiente criterio:

1. Que el valor exportado por cada producto sea superior al 0,1% del valor total de las exportaciones paraguayas en el promedio 1999-2001.

Para el conjunto de productos resultantes del procedimiento anterior, se caracterizó al mercado argentino. A estos efectos, se adiciona información de las preferencias (vigentes al 31/12/02) que otorga Argentina a todos los países miembros y la composición por orígenes de las importaciones argentinas, discriminando los países miembros del Resto del Mundo.

En segundo lugar, con el propósito de identificar cuáles son las oportunidades actuales de Paraguay en Argentina, se seleccionaron aquellos productos que reunieron las siguientes condiciones:

2. Que Argentina tenga demanda significativa en dicho producto. Para ello se estableció la condición de que el valor de las importaciones de cada producto sea superior al 0,1% de las exportaciones paraguayas.
3. Que la Tasa Global Arancelaria (TGA) aplicada al producto sea mayor a cero. De lo contrario, las preferencias no serían efectivas.
4. Que Argentina otorgue preferencia a Paraguay en ese producto.
5. Que la preferencia que Argentina le otorga a Paraguay en dicho producto sea mayor a la que le otorga a otro país miembro desde el cual Argentina realiza importaciones. Se entendió que esta diferencia al menos tiene que ser mayor que un punto porcentual, para que sea significativa desde el punto de vista comercial.

⁴⁴ Las exportaciones a las cuales se hace referencia están a nivel de subpartida (6 dígitos del Sistema Armonizado).

De la aplicación de los anteriores criterios, se pudo identificar productos en los cuales Paraguay posee **ventajas arancelarias** respecto a otros países miembros y frente al Resto del Mundo. Dicha identificación permite conocer las oportunidades que posee Paraguay en el mercado argentino.

Un primer tipo de oportunidades equivale a la posibilidad de competir por parte de Paraguay, con las exportaciones que realizan los demás países miembros a Argentina (a pesar de que las preferencias que reciben estos países son menores que las que recibe Paraguay). A este comercio potencial se le llamaría **oportunidades frente a competidores regionales**. Dicho de otro modo, Paraguay tendría oportunidad por un monto equivalente a las exportaciones de otros países con menores preferencias.

El segundo tipo de oportunidades equivale al desplazamiento que podría realizar Paraguay de proveedores del Resto del Mundo, debido a que estos últimos se enfrentan a la TGA mientras que Paraguay enfrenta un arancel residual menor. A este segundo conjunto de oportunidades se le denomina **oportunidades frente al Resto del Mundo**. Dicho de otro modo, Paraguay tendría una oportunidad por un monto equivalente a las exportaciones de países fuera de la región, que no gozan de las preferencias que recibe Paraguay.

La demanda potencial o las oportunidades totales, estaría compuesta por la sumatoria de las oportunidades frente a los competidores de ambos orígenes, con lo cual se lograría **la identificación de productos con oportunidades**. Esta cifra es un indicador de la potencialidad comercial y, como tal, no significa necesariamente que los exportadores aprovechen en forma eficaz dicho espacio.

En cuanto al **aprovechamiento de las preferencias arancelarias**, en este documento, se lo vincula al esfuerzo exportador que ha realizado Paraguay en relación al potencial actual de comercio, derivado de las ventajas arancelarias relativas. En este sentido, el indicador de aprovechamiento sería el cociente entre las exportaciones negociadas (que poseen preferencias) realizadas por Paraguay al mercado argentino y el comercio potencial identificado anteriormente⁴⁵.

Finalmente, no fueron considerados productos como el petróleo, combustibles y gas, por responder su comercialización a otros factores, así como también otros productos que de hecho no constituyen, en si mismo, oferta exportable genuina, por tratarse de *reexportaciones*.

Dicha metodología fue aplicada al análisis de las oportunidades de Paraguay en los 11 mercados de la ALADI.

Información utilizada

A continuación se realizan las precisiones que se consideran más relevantes en relación a las características de la información utilizada en este documento.

- La TGA (Tasa Global Arancelaria), equivalente a la suma de los gravámenes ad valorem, es la vigente al 30/08/2003 para cada uno de los países.
- Los valores de comercio corresponden al promedio simple de los años 1999-2001.

⁴⁵ Estrictamente, el denominador de este indicador sería la suma del comercio potencial más las exportaciones que actualmente realiza el país.

- En el caso en que habían dos preferencias arancelarias, una residual y otra porcentual, para un mismo ítem (ACE 33 con México), para el cálculo del residual resultante se tomó el mínimo.
- Con relación a la vigencia de las preferencias, para la mayoría de los acuerdos se tomó fines del año 2002, pero para varios casos en los que había cronograma, muchos de ellos en los que México participa, la fecha de vigencia es hasta el 30/06/2002.

Cuadro AM -1

Acuerdos considerados en el documento

		AR.	BO.	BR.	CH.	CO.	CU.	EC.	ME.	PA.	PE.	UR.	VE.
O	Ar.	X	ACE.36	ACE.18	ACE.35	ACE.48	ACE.45	ACE.48	ACE.6	ACE.18	ACE.48	ACE.18	ACE.48
T	Bo.	ACE.36	X	ACE.36	ACE.22	CAN	ACE.47	CAN	ACE.31	ACE.36	CAN	ACE.36	CAN
O	Br.	ACE.18	ACE.36	X	ACE.35	ACE.39	ACE.43	ACE.39	ACE.53	ACE.18	ACE.39	ACE.18	ACE.39
R	Ch.	ACE.35	ACE.22	ACE.35	X	ACE.24	ACE.42	ACE.32	ACE.41	ACE.35	ACE.38	ACE.35	ACE.23
G	Co.	ACE.48	CAN	ACE.39	ACE.24	X	ACE.45	CAN	ACE.33	APR.18	CAN	APR.23	CAN
A	Cu.	ACE.45	ACE.47	ACE.43	ACE.42	ACE.45	X	ACE.46	ACE.51	ACE.52	ACE.50	ACE.44	ACE.40
N	Ec.	ACE.48	CAN	ACE.39	ACE.32	CAN	ACE.46	X	APR.29	ACE.30	CAN	ACE.28	CAN
T	Mé.	ACE.6	ACE.31	ACE.53	ACE.41	ACE.33	ACE.51	APR.29	X	APR.38	ACE.8	ACE.5	ACE.33
E	Pa.	ACE.18	ACE.36	ACE.18	ACE.35	APR.18	ACE.52	ACE.30	APR.38	X	APR.20	ACE.18	APR.21
S	Pe.	ACE.48	CAN	ACE.39	ACE.38	CAN	ACE.50	CAN	ACE.8	APR.20	X	APR.33	CAN
	Ur.	ACE.18	ACE.36	ACE.18	ACE.35	APR.23	ACE.44	ACE.28	ACE.5	ACE.18	APR.33	X	APR.25
	Ve.	ACE.48	CAN	ACE.39	ACE.23	CAN	ACE.40	CAN	ACE.33	APR.21	CAN	APR.25	X

Nota: Dado que para los acuerdos AAP.R 38, ACE 5, ACE 6, ACE 31 (Bolivia otorgante, México beneficiario), ACE 35, ACE 33 (México-Venezuela y Venezuela-México) no estaba disponible la información de las preferencias a nivel de ítem arancelario resultante de los trabajos para el Proyecto BID, se obtuvo la información aplicando el siguiente procedimiento: en caso de preferencias porcentuales, se tomó la mínima preferencia a nivel de NALADISA, luego se correlacionó con la nomenclatura correspondiente, y finalmente se tomó los mínimos nuevamente, esta vez a nivel de ítem arancelario nacional. En caso de gravámenes residuales, se tomó el máximo a nivel de NALADISA, se correlacionó con la nomenclatura en consideración y luego se calcularon los máximos a nivel de ítem arancelario nacional.

En el caso de los PMDER, se agregó la información de las Nóminas de Apertura de Mercados (NAM).