



ALADI/SEC/Estudio 236

INFORME DEL COMERCIO DE BIENES DEL PARAGUAY: 2012-2017



ALADI

Asociación Latinoamericana de Integración
Associação Latino-Americana de Integração

INFORME DEL COMERCIO DE BIENES DEL PARAGUAY: 2012-2017

ALADI/SEC/Estudio 236

26 de mayo de 2020



Secretaría General de la ALADI:

Alejandro de la Peña Navarrete

Secretario General

Alvaro Espinoza

Subsecretario de Desarrollo del Espacio de Libre Comercio

Silvia Espindola

Subsecretaria de Cooperación, Asistencia Técnica y Apoyo a los PMDER

María Clara Gutiérrez

Jefa de la Oficina de Asuntos Institucionales y Comunicación

Roberto Gonzalez

Jefe del Departamento de Apoyo a los PMDER

Este trabajo fue realizado por Luis Roca, economista del Departamento de Apoyo a los Países de Menor Desarrollo Económico Relativo, en cumplimiento de la actividad VII.3 del Programa de Actividades de la Asociación para el año 2018 (Elaboración de estudios específicos para los PMDER)

© 2020, ALADI Secretaría General
TEL.: +598 24101121 FAX.: +598 24190649
Cebollatí 1461 Código Postal 11200
Montevideo – Uruguay
sgaladi@aladi.org
<http://www.aladi.org>

ISBN: 978-9974-8768-7-3

Diseño y diagramación: Marcos De Oliveira, Oficina de Asuntos Institucionales y Comunicación.

Foto de portada: www.bigstockphoto.com

Los usuarios pueden copiar, descargar e imprimir los contenidos de la publicación sin fines de lucro, respetando la integridad de la misma y sin realizarle modificaciones, siempre que se mencione a la Secretaría General de la ALADI como fuente del material.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
RESUMEN EJECUTIVO.....	6
1. CARACTERÍSTICAS COMERCIALES DEL PARAGUAY.....	8
2. INSERCIÓN COMERCIAL DEL PARAGUAY EN LA ALADI.....	20
3. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN COMPETITIVA DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS PARAGUAYOS EXPORTADOS AL MERCOSUR.....	25
4. COMENTARIOS FINALES.....	29
BIBLIOGRAFÍA.....	31
ANEXOS.....	32

INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene el objetivo de analizar la situación comercial del Paraguay contrastando la información del año 2012 con la del 2017. El análisis comprende el último año analizado en la última actualización de la serie de estudios (2012)¹ y el último año con datos informados de manera oficial por parte de Paraguay (2017) a la fecha de elaboración del informe (primer trimestre de 2019).

En la sección 1, con el objetivo de poner en contexto al lector, se muestra el comportamiento de los flujos comerciales globales del Paraguay y su desempeño en el período 2012-2017. En la misma, se realiza un análisis del saldo de la balanza comercial, se comenta la estructura de sus exportaciones e importaciones (con su respectivo contenido tecnológico) y se calcula el índice de diversificación/concentración de sus productos y destinos contrastando los años 2012 y 2017.

En la sección 2, se analiza el desempeño comercial del Paraguay en la ALADI en 2012 y 2017, se describe la estructura de las exportaciones e importaciones regionales (con el contenido tecnológico de las mismas) y se calcula el índice de diversificación/concentración de los productos y destinos regionales. En la sección 3, a través de la metodología empleada por la ALADI para la construcción de los índices de competitividad, posicionamiento y eficiencia², se analiza la situación competitiva de los principales productos exportados por el Paraguay al MERCOSUR.

Finalmente, en la sección 4 se realizan los comentarios finales.

¹ La serie de estudios elaborados previamente por el DAPMDER correspondieron al periodo comprendido entre 2002-2012, el correspondiente a Paraguay es ALADI/SEC/Estudio 206.

² Posicionamiento.- Se entiende por la participación de las importaciones de un producto en el total de las importaciones que fueron realizadas por el país importador con independencia de cuáles sean los países proveedores. La competitividad de un producto puede verse incrementada por el aumento de la demanda en el mercado de destino, con independencia de quién sea el proveedor que lo suministre.

Eficiencia.- Se define como la relación que existe entre las importaciones de un producto originario de un país objetivo en el total de las importaciones de dicho producto realizadas por el país de destino. Es decir, un producto es más competitivo debido a que los exportadores de un determinado país son más eficientes en suministrar ese producto que los de otro, aunque el producto importado no cuente con una demanda dinámica.

RESUMEN EJECUTIVO

Las exportaciones en 2017 alcanzaron los US\$ 8.680 millones presentando una tasa de crecimiento del 4% en los últimos 5 años. El comercio del Paraguay se caracteriza por la exportación de productos alimenticios (62% en promedio, 2012-2017) -una parte considerada como materia prima y otra como producción de bajo contenido tecnológico-. En cuanto a los destinos, se observa un escenario global “moderadamente concentrado” en 2012 y un mercado global “diversificado” en 2017.

Las exportaciones en valor, dirigidas a los países miembros de la ALADI, representaron el 57,61% de las exportaciones totales en 2012 y un 58,28% en 2017. Las mismas, según el índice *Hirshman – Herfindahl* (HH), se mostraron “concentradas” tanto en 2012 como en 2017. A su vez, las ventas dirigidas al MERCOSUR, cuyos países son miembros de la ALADI, constituyeron más del 60% del total de las ventas regionales.

Los principales productos exportados fueron la energía eléctrica, las demás habas y porotos de soya, carne de la especie bovina congelada (deshuesada), maíz en grano, los demás trigos y morcajo, tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soya, aceite de soya en bruto, incluso desmogado, carne de animales de la especie bovina, fresca, deshuesada, los demás azúcares de caña, entre otros.

La situación competitiva de los principales productos exportados es muy diversa, pero valdría la pena resaltar los casos del maíz en los mercados argentino y brasileño, el arroz pulido o glaseado en el mercado uruguayo, las mantas de fibras sintéticas en el mercado argentino y el arroz no parcialmente hervido (parbolizado) en el mercado brasileño. Dichos productos se encuentran en una situación de vulnerabilidad, por lo tanto, existiría la necesidad de que el empresariado paraguayo mejore su posición en dichos mercados y consolide una estrategia de mayor promoción e inserción en la veta de sus consumidores objetivo.

A diferencia de las exportaciones, las importaciones se caracterizaron por un importante componente de manufacturas (76% en promedio, 2012-2017) con un contenido tecnológico medio. En 2017, las mismas alcanzaron los US\$ 11.875 millones lo que representó un crecimiento promedio del 1% en el periodo de referencia, con un escenario global “diversificado” tanto en 2012 como en 2017 en cuanto a los orígenes.

Las importaciones recibidas desde los países miembros de la ALADI, representaron el 41,91% de las importaciones totales en 2012 y el 38,54% en 2017. Igual a lo que sucede con las importaciones totales, se mantiene una diversificación importante en los orígenes de las compras en ambos años. Las importaciones provenientes de los países del MERCOSUR superaron el 80% de las compras regionales del Paraguay.

Los principales productos importados fueron el gasoil, los teléfonos celulares, los aceites livianos de petróleo, videoconsolas y máquinas de videojuegos, computadoras portátiles, abonos minerales o químicos con los tres elementos fertilizantes: nitrógeno, fósforo y potasio, los demás vehículos automóviles para el transporte de mercancías, cámaras de televisión, cámaras digitales y videocámaras, vehículos con capacidad para el transporte de personas sentadas inferior o igual a 6, incluido el conductor, los demás aparatos receptores de televisión, incluso con aparato receptor de radiodifusión o grabación o reproducción de sonido o imagen incorporado, entre otros.

1. CARACTERÍSTICAS COMERCIALES DEL PARAGUAY

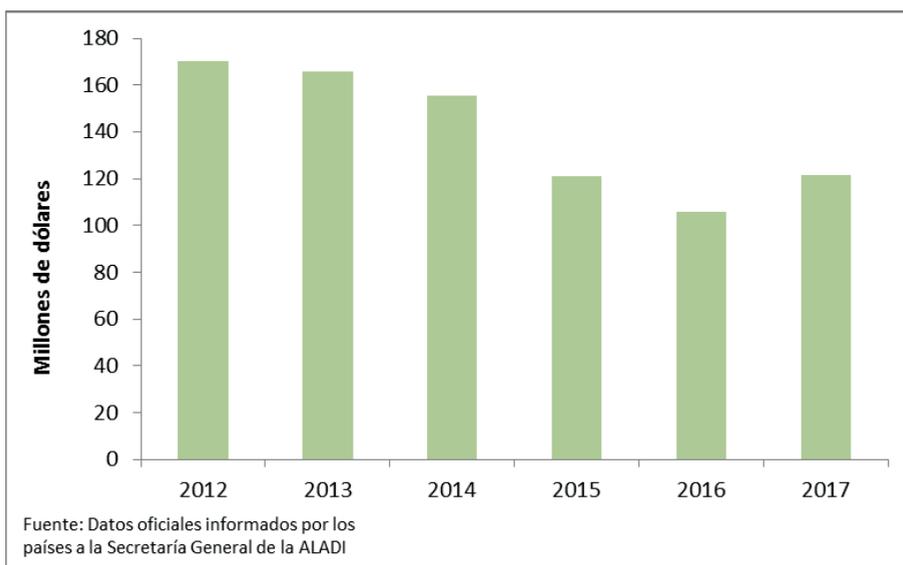
En la presente sección se muestra el comportamiento de los flujos comerciales globales y su desempeño entre los años 2012-2017³. También, en la sección se incluye un análisis general del saldo de la balanza comercial y comentarios acerca de la estructura de las exportaciones e importaciones (con el respectivo contenido tecnológico).

El comercio exterior del Paraguay se caracteriza por la exportación de productos alimenticios (62% en promedio, 2012-2017) -una parte considerada como materia prima y otra como producción de bajo contenido tecnológico- y por la importación de manufacturas (76% en promedio, 2012-2017). En el total exportado predomina la producción de bajo contenido tecnológico, mientras que en el total importado prevalece la producción de contenido tecnológico medio. Más adelante se analizan los pormenores de ambos agregados y se comentan aspectos puntuales sobre la estructura de exportaciones e importaciones del Paraguay por su contenido tecnológico.

1.1. La balanza comercial del Paraguay

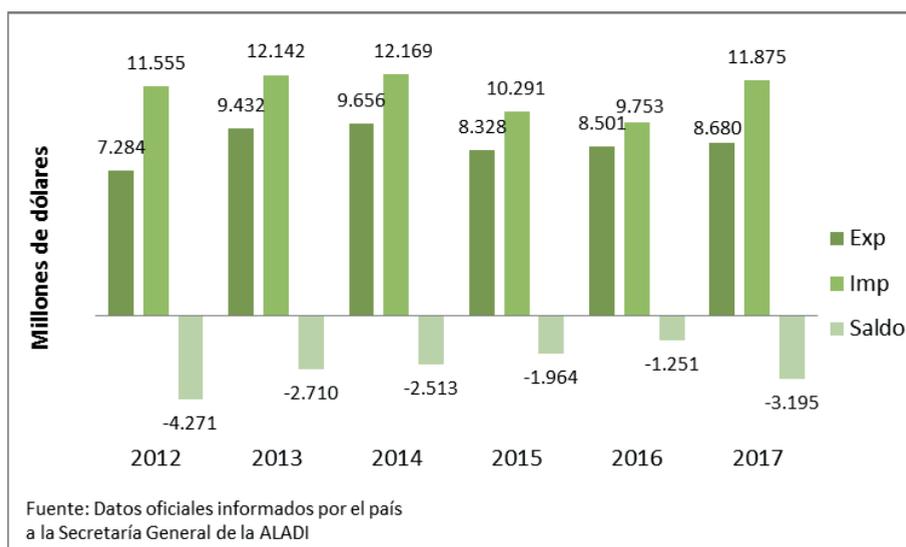
La balanza comercial del Paraguay fue deficitaria en todo el periodo de análisis, periodo en el cual, además, hubo un descenso en flujos de comercio Intra-ALADI (ver gráfico 1).

³ De esta forma se actualiza la serie de estudios elaborados por el DAPMDER en 2014, para el periodo comprendido entre 2002-2012 (ALADI/SEC/Estudio 207).

Gráfico 1 – Flujos de comercio Intra-ALADI, período 2012-2017

En medio de esta ralentización del comercio intrarregional, el déficit del Paraguay llegó a decrecer entre 2012 y 2016, este último año alcanzó un déficit de 1.251 millones de dólares (ver gráfico 2). En 2017 se registró un mayor déficit de balanza comercial periodo en el cual el Paraguay vio incrementado el valor de sus importaciones de gasoil, teléfonos celulares, los demás aceites livianos de petróleo, videoconsolas de juegos y los demás vehículos de transporte, entre otros. Además de los aumentos en valor de las importaciones de los productos anteriormente mencionados, se destacó el aumento en volumen de los aceites livianos de petróleo, la cerveza de malta y los cloruros de potasio.

Gráfico 2 - Saldo del Paraguay en balanza comercial, período 2012-2017



Si se excluye la energía eléctrica de las exportaciones del Paraguay, el déficit en balanza comercial se acentúa considerablemente.

Sin embargo, el déficit en la balanza comercial paraguaya no se acentúa en una cuantía similar al caso de Bolivia sin gas natural o en el caso del Ecuador sin los aceites crudos de petróleo (Países de Menor Desarrollo Económico Relativo, al igual que Paraguay, en el ámbito de la ALADI) en los cuales dichos productos llegaron a representar alrededor del 45% y el 50% del valor de sus exportaciones, respectivamente, en los primeros años del periodo analizado. En el caso del Paraguay la energía eléctrica llegó a representar, en promedio, el 25% del valor total de las exportaciones en el periodo 2012-2017.

1.2. Exportaciones del Paraguay

Las exportaciones totales del Paraguay, en valor, crecieron en los periodos 2012-2013 y 2013-2014 a tasas interanuales de 29,49% y 2,36%, respectivamente. El importante crecimiento observado entre los años 2012 y 2013 se debió al aumento de las exportaciones de la soya dado que la exportación de energía eléctrica se mantuvo en un nivel de demanda relativamente constante. En cambio, en el periodo 2014-2015 se registró una caída del 13,75% anual, explicada principalmente por el descenso de las ventas de la soya.

Posteriormente, en los periodos 2015-2016 y 2016-2017, el Paraguay volvió a una senda de crecimiento modesto, a tasas interanuales de 2,08% y 2,10%, respectivamente.

Cuando se observa el volumen físico exportado, la tasa de crecimiento interanual es positiva entre los periodos 2012-2013 (36,16%) –como se dijo anteriormente- gracias al aumento en las exportaciones de las demás habas y porotos de soya, al igual que en el periodo 2014-2015 (8,92%), momento en el cual el Paraguay tuvo un aumento de su volumen exportado de maíz en grano-.

1.3. Contenido tecnológico de las exportaciones

Para clasificar la intensidad tecnológica de las exportaciones e importaciones de bienes y mercancías paraguayas se utilizó la metodología de la CEPAL⁴ (CUCI Revisión 3, a tres dígitos), presente en el Manual de comercio exterior y política comercial (2011). Dicha metodología sigue el trabajo de Lall (2000)⁵, el cual utiliza como insumos la clasificación de Pavit (1984) y de la OCDE (1994). A la clasificación resultante, trabajada por Lall, la CEPAL le incluye los grupos 681 a 687 de la clasificación de Pavit -dentro de la categoría de manufacturas basadas en recursos naturales- y traslada los grupos 281, 286, 287 y 289 a la categoría de productos primarios (anexo 1).

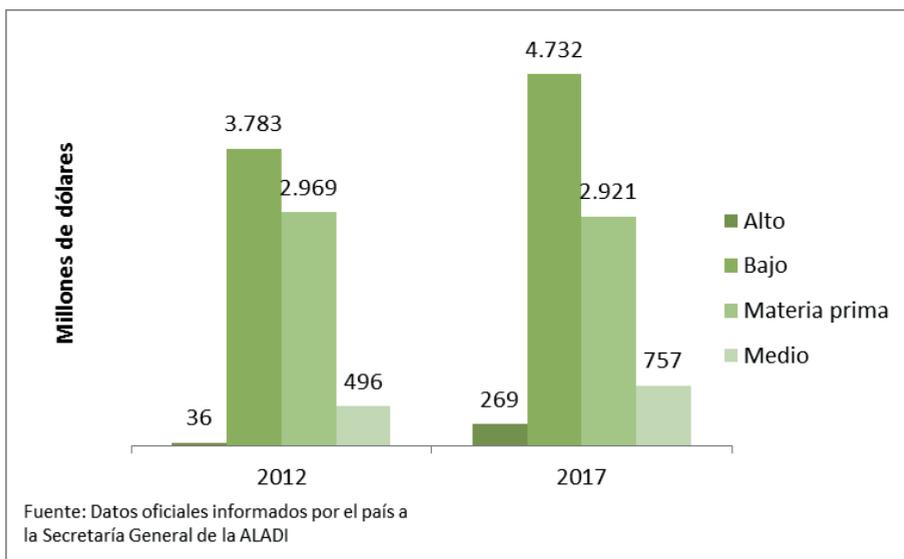
En las exportaciones paraguayas, tanto en 2012 como en 2017, se observa un alto valor del grupo de productos catalogados como de bajo contenido tecnológico (ver gráfico 3), le siguen las materias primas y los productos de contenido tecnológico medio. También se observa un bajo nivel en el caso de los productos catalogados como de alto contenido tecnológico, los cuales, sin embargo, aumentaron considerablemente su valor teniendo como referencia el año 2012.

Entre los productos con alto contenido tecnológico, que reforzaron el total exportado en 2017, se encuentran aquellos relacionados al transporte (juegos de cables para bujías de encendido y demás cables), para uso médico (jeringas, incluso con aguja), medicamentos (antibióticos, antisuecos y demás fracciones de sangre), vacunas para uso veterinario, aparatos auxiliares para las calderas de potencia inferior o igual a 650 Kva (kilovoltios amperios), entre otros.

⁴ https://www.cepal.org/sites/default/files/news/files/manual_de_comercio_exterior_y_politica_comercial.pdf

⁵ 'The technological structure and performance of developing country manufactured exports, 1985-98'

Gráfico 3 - Contenido tecnológico de las exportaciones del Paraguay, años 2012 y 2017



1.4. Principales productos de exportación

Como se señaló anteriormente, los principales productos exportados fueron: la energía eléctrica, la soya, la carne bovina congelada (deshuesada), maíz, trigo, tortas y demás residuos de la extracción de soya, aceite de soya en bruto, carne bovina (fresca y deshuesada), los demás azúcares de caña, entre otros. En el siguiente cuadro se muestran los porcentajes y composición de los diez principales productos exportados por el Paraguay en los años 2012 y 2017.

Cuadro 1 – Diez principales productos exportados por el Paraguay

(Año 2012)

(Año 2017)

Producto	Descripción	Porcentaje de participación	Producto	Descripción	Porcentaje de participación
271600	Energía eléctrica	30,65%	120190	Las demás habas, porotos, frijoles de soya	24,56%
120190	Las demás habas, porotos, frijoles de soya	21,72%	271600	Energía eléctrica	24,25%
020230	Carne de animales de la especie bovina, congelada, deshuesada	8,94%	230400	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soya	8,41%
100590	Maíz en grano	7,58%	020230	Carne de animales de la especie bovina, congelada , deshuesada	6,60%
100199	Los demás, trigos y morcajo	4,87%	020130	Carne de animales de la especie bovina, fresca , deshuesada	6,58%
230400	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soya	2,67%	150710	Aceite de soya en bruto, incluso desmogado	5,50%
150710	Aceite de soya en bruto, incluso desmogado	1,90%	100590	Maíz en grano	2,82%
020130	Carne de animales de la especie bovina, fresca , deshuesada	1,38%	854430	Juegos de cables para bujías de encendido y demás juegos de cables de los tipos utilizados en los medios de transporte	2,64%

170114	Los demás azúcares de caña	1,09%	100630	Arroz pulido o glaseado	1,41%
410411	Los demás cueros y pieles de bovino	1,09%	410411	Los demás cueros y pieles de bovino	1,04%
Fuente: Datos oficiales informados por el país a la Secretaría General de la ALADI.					

En términos generales, los principales productos se mantuvieron entre los de mayor valor exportado por el Paraguay en 2012 y 2017. Algunos, con el tiempo, se tornaron más relevantes y aumentaron su porcentaje de participación (aspecto que se puede observar en el cuadro 1).

1.5. Principales destinos de exportación

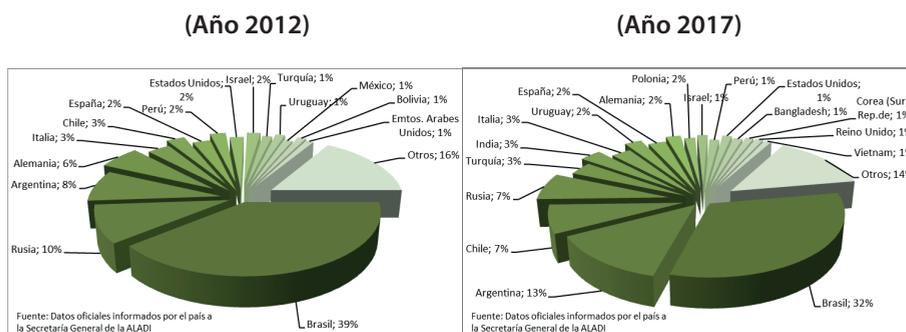
El principal destino de las exportaciones paraguayas en 2012 fue Brasil, seguido por Rusia, Argentina, Alemania e Italia⁶ que juntos significaron un 66% del total exportado. En 2017, Brasil continuó siendo el principal destino de las exportaciones pero seguido esta vez, por Argentina, Chile, Rusia y Turquía (juntos alcanzaron un 62% del total exportado). Paraguay le exporta a Brasil principalmente energía eléctrica y trigo.

A Chile, socio que aumentó su participación en 2017, le exporta carne bovina fresca y congelada, tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soya (soja), incluso molidos o en "pellets", los demás maíces en grano y el arroz semi-blanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado, entre otros. Mientras que a Rusia (otro socio importante del Paraguay) le exportó principalmente carne de la especie bovina congelada y achuras propias de su faena.

En el gráfico 4 se observa que el porcentaje de participación que acumulan algunos destinos ha disminuido. En la siguiente sección y con ayuda de un índice de concentración/diversificación de exportaciones se podrá dar algunas consideraciones al respecto.

⁶ Consultar los principales productos exportados a la UE en el Anexo 4.

Gráfico 4 - Principales destinos de las exportaciones del Paraguay



1.6. Índice de concentración/diversificación de exportaciones por productos y por destino

Para el cálculo de la concentración o diversificación de las exportaciones, por productos y por destino, se utiliza el índice de *Hirschman – Herfindahl* (HH), presente en la metodología del manual de comercio exterior y política comercial de la CEPAL⁷ (ver anexo 2).

Cuando se calcula dicho índice para medir la concentración de los mercados de destino de las exportaciones del Paraguay, se observa un escenario global “moderadamente concentrado” en 2012 y un mercado global “diversificado” en 2017.

Por otra parte, cuando se restringen las observaciones del índice al número de países miembros de la ALADI, existe una situación de mercado “concentrado” tanto en 2012 como en 2017. Ello se explica con el hecho de que alrededor del 50% de las exportaciones regionales del Paraguay tienen como destino al Brasil.

Si se consideran los productos exportados, en lugar de los destinos de exportación, el índice muestra un escenario de “concentración moderada” de productos tanto en 2012 como en 2017. Esto se puede explicar por el porcentaje de participación de la energía eléctrica y la soya, productos que representaron alrededor del 50% de las exportaciones totales del Paraguay.

⁷ Página 77 del “Manual de comercio exterior y política comercial” de los autores José Durán y Mariano Álvarez (2011).

1.7. Importaciones del Paraguay

Las importaciones del Paraguay crecieron entre los periodos 2012-2013 y 2013-2014 (5,07% y 0,21%, respectivamente) y decrecieron entre los periodos 2014-2015 y 2015-2016 (-15,42% y -5,23%, respectivamente). En periodos de caída, por lo general, se prescinde de productos de alto valor tecnológico, y el Paraguay registró caídas de las importaciones de consolas y videojuegos, unidades de memoria, computadoras portátiles, entre otros elementos tecnológicos. Este hecho se revirtió entre 2016-2017.

1.8. Principales productos importados

Los principales productos importados mantuvieron cierta estructura en los años analizados, se destacaron el gasoil, los teléfonos celulares, los aceites livianos de petróleo, videoconsolas y máquinas de videojuegos, computadoras portátiles, abonos minerales o químicos con los tres elementos fertilizantes: nitrógeno, fósforo y potasio, los demás vehículos automóviles para el transporte de mercancías, cámaras de televisión, cámaras digitales y videocámaras, vehículos con capacidad para el transporte de personas sentadas inferior o igual a 6, incluido el conductor, los demás aparatos receptores de televisión, incluso con aparato receptor de radiodifusión o grabación o reproducción de sonido o imagen incorporado, entre otros. La gran variedad de los productos dan la idea, a priori, de un escenario diversificado, en materia de importaciones.

Cuadro 2 – Diez principales productos importados por el Paraguay

(Año 2012)

(Año 2017)

Producto	Descripción	Porcentaje de participación	Producto	Descripción	Porcentaje de participación
271019	Gasóleo	11,80%	271019	Gasóleo	7,53%
851712	Teléfonos celulares (móviles) y los de otras redes inalámbricas	3,96%	851712	Teléfonos celulares (móviles) y los de otras redes inalámbricas	4,76%
271012	Aceites livianos (ligeros)* y preparaciones (excepto los aceites crudos) y preparaciones no base (...) de petróleo o de mineral bituminoso	3,28%	271012	Aceites livianos (ligeros)* y preparaciones (excepto los aceites crudos) y preparaciones no base (...) de petróleo o de mineral bituminoso	3,26%
950450	Videoconsolas y máquinas de videojuego, excepto las de la subpartida 9504.30	2,76%	950450	Videoconsolas y máquinas de videojuego, excepto las de la subpartida 9504.30	1,72%
847130	Las demás máquinas automáticas para tratamiento o al menos, por una unidad central de proceso, un inferior o igual a 10 kg, que estén constituidas, procesamiento de datos, portátiles, de peso teclado y un visualizador	2,41%	870421	Los demás vehículos automóviles para el transporte de mercancías	1,69%
310520	Abonos minerales o químicos con los tres elementos fertilizantes: nitrógeno, fósforo y potasio	2,31%	870323	Vehículos con capacidad para el transporte de personas sentadas inferior o igual a 6, incluido el conductor	1,55%

870421	Los demás vehículos automóviles para el transporte de mercancías	1,83%	851762	Aparatos para la recepción, conversión, emisión y datos, incluidos los de conmutación y encaminamiento («switching and routing apparatus») transmisión o regeneración de voz, imagen u otros	1,51%
852580	Cámaras de televisión, cámaras digitales y videocámaras	1,71%	847330	Placas (módulos) de memoria con una superficie inferior o igual a 50 cm ²	1,45%
870322	Vehículos con capacidad para el transporte de personas sentadas inferior o igual a 6, incluido el conductor	1,04%	870322	Vehículos con capacidad para el transporte de personas sentadas inferior o igual a 6, incluido el conductor, de cilindrada superior a 1.000 cm ³ pero inferior o igual a 1.500 cm ³	1,33%
852872	Los demás aparatos receptores de televisión, incluso con aparato receptor de radiodifusión o grabación o reproducción de sonido o imagen incorporado	1,03%	847130	Las demás máquinas automáticas para tratamiento o al menos, por una unidad central de proceso, un inferior o igual a 10 kg, que estén constituidas, procesamiento de datos, portátiles, de peso teclado y un visualizador	1,24%

Fuente: Datos oficiales informados por el país a la Secretaría General de la ALADI

1.9. Principales orígenes de las importaciones

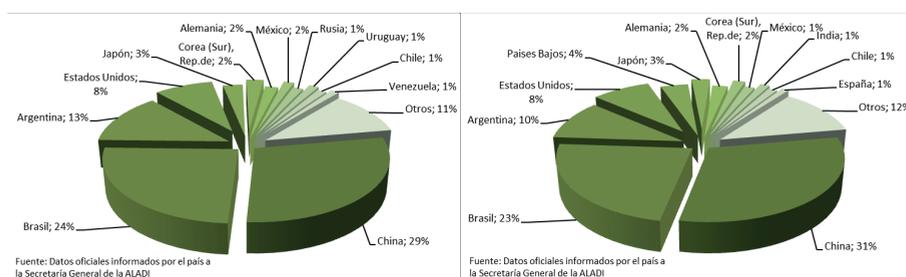
Los principales países de origen de las importaciones fueron: China, Brasil, Argentina, Estado Unidos y Japón (ver gráfico 5). Dichos países se mantuvieron en la estructura de los principales proveedores, acumulando el 77% del valor de las importaciones totales. Se destaca el aumento de las importaciones provenientes de China. De dicho país, en 2017 se compraron principalmente productos electrónicos tales como: teléfonos celulares, videoconsolas y máquinas de juegos, aparatos para la recepción, conversión, emisión y transmisión o regeneración de voz, imagen u otros datos, incluidos

los de conmutación y encaminamiento (*switching and routing apparatus*), unidades de memoria, entre otros. También se importaron automóviles, principalmente para transporte de personas. China y Brasil tienen una alta ponderación en el valor total de las importaciones del Paraguay. El carácter diversificado o concentrado de las mismas se verificará en la siguiente sección a través del índice HH.

Gráfico 5- Principales orígenes de las importaciones

(Año 2012)

(Año 2017)



1.10. Índice de concentración de importaciones por productos y por destino

Siguiendo la pauta del manual de comercio exterior y política comercial de la CEPAL, detallado en el anexo 2, se constata que el Paraguay tiene un mercado “moderadamente concentrado” en relación con los países de origen de sus importaciones, en 2012 y 2017.

Sin embargo, cuando se calcula el índice HH respecto a la participación de los productos importados por el Paraguay, se constata una suerte de “diversificación” del mercado tanto en 2012 como en 2017. Esto se puede presuponer a priori, antes de calcular el índice HH, dado que en el cuadro 2 se observan bajos porcentajes de participación en los principales productos importados por el Paraguay.

2. INSERCIÓN COMERCIAL DEL PARAGUAY EN LA ALADI

Paraguay cuenta con una amplia red de acuerdos comerciales e integración al interior de la ALADI. Entre los acuerdos, de los cuales el Paraguay forma parte, se pueden mencionar ocho de alcance parcial por Art. 14 del TM80 (Acuerdos N°3, N°4, N°5, N°8, N°9, N°10, N°12, N°17), dos acuerdos agrícolas de alcance parcial (Acuerdos N°2, N°3), nueve acuerdos de complementación económica (N°18 (Acuerdo Mercosur), N°35 (Mercosur-Chile), N°36 (Mercosur-Bolivia), N°55 (Mercosur-México), N°58 (Mercosur-Perú), N°59 (Mercosur-Colombia, Ecuador y Venezuela), N°62 (Mercosur-Cuba), N°64 (Paraguay-Venezuela), N°72 (Mercosur-Colombia), seis acuerdos de promoción comercial (Acuerdos N°5, N°7, N°8, N°9, N°16, N°19), nóminas de apertura de mercados (Acuerdos N°1; N°2, N°3) y cuatro acuerdos de alcance regional (AR.CEYC N° 7, AR.CYT N° 6, AR.OTC N° 8 y AR.PAR N° 4). El Tratado de Montevideo tiene prevista la celebración de acuerdos de distinta índole y materia, sin embargo, los acuerdos más utilizados son los de alcance parcial de complementación económica (A.P. A.C.E.). Dichos acuerdos tienen el objetivo de generar las condiciones necesarias para una integración efectiva entre los países miembros buscando alcanzar el objetivo de largo plazo de constitución de una zona de libre comercio.

2.1. Características comerciales del Paraguay en la ALADI

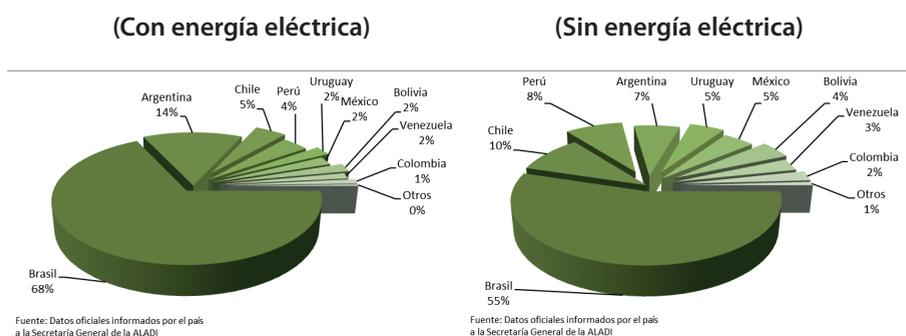
Si bien las relaciones comerciales del Paraguay con todos sus socios, miembros de la ALADI, se realizan por diferentes acuerdos, en la presente sección no se diferencia el comercio por tipo de acuerdo, en su lugar se comentan, únicamente, los hechos estadísticos. Las exportaciones del Paraguay, dirigidas a los países miembros de la ALADI, representaron el 57,61% de las exportaciones totales en 2012 y el 58,28% del total en 2017. Por otra parte, las importaciones provenientes de los países miembros de la ALADI representaron el 41,91% de las importaciones totales en 2012 y el 38,54% en 2017. Es importante destacar que las ventas dirigidas a los países del MERCOSUR, miembros de la ALADI, representaron más del 60% del total de las ventas regionales del Paraguay. Por el lado de las importaciones, constituyeron más del 80% de las compras regionales del Paraguay.

A continuación se detallan la estructura y participación de los países miembros de la ALADI en el comercio exterior del Paraguay y los principales productos comercializados.

2.2. Exportaciones regionales

La exportación de energía eléctrica predomina en los flujos comerciales de la región. Después de la energía eléctrica, el Paraguay exporta, principalmente, soya, carne bovina, (fresca o refrigerada y deshuesada), maíz, tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soya, trigos; arroz (semi-blanqueado o blanqueado), entre otros. Los principales canalizadores de la energía eléctrica, por la cercanía, son Brasil y Argentina; mientras que los demás países miembros de la ALADI son canalizadores, en menor o mayor medida, de los productos anteriormente nombrados.

Gráfico 6- Exportaciones regionales del Paraguay a la ALADI, 2012



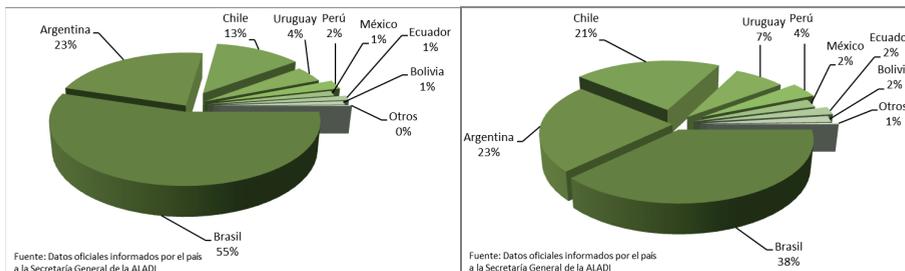
En 2012, el principal socio comercial del Paraguay, miembro de la ALADI, fue el Brasil, seguido por Argentina, Chile y Perú (ver gráfico 6). Esta situación se mantuvo en 2017, año en el que el Uruguay aumentó su relevancia (ver gráfico 7).

Brasil recibió más de la mitad de las exportaciones del Paraguay dirigidas hacia los países miembros de la ALADI, sin embargo, cuando se excluye la energía eléctrica, las mismas descendieron al 38% del total regional, en 2017. El principal producto exportado a Chile fue la carne bovina (fresca o refrigerada y deshuesada). Al Perú y al Uruguay, además de la carne bovina, se exportó maíz, harina de soya y sus residuos, entre otros.

Gráfico 7 - Exportaciones regionales del Paraguay a la ALADI, 2017

(Con energía eléctrica)

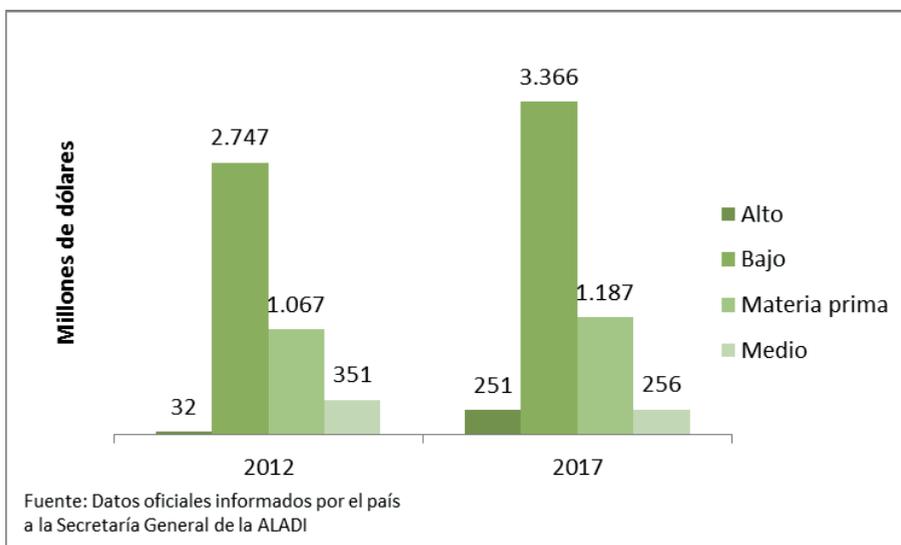
(Sin energía eléctrica)



2.3. Características de las exportaciones del Paraguay Intra-ALADI, según su contenido tecnológico

Como se observa en el gráfico 8, las exportaciones regionales muestran una alta participación de productos con contenido tecnológico catalogado como "bajo" (clasificación en la que se encuentran, por ejemplo, la harina de soya y sus residuos).

Gráfico 8 - Contenido tecnológico de las exportaciones regionales del Paraguay, en los años 2012 y 2017



Asimismo, se constata que los valores exportados de los productos catalogados como materia prima, de contenido tecnológico alto y bajo, aumentaron entre los años 2012 y 2017. Dentro de los productos de alto contenido tecnológico se tienen, por ejemplo, a las partes utilizadas en los medios de transporte (juegos de cables para bujías de encendido y demás cables), jeringas (incluso con aguja), medicamentos que contienen antibióticos, entre otros.

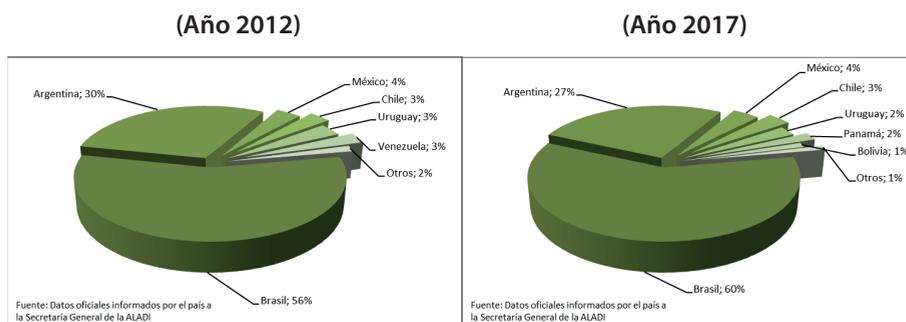
En cambio, los productos de contenido tecnológico medio fueron los únicos que decrecieron entre 2012 y 2017.

2.4. Importaciones regionales

Los principales productos importados de la región en 2012 fueron los aceites de petróleo o de mineral bituminoso (excepto los aceites crudos), aceites livianos y sus preparaciones, abonos minerales o químicos con los tres elementos fertilizantes (nitrógeno, fósforo y potasio), tabaco total o parcialmente desvenado o desnervado, vehículos y automóviles de peso total con carga máxima inferior o igual a 5 t. (tonelada), maíz para siembra, fungicidas, compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos similares, de cualquier materia, entre otros.

El año 2017 se mantuvo en general la estructura de la canasta importadora paraguaya. Entre los principales productos importados se tiene la salvedad del aumento en las compras de la cerveza de malta y la disminución del maíz para siembra.

Gráfico 9 - Importaciones regionales del Paraguay



Los principales socios regionales del Paraguay en 2017 fueron Brasil, Argentina, México y Chile. Es importante destacar el leve aumento de la participación de Brasil, Panamá y Bolivia en el valor de las importaciones regionales totales entre los años 2012 y 2017. México y Chile mantuvieron su porcentaje de participación, mientras que Argentina y Uruguay experimentaron una disminución (ver gráfico 9).

3. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN COMPETITIVA DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS PARAGUAYOS EXPORTADOS AL MERCOSUR

En la presente sección, además de realizar un breve comentario de la situación del comercio destinado al MERCOSUR entre los años 2012 y 2017, se analizan los valores exportados de los principales productos, en función de indicadores de competitividad (se puede consultar la intuición que hay detrás de dichos indicadores en el anexo 3).

Los indicadores antes mencionados analizan el crecimiento de los flujos comerciales de exportación de un país en un determinado período⁸ y descompone dicha variación en dos efectos, el primero asociado a la demanda, y el segundo a la oferta. La herramienta no permite determinar cuáles son las causas específicas de los cambios en la competitividad de un producto pero sí proporciona algunas señales al desagregar el cambio en la competitividad total de un producto en un determinado mercado.

3.1. Comercio bilateral del Paraguay con el MERCOSUR

Las exportaciones del Paraguay dirigidas al MERCOSUR representaron el 41% de las exportaciones totales, en 2012 y un 39%, en 2017. Las mismas se caracterizan por la venta de energía eléctrica, soya, tortas y residuos de la extracción del aceite de soya, maíz, trigos, carne bovina, fresca y deshuesada, arroz, entre otros (ver cuadro 3). Dichos productos, según la clasificación utilizada por la CEPAL (con base en la CUCI Revisión 3, a tres dígitos), son catalogados como materias primas y de contenido tecnológico bajo.

A continuación se analizan los principales productos exportados por el Paraguay a los países del MERCOSUR, tomando como referencia el cuadro 3. Para cada producto se comenta la situación competitiva, la posición y el dinamismo existente en los países miembros del mencionado bloque regional.

Para comenzar se debe decir que la energía eléctrica es una partida discrecional, por lo tanto su análisis con los indicadores, a pesar de poder realizarse, dista de los fines últimos de los mismos. Los indicadores fueron concebidos, principalmente, para tener una primera lectura de la situación competitiva de los productos comercializados en el mercado de bienes,

⁸ Tener presente que el análisis realizado no permite observar los cambios en la competitividad en el mediano plazo, es decir que la "distancia" entre dos años de comparación debe ser no menor a 5 años a los efectos de poder detectar un cambio en la estructura de las importaciones. Por lo tanto, no es de utilidad para descubrir cambios en la competitividad de un producto que se produce a corto plazo.

mientras que la decisión de importar más de un producto discrecional puede obedecer más a temas políticos y estratégicos que a temas propiamente del mercado.

Cuadro 3 - Principales productos exportados hacia los países del MERCOSUR, montos en millones de dólares, 2012 y 2017

Ítem/país	Descripción	2012	2017	(2012+2017)
271600	Energía eléctrica	2.232,18	2.104,51	4.336,69
Brasil		1.774,11	1.656,76	3.430,87
Argentina		458,07	447,75	905,82
120190	Las demás habas, porotos, frijoles de soya	123,27	625,09	748,36
Argentina		1,23	489,81	491,04
Brasil		111,54	83,08	194,62
Uruguay		10,51	52,19	62,70
100590	Maíz en grano	177,39	120,37	297,76
Brasil		164,34	75,56	239,90
Uruguay		12,37	27,60	39,97
Argentina		0,69	17,21	17,90
100199	Los demás, trigos y morcajo	234,26	59,22	293,48
Brasil		231,71	59,22	290,93
Uruguay		2,22	0,00	2,22
Argentina		0,33	0,00	0,33
854430	Juegos de cables para bujías de encendido y demás juegos de cables de los tipos utilizados en los medios de transporte	11,18	220,50	231,68
Brasil		11,18	193,63	204,81
Argentina		0,00	26,87	26,87
020130	Carne de animales de la especie bovina, fresca, deshuesada	93,06	95,78	188,84
Brasil		93,06	88,70	181,76
Uruguay		0,00	7,08	7,08
100630	Arroz pulido o glaseado	47,38	108,17	155,55
Brasil		46,05	106,20	152,25
Argentina		1,33	1,97	3,30
Uruguay		0,00	0,00	0,00
392330	Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares	39,39	48,49	87,88

Brasil		32,24	44,55	76,79
Argentina		7,14	3,94	11,08
Uruguay		0,01	0,01	0,02
100620	Arroz no parboilizado	29,02	40,17	69,19
Brasil		29,02	40,17	69,19
630140	Mantas de fibras sintéticas (excepto las eléctricas)	6,36	49,68	56,04
Brasil		6,36	49,00	55,36
Argentina		0,00	0,67	0,67
Fuente: Datos informados por el país a la Secretaría General de la ALADI				
Nota: Se suman los valores de 2012 y 2017 para determinar los principales productos exportados.				

En cuanto a la soya puede decirse que ha incrementado su participación en los mercados argentino y uruguayo, es decir, el producto ha ganado terreno respecto a las importaciones de dicho producto desde otros destinos. En el mercado brasileño, la soya paraguaya ganó participación respecto al total importado del producto desde otros destinos y su demanda aumentó con el tiempo, por lo tanto el Brasil es un mercado dinámico para la soya.

El maíz en grano disminuyó su eficiencia⁹ tanto en Argentina como en el Brasil, dado que el producto fue desplazado por competidores de otros países. En Argentina, por un lado, el producto tuvo una demanda decreciente y, en el Brasil, por otro lado, el producto tuvo una demanda creciente. En Uruguay, las importaciones del maíz en grano aumentaron, alcanzando de esta manera una situación óptima. Dicho producto, además, logró incrementar su participación en el mercado uruguayo y desplazó a competidores de otros países.

El trigo, a pesar de estar presente en Argentina -un mercado dinámico para el producto- perdió participación de mercado con respecto a competidores de otros países. En los mercados brasileño y uruguayo, además de perder participación de mercado el producto mostró poca competitividad.

Los juegos de cables para bujías de encendido y demás juegos de cables de los tipos utilizados en los medios de transporte muestran una situación de posicionamiento favorable en los mercados brasileño y argentino. Esto significa que, en ambos países ha aumentado su demanda (con un terreno fértil para incrementar su posicionamiento y eficiencia).

⁹ Relación que existe entre las importaciones de un producto originario de un país miembro de la ALADI en el total de las importaciones realizadas por dicho país.

La carne bovina, fresca, deshuesada ha aumentado su competitividad, su posicionamiento y eficiencia en los mercados brasileño y uruguayo. Esto quiere decir que el producto se encuentra en un mercado dinámico, en el cual, además, ha aumentado su participación (desplazando a competidores de otros países) y ha mejorado su participación respecto a las importaciones totales, en ambos países.

El arroz pulido o glaseado ha perdido participación en el mercado uruguayo, un mercado que mostró dinamismo en la importación de dicho producto. En Argentina y Brasil el producto ganó participación de mercado (ha desplazado a competidores de otros países) y ha mejorado su posicionamiento, sin embargo, las importaciones del producto no han crecido al mismo ritmo que las importaciones de otros productos que ambos países demandaron más. Las bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares, se han encontrado en una situación de competitividad vulnerable en el mercado brasileño, es decir, a pesar de haber ganado participación de mercado y haber desplazado a otros competidores, las importaciones del producto no han crecido al mismo ritmo que las importaciones totales de otros productos. Por otro lado, en los mercados argentino y uruguayo, disminuyó su importación, perdió participación y los mercados se mostraron cada vez menos dinámicos. El arroz no "parboilizado" se ha encontrado en una situación de competitividad vulnerable en el mercado brasileño, es decir, a pesar de haber ganado participación de mercado y haber desplazado a otros competidores, las importaciones del producto no han crecido al mismo ritmo que las importaciones totales de otros productos.

Las mantas de fibras sintéticas (excepto las eléctricas) registraron una posición favorable porque las importaciones totales del producto aumentaron en el último trienio. Ganaron participación de mercado y se movieron en un mercado dinámico. En cambio, en Argentina, a pesar de haber desplazado a competidores de otros países, la importación del producto no ha crecido al mismo ritmo que el observado en otros productos.

De la descripción de la situación competitiva de los principales productos antes analizados valdría la pena resaltar la necesidad de que el empresariado paraguayo mejore su posición en segmentos del mercado en los que está perdiendo participación y consolide con el tiempo una estrategia de mayor promoción e inserción en la veta de sus consumidores objetivo. Se pueden mencionar algunos casos relevantes como maíz en grano en los mercados argentino y brasileño, el arroz pulido o glaseado en el mercado uruguayo, las mantas de fibras sintéticas en el mercado argentino y el arroz no "parboilizado" en el mercado brasileño.

4. COMENTARIOS FINALES

La balanza comercial del Paraguay fue deficitaria en todo el periodo 2012-2017, periodo en el cual, además, hubo un descenso en flujos de comercio Intra-ALADI (ver anexo 5). Dicho déficit fue decreciente de 2012 a 2016, años en los que alcanzó un déficit de 1.251 millones de dólares. En 2017 se observó un mayor incremento del déficit de balanza comercial el cual puede ser explicado por el aumento en valor de las importaciones de gasoil, teléfonos celulares, los demás aceites livianos de petróleo, videoconsolas de juegos y los demás vehículos de transporte, entre otros.

Los principales países de origen de las importaciones paraguayas fueron China, Brasil, Argentina, Estados Unidos y Japón. Dichos países se mantuvieron en la estructura de los principales proveedores, acumulando el 77% del valor de las importaciones totales. Este porcentaje da una pauta del grado de concentración/diversificación que tiene el mercado paraguayo respecto al origen de sus importaciones, las cuales, según el índice HH, muestran evidencia de participar en un mercado “moderadamente concentrado”.

Por otra parte, las exportaciones, según los mercados de destino, mostraron un escenario global “moderadamente concentrado” en 2012 y un mercado global “diversificado” en 2017. Un camino que fue evolucionando hacia la diversificación. Sin embargo, cuando se restringen los datos al ámbito regional, las exportaciones muestran un escenario de concentración de mercados tanto en 2012 como en 2017, en las cuales se constata una alta participación de productos con contenido tecnológico “bajo” (clasificación en la que se encuentran, por ejemplo, harinas y residuos de la extracción del aceite de soya).

Entre los años 2012 y 2017, la ponderación de los productos catalogados como materia prima y de contenido tecnológico medio disminuyó. Por otro lado, se tuvo el aumento del valor de los productos catalogados como de bajo contenido tecnológico así como los de alto contenido tecnológico. Dentro de los productos exportados de alto contenido tecnológico se tienen a los juegos de cables para bujías de encendido y demás juegos de cables de los tipos utilizados en los medios de transporte, jeringas, incluso con aguja, los demás medicamentos, que contengan antibióticos, entre otros.

La situación competitiva de los productos antes mencionados es muy diversa, en algunos casos se tuvo el aumento de la participación de mercado o un aumento de la participación de dichos productos en las importaciones totales de los países de destino, pero en otros casos hubo mercados menos

dinámicos donde algunos productos experimentaron una pérdida de participación de mercado, ante lo cual el empresariado paraguayo tendría que mejorar el respectivo posicionamiento de los productos y consolidar una estrategia de mayor promoción e inserción de mercado, esto en el entendido de pretender una participación permanente y duradera en el tiempo.

Finalmente, y dado que el MERCOSUR, luego de las respectivas ratificaciones, tendría un acuerdo con la Unión Europea (UE), la oferta exportable tendría que ser analizada con el propósito de poder insertarse en nuevos mercados, algunos más dinámicos y quizás de mayor escala como España, Alemania o Francia. Actualmente, el flujo comercial dirigido hacia la Unión Europea representa alrededor del 13% de las exportaciones totales de Paraguay, montos que pueden incrementarse con la entrada en vigor del acuerdo.

BIBLIOGRAFÍA

ALADI, "Pymeslatinas", Herramientas de inteligencia comercial, Sede en Montevideo – Uruguay. Recuperado de <http://pymeslatinas.org/analisis-de-competitividad/>

Balassa, Bela (1986), "Comparative advantage in manufactured goods: A reappraisal", *The Review of Economics and Statistics*, vol. 68, No 2, mayo, pp. 315-319.

CEPAL, MAGIC PLUS, Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional, Sede sub-regional, México, Recuperado de <https://www.cepal.org/magic/home/>

Durán, J y Alvarez, M (2011). "Manual de comercio exterior y política comercial", CEPAL, Santiago de Chile. P. 77.

Lall, S. (2000). The technological structure and performance of developing country manufactured exports, 1985-98. *Oxford Development Studies*, 28 (3), 337-369.

OCDE. (1994). The measurement of scientific and technological activities: using patent dated as science and technology indicators. París: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

Pavitt, K. (1984). Sectoral patterns of technical change: towards a taxonomy and a theory. *Research Policy*, XIII (6), 343-373.

Mandeng, Ousmène (1991), "Competitividad internacional y especialización", *Revista de la CEPAL* No. 45, Santiago de Chile, CEPAL, diciembre.

Markusen, J. (1992), Productivity, competitiveness, trade performance and real income: The nexus among four concepts, Ottawa, Supply and Services Canada.

ANEXOS

ANEXO 1

Cuadro A.1 - Clasificación de comercio según su contenido tecnológico

CATEGORÍA	EJEMPLOS DE PRODUCTOS	CUCI ^a
A. BIENES PRIMARIOS		
	Fruta fresca, carne, arroz, cocoa, té, café, madera, carbón, petróleo crudo, gas, minerales concentrados y chatarra	001, 011, 022, 025, 034, 036, 041, 042, 043, 044, 045, 054, 057, 071, 072, 074, 075, 081, 091, 121, 211, 212, 222, 223, 232, 244, 245, 246, 261, 263, 268, 271, 273, 274, 277, 278, 281, 286, 287, 289, 291, 292, 322, 333, 341.
B. BIENES INDUSTRIALIZADOS		
- Manufacturas basadas en recursos naturales	Preparados de fruta y carnes, bebidas, productos de madera, aceites vegetales. Metales básicos (excepto acero), derivados del petróleo, cemento, piedras preciosas, vidrio.	a) Agrícolas/forestales 012, 014, 023, 024, 035, 037, 046, 047, 048, 056, 058, 061, 062, 073, 098, 111, 112, 122, 233, 247, 248, 251, 264, 265, 269, 423, 424, 431, 621, 625, 628, 633, 634, 635, 641. b) Otros productos basados en recursos naturales 282, 288, 323, 334, 335, 411, 511, 514, 515, 516, 522, 523, 531, 532, 551, 592, 661, 662, 663, 664, 667, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689.
- Manufacturas de baja tecnología	Textiles, ropa, calzado, manufacturas de cuero, bolsos de viaje. Cerámica, estructuras simples de metal, muebles, joyería, juguetes, productos plásticos.	a) Agrupación de productos textiles y de moda 611, 612, 613, 651, 652, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 831, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 851. b) Otros productos de baja tecnología 642, 665, 666, 673, 674, 675, 676, 677, 679, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 699, 821, 893, 894, 895, 897, 898, 899.

<p>- Manufacturas de tecnología media</p>	<p>Vehículos de pasajeros y sus partes, vehículos comerciales, motocicletas y sus partes.</p> <p>Fibras sintéticas, químicos y pinturas, fertilizantes, plásticos, hierro y acero, cañerías y tubos.</p> <p>Maquinaria y motores, máquinas industriales, bombas, barcos y relojes.</p>	<p>a) Productos automotrices 781, 782, 783, 784, 785.</p> <p>b) Industrias de procesos de tecnología media 266, 267, 512, 513, 533, 553, 554, 562, 572, 582, 583, 584, 585, 591, 598, 653, 671, 672, 678, 786, 791, 882.</p> <p>c) Industrias de ingeniería de tecnología media 711, 713, 714, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 736, 737, 741, 742, 743, 744, 745, 749, 762, 763, 772, 773, 775, 793, 812, 872, 873, 884, 885, 951.</p>
<p>- Manufacturas de alta tecnología</p>	<p>Máquinas para procesamiento de datos, de telecomunicaciones, equipos de televisión, y transistores, turbinas, equipos generadores de energía.</p> <p>Artículos farmacéuticos, aviones, instrumentos ópticos y de precisión, cámaras fotográficas.</p>	<p>a) Productos eléctricos y electrónicos 716, 718, 751, 752, 759, 761, 764, 771, 774, 776, 778.</p> <p>b) Otros productos de alta tecnología 524, 541, 712, 792, 871, 874, 881.</p>
<p>C. OTRAS TRANSACCIONES</p>		
	<p>Electricidad, películas cinematográficas, impresos, transacciones especiales, oro, monedas, animales (mascotas), obras de arte.</p>	<p>351, 883, 892, 896, 911, 931, 941, 961, 971.</p>

Fuente: CEPAL, sobre la base de: Sanjaya Lall, (2000) 'The technological structure and performance of developing country manufactured exports, 1985-98', Oxford development studies, 28(3), 337-69.

^a CUCI = Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional, versión 2.

ANEXO 2

El índice de Hirshman - Herfindahl

El índice de Hirshman – Herfindahl (HH) hace posible el cálculo del grado de diversificación/concentración de las exportaciones de un país con relación al peso de cada producto o destino sobre el total exportado. La ponderación de un producto o destino se controla elevando al cuadrado su participación o influencia con respecto al total comercializado. Formalmente, el índice HH se calcula de la siguiente manera:

$$IHH = \sum_{j=1}^n \left(\frac{X_{ij}}{X_{iw}} \right)^2$$

Donde:

X : son las exportaciones

j : son los países de destino

i : es el país de origen

w : es el mundo

El manual de comercio exterior y política comercial de la CEPAL propone corregir el índice HH por el número de observaciones. Según los autores Durán y Álvarez (2011) dicha corrección permite comparar resultados entre diversos conjuntos de productos, países de destino o ambos al presentar resultados estadísticamente normalizados. La fórmula propuesta es la siguiente:

$$IHH_2 = \frac{IHH - \frac{1}{n}}{1 - \frac{1}{n}}$$

El índice HH es utilizado para medir el grado de concentración de los mercados en economía industrial. Cuando el índice está entre 0,0 y 0,10 se considera que el mercado se encuentra “diversificado”, entre 0,10 y 0,18 “moderadamente concentrado” y mayor a 0,18 se considera “concentrado”.

ANEXO 3

Magic Plus: módulo para analizar el comercio

(partes relevantes extraídas textualmente del “Módulo para analizar el crecimiento del comercio internacional” (Magic Plus) de la CEPAL (2009))

Los indicadores de competitividad calculados¹⁰ analizan el crecimiento de los flujos comerciales de exportación de un país en un determinado período y descomponen dicha variación en dos efectos, el primero asociado a la demanda, y el segundo a la oferta. El análisis de competitividad se asocia a una situación *ex post* del comercio, por ende, no considera factores estructurales como la acumulación de capacidades tecnológicas, patrón de aprendizaje y cambio técnico, estructura productiva, productividad del trabajo, dotación de factores, entre otros, vinculados con la evolución de especialización internacional, por lo que no debería ser utilizado con fines de pronóstico¹¹.

Para la construcción de los indicadores de competitividad se utiliza una estructura de ventajas comparativas relevadas (VCR) similar a la presentada por Balassa (1965). Dicha estructura toma esa forma dado que se puede encontrar la competitividad y eficiencia global de mercado con la interacción de la participación y el dinamismo de un mercado objetivo a través de los datos de exportación. Utilizar las exportaciones permite no entrar en controversias sobre la estructura competitiva del mercado y su proceso de fijación de precios, variables que suelen ser exógenas en los modelos, según Mandeng (1991).

Markusen (1992), sugiere la siguiente definición de competitividad a nivel de la industria “en condiciones de libre comercio”: 1) una industria pierde competitividad si tiene una participación declinante en el total de exportaciones domésticas o una participación creciente en el total de importaciones domésticas deflactado por la participación de ese bien en la producción doméstica total o en el consumo; 2) una industria pierde competitividad si tiene una participación declinante en el total de exportaciones mundiales o una participación creciente del total

¹⁰ Los indicadores fueron calculados para los países de la ALADI, únicamente entre países miembros. Por lo que al hablar de otros bloques extra-regionales no se comentaron los indicadores de posicionamiento y eficiencia antes mencionados.

¹¹ Se sugiere consultar la metodología (Sección II) del “Módulo para analizar el crecimiento del comercio internacional (Magic Plus) de la CEPAL (2009)” donde se postulan varios de los supuestos del modelo que es tomado como insumo de los indicadores elaborados por la Secretaría General de la ALADI.

de importaciones mundiales de ese bien deflactado¹², dividido por la participación del país en el comercio mundial.

Según Mandeng (1991), el modelo Competitive Analysis of Nations (CAN)¹³ tiene en cuenta factores del Análisis de Participación Constante de Mercado (APCM) (ambos utilizados por la CEPAL para la construcción de la herramienta MAGIC plus) que afectan la evolución de la participación global en el mercado: crecimiento del comercio mundial; crecimiento diferencial por productos; crecimiento diferencial del mercado, y un residuo o efecto competitivo. Para simplificar la evaluación de los productos, en el presente documento se considera que las ventajas comparativas actúan en función de factores netamente competitivos. Dichos factores se pueden representar por la interacción de la siguiente ecuación, donde la participación de los productos exportados por un país en las importaciones totales de otro país se puede definir como P^j .

$$P^j = \sum_{i=1}^n \left(\frac{M_i}{M} \right) = \sum_{i=1}^n S_i^j S_i$$

Donde i es un producto o sector, j es un país socio que le exporta a un país que importa una cantidad total de M . S_i^j muestra la participación de un producto o servicio en las importaciones totales de dicho producto o servicio en el país importador. S_i muestra la participación del producto i respecto a todos los productos importados por el país comprador.

El indicador elaborado por la ALADI utiliza una leve modificación la cual compara trienios para no dejar de lado lapsos de tiempo en los cuales, por factores exógenos, no se contó con los datos de comercio.¹⁴

¹² Eliminando de un valor monetario los efectos producidos por un cambio de precios.

¹³ Utilizado por la CEPAL para la construcción del indicador MAGIC Plus para EEUU.

¹⁴ Módulo para analizar el crecimiento del comercio internacional (Magic Plus) de la CEPAL (2009).

ANEXO 4

Comercio Bilateral del Paraguay con países de la Unión Europea (UE)

Las exportaciones del Paraguay dirigidas a la UE representaron el 15% y el 13% del total exportado en los años 2012 y 2017, respectivamente. A pesar de ser el comercio dirigido a veintiocho países, que forman el bloque, se debe destacar el impacto potencial que tendría un acuerdo en vigencia entre el MERCOSUR con la UE, mercado de mayor escala y dinamismo. Si se observan los porcentajes de los otros bloques incluidos en el presente documento (sacando la participación individual por país), el Paraguay le vende más a la UE que a la CAN.

Los principales productos exportados por el Paraguay a los países de la UE fueron la soya y sus derivados, pieles y cueros plena flor sin dividir; divididos con la flor, los demás maíces en grano, las demás manufacturas de madera, los demás azúcares de caña, carne bovina deshuesada, semillas de oleaginosas para siembra, sub productos de la faena enteros o en trozos frescos, refrigerados o congelados (tripas, vejigas y estómagos de animales, excepto los de pescado). En el cuadro A.2 se puede ver el detalle de los principales productos exportados y sus principales mercados de destino, años 2012 y 2017.

Cuadro A.2 - Principales productos exportados hacia los países de la UE, montos en millones de dólares, 2012 y 2017

Ítem/País	Descripción	2012	2017	(2012+2017)
120190	Las demás habas y porotos de soya	769	527	1.296
Alemania		399	132	531
España		119	160	279
Francia		0	1	1
Grecia		67	41	108
Italia		117	69	186
Países Bajos		13	43	56
Portugal		54	81	135
230400	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soya , incluso molidos o en "pellets"	64	337	401
Alemania		0	7	7
Dinamarca		0	35	35

España	0	3	3	
Irlanda (Eire)	0	2	2	
Italia	57	70	127	
Países Bajos	0	9	9	
Polonia	7	131	138	
Reino Unido	0	79	79	
410411	Pieles y cueros plena flor sin dividir; divididos con la flor	56	63	119
Eslovenia	0	0	0	
España	1	0	1	
Italia	55	63	118	
Portugal	0	0	0	
100590	Los demás maíces en grano	47	3	50
Alemania	0	0	0	
España	47	0	47	
Francia	0	0	0	
Grecia	0	2	2	
Italia	0	1	1	
440290	Las demás manufacturas de madera	21	19	40
Alemania	12	8	20	
Bélgica	1	0	1	
Chipre	0	0	0	
Eslovenia	0	0	0	
España	4	2	6	
Francia	0	0	0	
Grecia	0	0	0	
Italia	1	0	1	
Malta	0	0	0	
Países Bajos	0	0	0	
Polonia	0	1	1	
Portugal	0	0	0	
Reino Unido	2	6	8	
República Checa	0	0	0	
150710	Aceite de soya en bruto, incluso desgomado	10	26	36
Bélgica	10	0	10	
España	0	26	26	

Francia		0	0	0
170114	Los demás azúcares de caña	17	18	35
Alemania		5	3	8
Bélgica		2	1	3
Dinamarca		0	0	0
España		1	0	1
Francia		3	1	4
Italia		1	2	3
Países Bajos		2	2	4
Reino Unido		0	0	0
Suecia		2	9	11
020130	Carne de la especie bovina, deshuesada	0	31	31
Alemania		0	9	9
España		0	4	4
Finlandia		0	0	0
Italia		0	1	1
Países Bajos		0	11	11
Portugal		0	1	1
Reino Unido		0	6	6
120799	Las demás semillas de oleaginosas para siembra	1	18	19
Alemania		1	9	10
Austria		0	1	1
Bulgaria		0	0	0
Dinamarca		0	1	1
Eslovaquia		0	0	0
Eslovenia		0	1	1
España		0	1	1
Francia		0	0	0
Grecia		0	0	0
Países Bajos		0	4	4
Polonia		0	0	0
Reino Unido		0	1	1
República Checa		0	0	0

050400	Tripas, vejigas y estómagos de animales, excepto los de pescado, enteros o en trozos, frescos, refrigerados, congelados, salados o en salmuera, secos o ahumados	7	11	18
Alemania		1	1	2
Austria		1	1	2
España		1	1	2
Francia		2	2	4
Italia		0	4	4
Países Bajos		0	0	0
Polonia		0	0	0
Portugal		0	1	1
Rumania		0	0	0
Fuente: Datos informados por el país a la Secretaría General de la ALADI.				
Nota: Se suman los valores de 2012 y 2017 para determinar los principales productos exportados.				



Cebollati 1461 CP 11200
Montevideo - URUGUAY
Tel: +598 24101121
Email: sgaladi@aladi.org
web: www.aladi.org

