



**TOGETHER**  
*for a sustainable future*

## OCCASION

This publication has been made available to the public on the occasion of the 50<sup>th</sup> anniversary of the United Nations Industrial Development Organisation.



**TOGETHER**  
*for a sustainable future*

## DISCLAIMER

This document has been produced without formal United Nations editing. The designations employed and the presentation of the material in this document do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the Secretariat of the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) concerning the legal status of any country, territory, city or area or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries, or its economic system or degree of development. Designations such as “developed”, “industrialized” and “developing” are intended for statistical convenience and do not necessarily express a judgment about the stage reached by a particular country or area in the development process. Mention of firm names or commercial products does not constitute an endorsement by UNIDO.

## FAIR USE POLICY

Any part of this publication may be quoted and referenced for educational and research purposes without additional permission from UNIDO. However, those who make use of quoting and referencing this publication are requested to follow the Fair Use Policy of giving due credit to UNIDO.

## CONTACT

Please contact [publications@unido.org](mailto:publications@unido.org) for further information concerning UNIDO publications.

For more information about UNIDO, please visit us at [www.unido.org](http://www.unido.org)

---

# Estudio Agroindustrial de la Cadena de Valor del Cuero en el Paraguay

Unidad Técnica de Estudios para la Industria  
UTEPI



## **Estudio Agroindustrial de la Cadena de Valor del Cuero en el Paraguay**

® Ministerio de Industria y Comercio (MIC) y Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI)

Ministerio de Industria y Comercio  
Avda. Mcal. López 3.333 y Dr. Wiss  
Teléfonos: (+595-21) 616-3000; 616-3092; Fax: (+595-21) 616-3208  
Asunción – Paraguay  
Correo electrónico: [utepi.info@mic.gov.py](mailto:utepi.info@mic.gov.py)  
Página web: [www.mic.gov.py](http://www.mic.gov.py)

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI)  
Centro Internacional de Viena, Apartado postal 300, A-1400  
Teléfonos: +43 (1) 260260; Fax +43 (1) 2692669  
Viena-Austria  
Correo electrónico: [unido@unido.org](mailto:unido@unido.org)  
Página web: [www.unido.org](http://www.unido.org)

Agosto 2008

Director del proyecto: Diana Hubbard (ONUDI)  
Asesor internacional: Manuel Albaladejo (ONUDI)  
Coordinador nacional: Aníbal Giménez Kullak (MIC)  
Coordinadora UTEPI: Nathalia Rodríguez (MIC)  
Investigadora: Rosa Ortellado (MIC)

Edición: José Hidalgo  
Diseño y Diagramación: Andrés Dávila  
Impresión: Mercurio S.A. Editorial Gráfica

Tiraje: 500 ejemplares

Impreso en Paraguay – Printed in Paraguay

Se autoriza el uso de la información contenida en el presente informe siempre que se cite la fuente de la siguiente manera:  
UTEPI (2008). Estudio Agroindustrial de la Cadena de Valor del Cuero en el Paraguay. Cooperación de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial a la Subsecretaría de Estado de Industria del Ministerio de Industria y Comercio. Asunción, Paraguay.

Sugerencias y comentarios: Unidad Técnica de Estudios para la Industria (UTEPI) [utepi.info@mic.gov.py](mailto:utepi.info@mic.gov.py)

**ISBN: 978-99953-838-0-0**

**Derechos de autor:** “RESERVADOS TODOS LOS DERECHOS. PROHIBIDA LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL SIN LA DEBIDA AUTORIZACIÓN. HECHO EL DEPÓSITO QUE MARCA LA LEY 1.328/98”

## PRÓLOGO

Existe un amplio consenso sobre la importancia del desarrollo del sector industrial para el crecimiento económico de los países. Un aspecto fundamental para la mejora de las capacidades industriales es contar con investigaciones acerca de productos y sectores que, debido a la abundante disponibilidad de materias primas, recursos naturales, mano de obra o infraestructura de servicios, pueden representar una oportunidad para la economía.

Consciente de la necesidad de mejorar la calidad de la información disponible para el sector productivo nacional, el Ministerio de Industria y Comercio (MIC), a través de la Subsecretaría de Estado de Industria, con el apoyo técnico y financiero de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), ha encomendado a la Unidad Técnica de Estudios para la Industria (UTEPI) la elaboración de estudios estratégicos que sirvan como insumo analítico para la implementación de políticas industriales de apoyo a la actividad empresarial.

A partir del diagnóstico del sector industrial realizado en el informe *Competitividad Industrial del Paraguay 2007*, que incluye un análisis del rendimiento de los productos manufacturados que Paraguay comercia en el mercado mundial, se ha identificado al sector de “Manufacturas de cuero natural o sintético” como *producto campeón* entre las exportaciones paraguayas de bienes basados en recursos naturales y de baja tecnología.

Consecuentemente y teniendo en cuenta el excelente desempeño de la actividad ganadera y de procesamiento de carne en los últimos años, el **Estudio Agroindustrial de la Cadena de Valor del Cuero en el Paraguay** surge con el objeto de satisfacer la necesidad de estudios específicos para el sector y de permitir conocer su dinámica comercial mundial y regional y, con ello, determinar cuáles son los mercados más atractivos y los exportadores más competitivos a nivel internacional. Además, el objetivo principal de este estudio es identificar los factores que favorecen o limitan el desarrollo de la industria nacional del cuero, para, en base a ellos, diseñar estrategias a través de las cuales se logre aprovechar de la mejor manera las oportunidades de negocios.

Cabe destacar que durante la elaboración del presente documento se ha mantenido una intensa colaboración entre los sectores público y privado, a través de la Subsecretaría de Industria, las Mesas Sectoriales de la Red de Inversiones y Exportaciones, y las industrias de curtidurías y de manufacturas de cuero, que a través de consultas, entrevistas y la participación en distintas actividades, permitieron obtener un conocimiento más profundo de la situación y problemática de este sector.

Se espera que los resultados y las conclusiones del estudio que ahora presentamos enriquezcan aún más los trabajos que se vienen llevando a cabo, en pos de la consolidación de la agroindustria del cuero en el Paraguay.

*Martín Heisecke*  
**Ministro de Industria y Comercio**



## Estudio Agroindustrial de la Cadena de Valor del Cuero en el Paraguay

### Cadena de valor y sector del cuero en el Paraguay

En el año 2007, el sector ganadero representó aproximadamente el 5,8% del Producto Interno Bruto del Paraguay. Cuatro departamentos poseían más del 50% del ganado bovino: Presidente Hayes, San Pedro, Boquerón y Concepción.

- En 2007, el 83,3% de las exportaciones paraguayas de la cadena de valor del cuero correspondieron a cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados, el estadio de menor valor agregado de la cadena. Los principales mercados de destino fueron: Brasil, Italia, Argentina y Uruguay.
- El estadio de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) representó el 12% de las exportaciones de la cadena. Francia fue el principal mercado de destino. Las exportaciones a Estados Unidos se incrementaron a una tasa promedio anual de 159% durante el periodo 2000-2007.
- Los productos de cuero de alto valor agregado contribuyeron con el 4,7% de las exportaciones de la cadena de valor del cuero en el año 2007. El 57,6% de las exportaciones de este estadio se destinaron a Estados Unidos y el 39,2% a Alemania.

### Dinámica de comercio mundial y regional

La producción mundial de cueros y pieles (medida en peso salado húmedo) creció a una tasa promedio anual de 0,43% en el período 2000-2004. Estados Unidos, China, Brasil e India son los mayores productores.

- El comercio mundial de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) resultó el más dinámico entre los años 2000 y 2006, mientras que el comercio de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados, estuvo prácticamente estancado durante el mismo periodo.
- El comercio mundial del cuero se halla muy concentrado. La Unión Europea y Asia del Este son los principales exportadores mundiales de productos de cuero de bajo y alto valor agregado. La región de América Latina y El Caribe tiene una participación significativa en las exportaciones de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados.
- La Unión Europea y Asia del Este son los mayores importadores de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados. Por otro lado, la Unión Europea y Norteamérica son los principales importadores de productos de cuero de alto y bajo valor agregado.

## **Exportadores competitivos**

- Paraguay ocupa el puesto 11 en el ranking de competitividad de los exportadores de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados. Los países con mayor participación en las exportaciones mundiales de estos productos son: Italia, Brasil y Estados Unidos.
- China, Italia, Francia y Estados Unidos son los países más competitivos en la exportación de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) y a la vez representan cerca del 60% de las exportaciones mundiales. Paraguay ocupa el puesto 16 en el ranking de competitividad de este estadio de la cadena de valor.
- Los exportadores más competitivos de productos de cuero de alto valor agregado son Italia, Francia y China, que además abarcan cerca del 65% de las exportaciones mundiales. Paraguay ocupa el puesto 47 en el ranking de competitividad.

## **Factores de competitividad de la industria nacional**

- La industria paraguaya de cuero se ve afectada por factores internos, como: la calidad intermedia, la poca variedad y la limitada disponibilidad de materia prima. Además, el personal encargado del desuello del animal carece de un adecuado conocimiento del valor económico de las pieles y son pocas las personas aptas para ocupar mandos medios y para dedicarse al curtido del cuero y a la elaboración de manufacturas y calzados.
- No hay mecanismos específicos de capacitación para el sector y existe una debilidad empresarial en cuanto al diseño y mercadeo de los productos.
- Las principales ventajas de terceros países frente a la industria paraguaya del cuero son los menores salarios y la mayor calidad de su producción.
- La industria paraguaya del calzado enfrenta inconvenientes, como: la baja calidad de la materia prima, la falta de un instituto de formación profesional, la ausencia de fábricas que elaboren componentes y complementos para calzados y la competencia de productos provenientes del extranjero a precios subvaluados o de contrabando.

## **Mercados atractivos**

El gran aumento de la producción de los países en desarrollo, especialmente en Asia del Este, ha cambiado el panorama del sector del cuero.

- Los principales mercados atractivos para cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados son: China, Rumania, RAE de Hong Kong y Malasia. Estos mercados, a su vez, concentran más del 40% de las importaciones mundiales de esos productos.
- Los mercados más atractivos para los productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) son China y Estados Unidos, que, a su vez, es el principal importador de los productos de este estadio de la cadena de valor. Los países que pagan los mayores valores unitarios por la importación de estos bienes son Eslovenia y Polonia.

- Los principales mercados atractivos para los productos de cuero de alto valor agregado son Estados Unidos y la Unión Europea. Juntos abarcan cerca del 65% de las importaciones mundiales. Por otro lado, Suiza y Corea del Sur pagan los mayores valores unitarios de importación.



# CONTENIDO

<b>Prólogo</b> . . . . .	<b>iii</b>
<b>Resumen Ejecutivo.</b> . . . . .	<b>v</b>
<b>Introducción.</b> . . . . .	<b>xiii</b>
<b>Siglas</b> . . . . .	<b>xv</b>
<b>CAPITULO 1. Cadena de valor y sector del cuero en el Paraguay</b> . . . . .	<b>1</b>
1.1. Características generales. . . . .	1
1.1.1. Historia . . . . .	1
1.1.2. Generalidades del cuero . . . . .	1
1.1.3. Uso del cuero. . . . .	1
1.1.4. Defectos, enfermedades e infecciones que afectan la calidad de las pieles. . . . .	2
1.2. Cadena de Valor . . . . .	2
1.2.1. Caracterización del proceso productivo del cuero y productos de cuero . . . . .	2
1.2.2. Niveles de procesamiento y valor agregado . . . . .	4
1.3. Estado de la industria del cuero en Paraguay . . . . .	6
1.3.1. Situación ganadera del Paraguay . . . . .	6
1.3.2. Capacidad de la industria faenadora en Paraguay . . . . .	7
1.4. Cadena de valor en el Paraguay . . . . .	8
1.4.1. Mercados de destino y valores unitarios de exportación de los productos de cuero de Paraguay, 2007 . . . . .	9
Cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados . . . . .	9
Productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) . . . . .	9
Productos de cuero de alto valor agregado . . . . .	10
<b>CAPITULO 2. Dinámica mundial y regional</b> . . . . .	<b>13</b>
2.1. Producción . . . . .	13
2.1.1. Rebaño ganadero mundial. . . . .	13
2.1.2. Producción de cueros y pieles de bovino . . . . .	13
2.1.2.1. Mayores productores de cueros y pieles de bovino (en peso salado húmedo). . . . .	14
2.1.2.2. Mayores productores de cueros y pieles de bovino (en millones de piezas) . . . . .	14
2.2. Comercio mundial . . . . .	14

2.2.1. Importancia de cada estadio de la cadena de valor del cuero en el comercio mundial de ‘pieles y cueros’ y ‘manufacturas de cuero’ . . . . .	15
2.2.2. Evolución del comercio mundial, 2000-2006 . . . . .	15
2.3. Comercio regional . . . . .	16
2.3.1. Regiones exportadoras de cuero. . . . .	16
2.3.1.1. Crecimiento anual de las exportaciones . . . . .	16
2.3.1.2. Principales países exportadores de cuero (en toneladas), año 2006 . . . . .	17
2.3.2. Regiones importadoras de cuero . . . . .	17
2.3.2.1. Crecimiento anual de las importaciones . . . . .	18
2.3.2.2. Principales países importadores de cuero (en toneladas), año 2006 . . . . .	18
<b>CAPITULO 3. Competitividad. . . . .</b>	<b>19</b>
3.1. Competitividad exportadora. . . . .	19
3.1.1. Cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados . . . . .	20
3.1.2. Productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados). . . . .	24
3.1.3. Productos de cuero de alto valor agregado . . . . .	27
3.2. Aprendiendo de las mejores prácticas. . . . .	30
3.2.1. Italia . . . . .	30
3.2.2. Brasil . . . . .	31
<b>CAPITULO 4. Factores de competitividad de la industria nacional . . . . .</b>	<b>33</b>
4.1. Factores de competitividad internos . . . . .	33
4.1.1. Materia prima . . . . .	33
4.1.2. Recursos humanos . . . . .	34
4.1.3. Mecanismos de capacitación . . . . .	35
4.1.4. Infraestructura . . . . .	37
4.1.4.1. Infraestructura tecnológica en las curtiembres . . . . .	37
4.1.4.2. Infraestructura tecnológica en las empresas que elaboran manufacturas y calzados de cuero . . . . .	38
4.1.5. Comercialización . . . . .	38
4.1.6. Medio ambiente . . . . .	39
4.1.7. Financiamiento . . . . .	41
4.2. Factores de competitividad externos. . . . .	41
4.2.1. Factores de demanda. . . . .	41
4.2.1.1. Preferencias del mercado . . . . .	41
4.2.1.2. Orientación de las multinacionales . . . . .	42
4.2.1.3. Distancia de los mercados. . . . .	43
4.2.1.4. Acuerdos de comercio . . . . .	44
4.2.1.5. Amenaza de terceros países . . . . .	44
4.2.2. Factores estructurales . . . . .	45

4.2.2.1. Debilidades institucionales y gremiales . . . . .	45
4.2.2.2. Inversión . . . . .	46
4.3. Evolución de las exportaciones de carne. . . . .	47
<b>CAPITULO 5. Mercados atractivos . . . . .</b>	<b>49</b>
5.1. Cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados . . . . .	50
5.2. Productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) . . . . .	53
5.3. Productos de cuero de alto valor agregado. . . . .	55
<b>CAPITULO 6. Conclusiones . . . . .</b>	<b>59</b>
<b>Referencias. . . . .</b>	<b>63</b>

## TABLAS

---

Tabla 1.1: Subpartidas arancelarias de la cadena de valor del cuero . . . . .	5
Tabla 3.1: Índice de Competitividad Exportadora (ICE) mundial para cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados, 2000-2006 . . . . .	20
Tabla 3.2: Países con mayor participación en el mercado mundial de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados, 2000-2006 . . . . .	21
Tabla 3.3: Índice de Competitividad Exportadora (ICE) mundial para los productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados), 2000-2006 . . . . .	24
Tabla 3.4: Países con mayor participación en el mercado mundial de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados), 2000-2006 . . . . .	26
Tabla 3.5: Índice de Competitividad Exportadora (ICE) mundial para los productos de cuero de alto valor agregado, 2000-2006 . . . . .	27
Tabla 3.6: Países con mayor participación en el mercado mundial de productos de cuero de alto valor agregado, 2000-2006 . . . . .	28
Tabla 5.1: Mercados atractivos para cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados y ranking de acuerdo al IDI, 2006 . . . . .	50
Tabla 5.2: Mercados atractivos para productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) y ranking de acuerdo al IDI, 2006 . . . . .	53
Tabla 5.3: Mercados atractivos para productos de cuero de alto valor agregado y ranking de acuerdo al IDI, 2006 . . . . .	56

## GRAFICOS

---

Gráfico 1.1: Proceso productivo del cuero y productos de cuero . . . . .	3
Gráfico 1.2: Valores unitarios de las exportaciones mundiales de cuero, 2006 . . . . .	5
Gráfico 1.3: Pasturas dedicadas a la actividad ganadera en Paraguay . . . . .	6
Gráfico 1.4: Exportaciones paraguayas de la cadena de valor del cuero, 2000-2007. . . . .	8
Gráfico 1.5: Principales mercados de destino de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados del Paraguay . . . . .	9
Gráfico 1.6: Principales mercados de destino de los productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) del Paraguay . . . . .	10
Gráfico 1.7: Principales mercados de destino de los productos de cuero de alto valor agregado del Paraguay. . . . .	11
Gráfico 2.1: Tasa de crecimiento del comercio mundial de cuero y manufacturas de cuero, 2000-2006 . . . . .	15
Gráfico 2.2: Participación de las principales regiones en las exportaciones mundiales de cuero, 2006 . . . . .	17
Gráfico 2.3: Participación de las principales regiones en las importaciones mundiales de cuero, 2006 . . . . .	18
Gráfico 3.1: Capacidad exportadora de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados de los países del Mercosur, 2006 . . . . .	23
Gráfico 3.2: Exportaciones de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados por países y cambio en su participación en el mercado mundial, 2000-2006 . . . . .	23
Gráfico 3.3: Capacidad exportadora de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) de los países del Mercosur, 2006 . . . . .	26
Gráfico 3.4: Exportaciones de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) por países y cambio en su participación en el mercado mundial, 2000-2006. . . . .	27
Gráfico 3.5: Capacidad exportadora de productos de cuero de alto valor agregado de los países del Mercosur, 2006. . . . .	29
Gráfico 3.6: Exportaciones de productos de cuero de alto valor agregado por países y cambio en su participación en el mercado mundial, 2000-2006. . . . .	30
Gráfico 3.7: Evolución de las exportaciones de cuero de Brasil, 1980-2006 . . . . .	32
Gráfico 4.1: Canales de comercialización interna del cuero. . . . .	39
Gráfico 4.2: Exportaciones de 'Carne y despojo comestible', 'Pieles (excepto la peletería) y cueros' y 'Manufacturas de cuero' de Paraguay, 2000-2007 . . . . .	48
Gráfico 5.1: Participación de los mercados atractivos en las importaciones mundiales de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados y tasa de crecimiento de las importaciones, 2000-2006 . . . . .	52
Gráfico 5.2: Posicionamiento de los mercados atractivos en base a la cantidad y valor unitario de sus importaciones de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados, 2006 . . . . .	52
Gráfico 5.3: Participación de los mercados atractivos en las importaciones mundiales de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) y tasa de crecimiento de las importaciones, 2000-2006 . . . . .	54

Gráfico 5.4: Posicionamiento de los mercados atractivos en base a la cantidad y valor unitario de sus importaciones de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados), 2006 . . . . .	55
Gráfico 5.5: Participación de los mercados atractivos en las importaciones mundiales de productos de cuero de alto valor agregado y tasa de crecimiento de las importaciones, 2000-2006 . . . . .	56
Gráfico 5.6: Posicionamiento de los mercados atractivos en base a la cantidad y valor unitario de sus importaciones de productos de cuero de alto valor agregado, 2006 . . . . .	57

## **RECUADROS**

---

Recuadro 1: Principales tipos de curtido y etapas que conforman el proceso de curtido al cromo. . .	3
Recuadro 2: Índice de Competencia Exportadora (ICE) . . . . .	19
Recuadro 3: Grandes exportadores de cuero en Asia del Sur. . . . .	22
Recuadro 4: Institutos y centros tecnológicos que trabajan en la investigación y desarrollo del cuero en América Latina . . . . .	37
Recuadro 5: Marco legal que regula el sector ambiental . . . . .	40
Recuadro 6: Exportaciones de cueros curtidos a través del Régimen de Maquila . . . . .	43
Recuadro 7: El sector de calzados . . . . .	45
Recuadro 8: Regímenes de incentivos a la inversión aplicados al sector del cuero . . . . .	46
Recuadro 9: Índice de Dependencia Importadora (IDI) . . . . .	49



# INTRODUCCION

El **Estudio Agroindustrial de la Cadena de Valor del Cuero en el Paraguay** está orientado a productores, empresarios y asociaciones relacionadas con el sector del cuero, como también a las instituciones encargadas de fomentar el desarrollo de la cadena de producción del cuero y sus manufacturas.

Entre los aspectos metodológicos del estudio, es conveniente resaltar que el análisis se lleva a cabo con un enfoque de cadena de valor, es decir, desde los estadios de menor valor agregado hasta aquellos productos que se destacan por el importante trabajo de diseño y mercadeo que involucran. Además, debe señalarse que el subsector de calzados, salvo contadas referencias, ha sido excluido de la presente investigación, ya que debido a su amplitud y a las particularidades que posee, amerita un análisis separado y profundo sobre su organización y su realidad concreta.

El documento se divide en cinco capítulos. El primero se refiere a la cadena de valor y la evolución del sector del cuero en el Paraguay. Abarca aspectos generales como la historia y uso del cuero y describe el proceso productivo, los niveles de procesamiento y los valores unitarios de exportación en el mercado mundial. Posteriormente, examina el estado de la industria del cuero en el país, la capacidad de la industria faenadora y las exportaciones del sector.

El segundo capítulo estudia en forma detallada la dinámica mundial y regional del sector del cuero. En un primer momento, se analiza la producción mundial de cueros y pieles de bovino y los principales productores; seguidamente, se describe la evolución del comercio mundial en los últimos años y se detallan las principales regiones exportadoras e importadoras.

En el tercer capítulo se utiliza el Índice de Competitividad Exportadora (ICE), que, mediante la combinación de varios indicadores, permite identificar qué tan competitivos son los países en la exportación de los distintos segmentos de la cadena de valor del cuero. La posición de los países en el ranking del año 2006 se contrasta con la obtenida en el año 2000. En este sentido, resaltan aquellos países que cuentan con políticas de apoyo para la formación de distritos industriales (Italia), aquellos que han podido conformar exitosamente una infraestructura de apoyo para el sector (Brasil e India) y los que cuentan con abundante mano de obra capacitada (China).

En el capítulo cuarto se analizan los factores que inciden en la competitividad de la industria nacional del cuero, tanto los referentes a la oferta (materia prima, recursos humanos, necesidad de mecanismos de capacitación, infraestructura, comercialización, financiamiento) como aquellos vinculados a la demanda (preferencias de mercado, orientación de las multinacionales, amenazas de terceros países, entre otros).

En el capítulo cinco se analizan los mercados atractivos para los productos estudiados, a través del cálculo del Índice de Dependencia Importadora (IDI). El análisis de los mercados atractivos toma en cuenta las cantidades importadas y su evolución para cada segmento de la cadena de valor del cuero. El estudio se complementa con la evaluación de los valores unitarios de importación de estos productos en cada uno de los mercados atractivos, con el fin de obtener un análisis más detallado de cada mercado.

Por último, se presentan las principales conclusiones del documento y se plantean las correspondientes recomendaciones.

## SIGLAS

---

<b>AICSul</b>	Associação das Indústrias de Curtume do Rio Grande do Sul
<b>APEX</b>	Agência de Promoções de Exportações
<b>CEAP</b>	Cámara de Empresas Artesanas del Paraguay
<b>CICAM</b>	Cámara Paraguaya de la Industria, Manufactura y Afines del Cuero
<b>CICB</b>	Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil
<b>CICPAR</b>	Cámara de la Industria del Calzado del Paraguay
<b>CNIME</b>	Consejo Nacional de la Industria Maquiladora de Exportación
<b>FAO</b>	Food and Agriculture Organization
<b>ICE</b>	Índice de Competitividad Exportadora
<b>IDI</b>	Índice de Dependencia Importadora
<b>INTN</b>	Instituto Nacional de Tecnología y Normalización
<b>ISTAT</b>	Istituto Nazionale di Statistica
<b>MAG</b>	Ministerio de Agricultura y Ganadería
<b>MERCOSUR</b>	Mercado Común del Sur
<b>PIB</b>	Producto Interno Bruto
<b>PNUD</b>	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
<b>REDIEX</b>	Red de Inversiones y Exportaciones
<b>SEAM</b>	Secretaría del Ambiente
<b>SENACSA</b>	Servicio Nacional de Calidad y Salud Animal
<b>SNPP</b>	Servicio Nacional de Promoción Profesional
<b>SOFIA</b>	Sistema de Ordenamiento Fiscal de Impuestos Aduaneros
<b>UIP</b>	Unión Industrial Paraguaya
<b>UN Comtrade</b>	United Nations Commodity Trade Statistics Database
<b>UTEPI</b>	Unidad Técnica de Estudios para la Industria
<b>WDI</b>	World Development Indicators



# Cadena de valor y sector del cuero en el Paraguay

---

## 1.1. Características generales

### 1.1.1. Historia

**En un principio, el cuero fue utilizado como abrigo, más tarde su uso se amplió a otras funciones útiles para la vida cotidiana**

La actividad manufacturera del cuero tuvo sus inicios en los orígenes mismos de la humanidad, cuando algún cazador se cubrió por primera vez con la piel de un animal al que había cazado para alimentarse. Posteriormente surgió la posibilidad de convertir esta materia prima, a través de procesos artesanales o industriales, en otros productos útiles para la vida cotidiana.

### 1.1.2. Generalidades del cuero

El cuero es la piel de animal tratada química y físicamente con el objeto de convertirla en un material flexible y resistente a la putrefacción. En la producción de cuero se utilizan generalmente pieles de ganado bovino, ovino y caprino. Sin embargo, también se utilizan pieles de caballos, cerdos, ciervos, reptiles y, en menor proporción, de focas y morsas.

La textura y calidad de los cueros depende: a) de los hábitos de vida de los animales, su edad y los cuidados que recibieron durante su crianza; b) del estado de conservación de las pieles, de la disponibilidad y condiciones de las herramientas necesarias; c) de los conocimientos del personal que realiza el desuello del animal; y finalmente, d) del tipo de curtido al que son sometidos.

### 1.1.3. Uso del cuero

**El cuero es muy apreciado por su versatilidad, resistencia, flexibilidad, transpirabilidad y, hasta cierto punto, impermeabilidad**

El cuero es uno de los materiales más versátiles. Posee ventajas sobre otros materiales debido a su alta resistencia al desgaste y la tracción y también por su flexibilidad, transpirabilidad y, hasta cierto punto, impermeabilidad. Existen hallazgos históricos que demuestran que los seres humanos, desde sus orígenes, utilizaban pieles y cueros para vestirse y protegerse del frío, debido a la alta capacidad de estos materiales para amoldarse a los cuerpos.

Actualmente, el cuero es un producto que se utiliza en diferentes sectores, como la producción de prendas de vestir, calzados, muebles, y otros artícu-

los de uso doméstico. De la fase de producción del cuero, a través de procesos industriales, también se puede obtener alimentos para perros u otros animales, cosméticos, químicos para fotografías y fertilizantes.

#### 1.1.4. Defectos, enfermedades e infecciones que afectan la calidad de las pieles

##### Los defectos y enfermedades dejan secuelas en la calidad final de los cueros

Los defectos, enfermedades e infecciones pueden dejar secuelas significativas en la calidad de las pieles y cueros, ya que, las zonas afectadas no absorben adecuadamente los productos químicos durante el proceso del curtido.

Algunos defectos en las pieles del ganado suelen ser: marcas de fuego, infestación por larvas, garrapatas, uras y mosca de los cuernos. Las enfermedades que suelen presentarse en el ganado son: brucelosis, sarna, fiebre aftosa, mastitis y piojos.

### 1.2. Cadena de Valor

#### 1.2.1. Caracterización del proceso productivo del cuero y productos de cuero

##### El proceso productivo del cuero, desde el sacrificio del ganado hasta la etapa de comercialización, es bastante complejo

El proceso productivo del cuero, desde el sacrificio del ganado en el frigorífico o matadero hasta su comercialización en forma de cuero curtido (o *wet blue*), semiterminado, terminado o en subproductos, es bastante complejo. Este proceso está diagramado en el Gráfico 1.1, mientras que en el Recuadro 1 se describen los principales tipos de curtidos utilizados.

##### Dependiendo del producto final que se espera obtener, el proceso productivo puede presentar ligeras variaciones

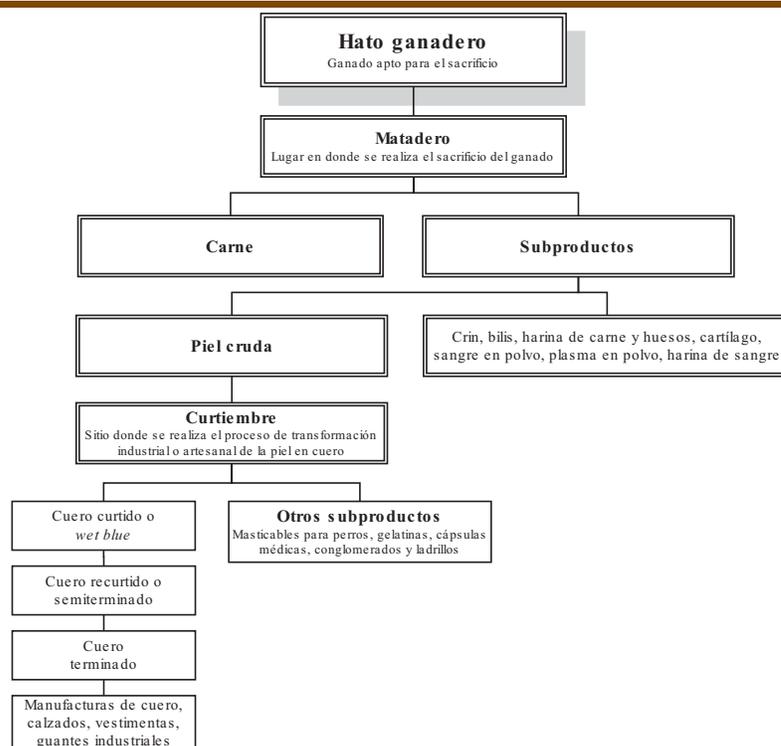
El proceso de curtido, en el que las pieles de los animales se transforman en cuero, se lleva a cabo en la curtiembre. Este proceso productivo puede presentar ligeras variaciones dependiendo del producto que se espera obtener<sup>1</sup>. De la curtiembre también se obtienen subproductos, como el aglomerado o lefa<sup>2</sup> (que se forma de los residuos del raspado del cuero *wet blue*). Por otro lado, los residuos grasos (resultantes del proceso de descarnar) pueden utilizarse para elaborar jabones o alimentos para animales.

---

1 Por ejemplo, los tratamientos que se da a los cueros destinados a producir suelas de zapato son diferentes de los que reciben los cueros que tienen por objeto producir empeines de calzados, botas, guantes industriales y prendas de vestir, ya que los grados de flexibilidad e impermeabilidad requeridos son distintos en cada caso.

2 El cuero aglomerado es un material artificial compuesto en una proporción entre 80% y 100% por fibras de cuero (generalmente desechos de las curtidurías o de talleres que manufacturan el cuero). A partir del cuero aglomerado se obtienen carteras, cintos y correas.

**Gráfico 1.1: Proceso productivo del cuero y productos de cuero**



Fuente: Unidad Técnica de Estudios para la Industria (UTEPI)

**Recuadro 1: Principales tipos de curtido y etapas que conforman el proceso de curtido al cromo**

En la tarea de curtir el cuero, dos son los procesos más comúnmente utilizados:

· *Curtido vegetal*: se basa en la utilización de taninos extraídos de la corteza, frutos, hojas y madera de algunos árboles. Algunas fuentes de tanino son: la madera de quebracho, la corteza de la acacia, la madera de castaño, la corteza de mangle y la corteza del roble. El cuero curtido con sustancias vegetales se oscurece con el tiempo, debido a que se oxida con la luz y el aire. Por lo general, los cueros obtenidos mediante este tipo de curtido se vuelven duros y ásperos luego de ponerse en contacto con el agua e incluso se decoloran al ser empapados. Este tipo de cuero se usa generalmente en la fabricación de suelas de zapatos, correas, equipajes y tapicería.

· *Curtido al cromo*: este proceso utiliza compuestos de cromo. Antes del curtido, las pieles deben ser sumergidas en una solución de sal y ácido, para luego ser bañadas en una solución básica de sulfato de cromo. Este tipo de curtido es el más utilizado actualmente y sus cueros son conocidos como *wet blue* por el color azul que adquieren del sulfato de cromo. Debido a que son más ligeros, los cueros obtenidos de este tipo de curtido son utilizados en la producción de calzados, prendas de vestir, manufacturas y artículos industriales.

Dado que, tanto en Paraguay como a nivel mundial, el proceso de producción de cueros más desarrollado es el curtido al cromo, a continuación se detallan brevemente las tres etapas básicas que componen este proceso.

- 1) *Etapas de ribera*: se inicia con el recorte y almacenamiento de la piel del animal y llega hasta su dividido en la flor y el descarne. Incluye aquellos procesos, previos a la etapa de curtido, en los que se separa el pelo, las pieles y las grasas de los animales. El nombre de esta etapa se debe a los grandes volúmenes de agua que utiliza.
- 2) *Etapas de curtido*: los trabajos de esta etapa están destinados a transformar las pieles en un material resistente, duradero e impu-trescible. Llega hasta el proceso de recurrido, que consiste en volver a trabajar el cuero ya curtido para convertirlo en un material más blando y resistente al agua.
- 3) *Etapas de acabado*: constituye la última fase del proceso de curtido al cromo. Está conformada por una serie de tratamientos con pigmentos y lacas, cuyo propósito es mejorar las propiedades del cuero, tales como: olor, tacto, brillo y tonalidad. Además, el acabado protege al cuero contra la humedad, suciedad y daños mecánicos y permite disimular los defectos de cueros de baja clasificación, dándoles estampado.

**En el estudio se analizan tres estadios de la cadena de valor del cuero, agrupados según sus valores unitarios de exportación y sus niveles de procesamiento**

### 1.2.2. Niveles de procesamiento y valor agregado

Resulta muy complejo analizar el comercio de todos los productos del cuero, desde la piel del animal en forma de cuero crudo hasta los bienes con mayor procesamiento. Por eso se utiliza la metodología de Análisis de la Cadena de Valor, que consiste en agrupar los productos (clasificados en distintas subpartidas arancelarias) de acuerdo a sus valores unitarios de exportación<sup>3</sup>.

Se han seleccionado quince subpartidas arancelarias (a seis dígitos) del Sistema Armonizado de Codificación y Designación de Mercaderías 1988-1992, las cuales fueron agrupadas en tres estadios diferentes de la cadena de valor del cuero:

1) Cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados: Este primer estadio abarca desde cueros y pieles crudos hasta cueros curtidos, cueros semiterminados y terminados.

2) Productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados): En este estadio el nivel de procesamiento es mayor que en el primero. Son cueros transformados en productos utilizables en la vida cotidiana. Requieren de la utilización de mano de obra calificada para su elaboración.

3) Productos de cuero de alto valor agregado: Son los productos con mayores niveles de procesamiento de la cadena de valor. Su producción requiere de personal altamente calificado, con conocimientos en diseño y mercadeo.

Las subpartidas que conforman cada estadio se presentan en la Tabla 1.1.

El sector de calzados no es analizado en el presente estudio debido a que los distintos tipos de calzados que se producen a nivel mundial y las particularidades propias de este sector ameritan un análisis más detallado. Por otro lado, la participación de Paraguay en las exportaciones mundiales de este sector (que en el año 2006 sumaron cerca de US\$ 62.200 millones) no es significativa.

El Gráfico 1.2 muestra los valores unitarios de exportación promedio, a nivel mundial, para cada estadio de la cadena de valor del cuero.

En el año 2006, el valor unitario de exportación de los cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados fue de US\$ 4,2 por kilogramo, inferior al valor promedio de estos mismos productos en el periodo 2000-2005 (US\$ 4,6 por kilogramo). Pese a que el proceso productivo de estos bienes es largo, su valor agregado es reducido.

---

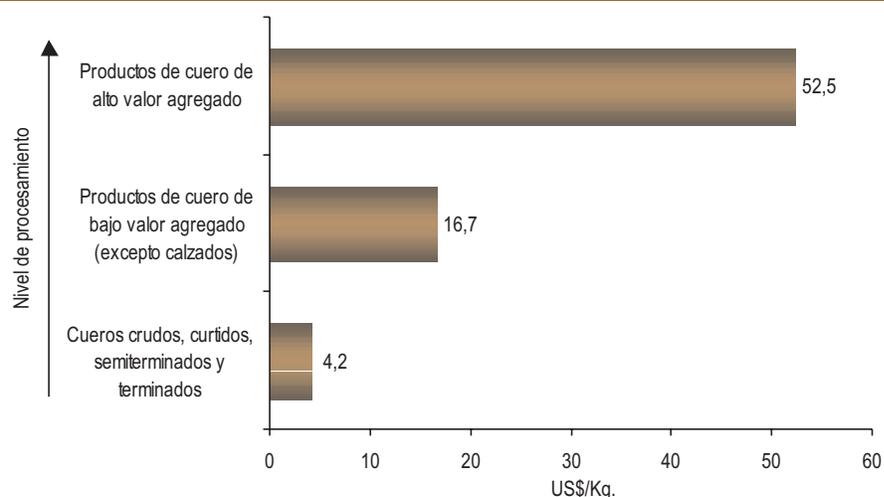
<sup>3</sup> El valor unitario de exportación se obtiene de dividir el valor total de la exportación (en dólares) por el volumen (en kilogramos) de esta misma exportación.

**Tabla 1.1: Subpartidas arancelarias de la cadena de valor del cuero**

Subpartida arancelaria	Descripción
<b>Primer estadio: Cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados</b>	
410410	Cueros y pieles enteros de bovino
410421	Cueros y pieles de bovino con precurtido vegetal
410422	Cueros y pieles de bovino precurtidos de otro modo ( <i>wet blue</i> )
410429	Otros cueros bovinos y equinos -descarnes vacunos-
410439	Demás cueros preparados después del curtido (cuero semiterminado 'crust')
411000	Desperdicios de cuero
<b>Segundo estadio: Productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados)</b>	
420329	Guantes, mitones y manoplas de cuero, no diseñados para uso en deporte
420330	Cintos, cinturones y bandoleras de cuero
420340	Demás complementos de vestir de cuero
420400	Artículos para usos técnicos de cuero
420500	Demás manufacturas de cuero natural o regenerado (forros, tapicería para autos)
<b>Tercer estadio: Productos de cuero de alto valor agregado</b>	
420100	Artículos de talabartería o guarnicionería para todos los animales
420211	Baúles, valijas, portafolios y similares, con la superficie exterior de cuero
420221	Bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero
420231	Artículos de bolsillo o de bolsos de mano con la superficie exterior de cuero
420310	Prendas de vestir de cuero

Fuente: Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercaderías (SA 1988-1992)

**Gráfico 1.2: Valores unitarios de las exportaciones mundiales de cuero, 2006**



Fuente: UN Comtrade

**A medida que el valor agregado de los productos es mayor, se incrementan sus valores unitarios de exportación**

En el año 2006, los productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) presentaron un valor unitario de exportación promedio de US\$ 16,7 por kilogramo. Este valor fue superior al promedio alcanzado durante el periodo 2000-2005 (US\$ 14,5 por kilogramo).

Los productos de cuero de alto valor agregado presentan los valores unitarios de exportación más elevados de la cadena. En el año 2006, su valor unitario de exportación fue de US\$ 52,5 por kilogramo, superior al promedio alcanzado en el periodo 2000-2005 (US\$ 42,7 por kilogramo).

### 1.3. Estado de la industria del cuero en Paraguay

#### 1.3.1. Situación ganadera del Paraguay

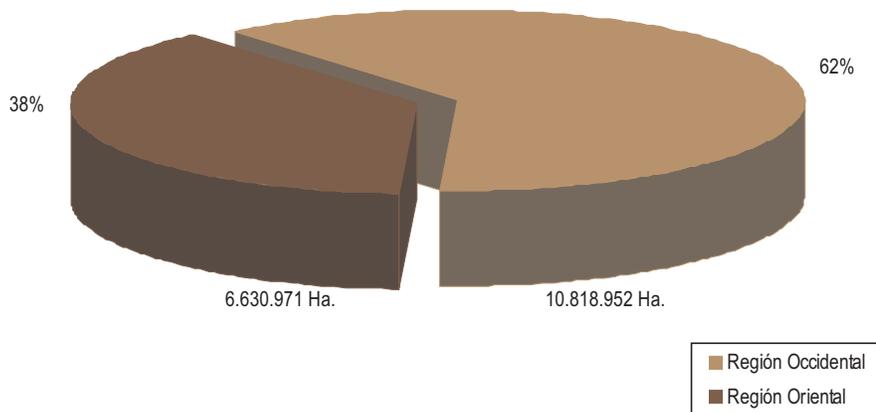
**La ganadería es la segunda actividad más dinámica del sector primario**

En el año 2007, el subsector ganadero participó aproximadamente con el 5,8% del Producto Interno Bruto (PIB) del Paraguay. En el periodo 2000-2007, el crecimiento promedio anual de la ganadería alcanzó el 4,2%, convirtiéndola en la segunda actividad más dinámica del sector primario, luego de la agricultura, que mostró un crecimiento anual promedio del 7,9% en el mismo periodo.

**En Paraguay predomina la ganadería extensiva y la mayor proporción de pasturas se encuentra en la Región Occidental del país**

Paraguay cuenta con un rebaño ganadero superior a las diez millones de cabezas. En el país predomina la ganadería de tipo extensivo<sup>4</sup>, que se desarrolla en gran parte de la Región Occidental y en el norte, centro y suroeste de la Región Oriental. Según datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), la producción bovina utiliza aproximadamente 17,4 millones de hectáreas de pasturas, de las cuales aproximadamente el 75% corresponde a pastura natural y el 25% restante a pastura cultivada. El 62% del total de pasturas está en la Región Occidental (los departamentos de Presidente Hayes, Alto Paraguay y Boquerón poseen el mayor número de pasturas dedicadas a la ganadería), el 38% restante se encuentra en la Región Oriental (se destacan las pasturas de Concepción, San Pedro y Amambay).

**Gráfico 1.3: Pasturas dedicadas a la actividad ganadera en Paraguay**



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)

<sup>4</sup> Ganadería extensiva es aquella que se realiza en grandes extensiones de tierra, donde los animales se desplazan con cierta libertad y se alimentan de pastos naturales.

**Presidente Hayes, San Pedro, Boquerón y Concepción poseen cerca del 50% del ganado bovino de Paraguay**

En el año 2007<sup>5</sup>, según datos del Servicio Nacional de Calidad y Salud Animal (SENACSA), cuatro departamentos poseían cerca del 50% del hato ganadero del país: Presidente Hayes (que abarcaba el 20,8% de las cabezas de ganado), San Pedro (11,8%), Boquerón (9,1%) y Concepción (8,1%). Mientras tanto, la participación de Canindeyú, Itapúa, Caaguazú y los demás departamentos ha decrecido.

### 1.3.2. Capacidad de la industria faenadora en Paraguay

Según datos de SENACSA, a finales de diciembre del año 2007 se encontraban habilitados 28 mataderos (establecimientos con permiso sólo para faenas de consumo interno), de los cuales trece se ubicaban en el Departamento Central, cuatro en Concepción, tres en Itapúa y Paraguari, y uno en cada uno de los siguientes departamentos: Cordillera, Misiones, Ñeembucú, Canindeyú y Boquerón. También existen mataderos clandestinos, no habilitados, principalmente en el interior del país (en compañías, pequeñas poblaciones y asentamientos) y de los cuales no existen registros y sobre los que no se posee ningún control.

**Entre los años 2000 y 2007 se incrementó el número de bovinos faenados en frigoríficos**

En lo referente a frigoríficos (establecimientos que cumplen con los controles de oficiales veterinarios y realizan faenas para consumo interno y para exportación), a diciembre de 2007 estaban registrados trece establecimientos para el faenamamiento de bovinos y dos para el procesamiento de carne bovina.

El número de bovinos faenados en frigoríficos ha aumentado de manera significativa a partir del año 2000. Durante el periodo 2000-2007, este número creció a una tasa anual promedio de 8,6%. En el año 2007, la tasa de extracción<sup>6</sup> del país, según datos de SENACSA sobre bovinos faenados en frigoríficos y mataderos habilitados, fue de 12,1%, menor al 14,6% de 2006. Sin embargo, estas estadísticas pueden no reflejar los sacrificios de ganado realizados en locales de los que no se posee control ni estadísticas.

**La tasa de extracción de Paraguay se encuentra por debajo del promedio mundial y de las de varios países de la región**

En el año 2004, la tasa de extracción de Paraguay fue de 12,5%<sup>7</sup>, muy inferior al promedio mundial de 22,1% y también menor a las tasas de extracción de Argentina (24,8%), México (23,8%), Chile (20,1%), Perú (19,8%), Ecuador (19,5%), Panamá (19,4%) y Brasil (18,9%). En el mismo año, los países con mejores tasas de extracción a nivel mundial fueron: Italia (61,5%), Holanda (50,4%), Rusia (46,5%), Nueva Zelanda (43%) y Estados Unidos (36,6%).

<sup>5</sup> Los datos de comercio para todos los países están disponibles sólo hasta el año 2006, por ello, los análisis del comercio mundial se realizarán para ese año. En el caso de Paraguay, los análisis se realizarán hasta el año 2007, siempre que las estadísticas estén disponibles.

<sup>6</sup> La tasa de extracción es el cociente entre el ganado sacrificado y la población ganadera. Este indicador se utiliza para comparar el desempeño del sector ganadero de los países. Una mayor tasa de extracción representa una mayor eficiencia de la producción pecuaria.

<sup>7</sup> Cálculos propios en base al *Compendio estadístico mundial de cueros y pieles sin curtir, cueros y calzados de cuero 1986-2004*, elaborado por la FAO.

Respecto al tamaño de los animales, del que depende el tamaño de los cueros, existen diferencias debido a la genética, edad, raza, alimentación, medio ambiente en que habitan y otros cuidados. En Paraguay, el cuero del ganado vacuno posee generalmente entre 40 y 42 pies cuadrados (de 3,7 a 3,9 m<sup>2</sup>)<sup>8</sup>.

### 1.4. Cadena de valor en el Paraguay

**La mayor parte de las exportaciones paraguayas de cuero corresponden al estadio de menor valor agregado de la cadena**

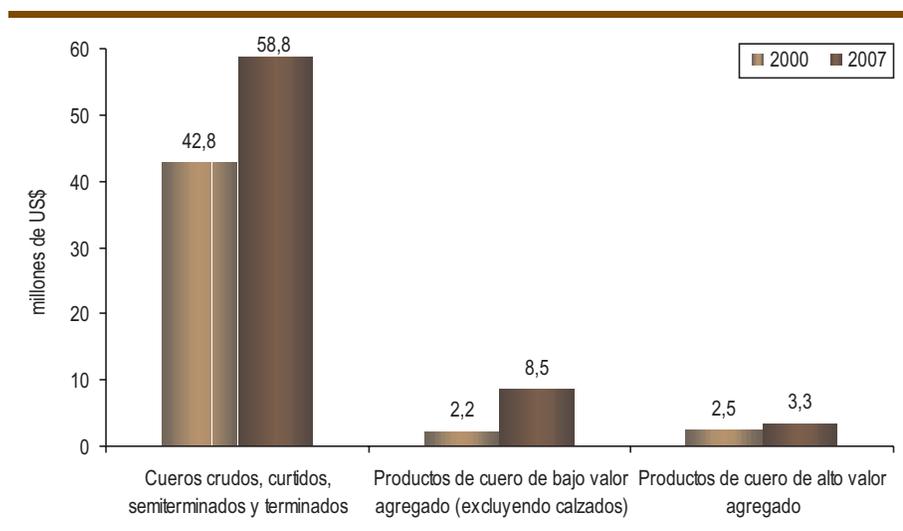
En el año 2007, las exportaciones paraguayas de la cadena de valor del cuero alcanzaron aproximadamente US\$ 70,6 millones. Sin embargo, el 83,3% de estas exportaciones correspondieron al estadio de menor valor agregado (cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados), cuyas exportaciones sumaron US\$ 58,8 millones, lo cual representó un crecimiento promedio anual del 4,7% desde el año 2000.

**Las exportaciones de productos de cuero de bajo valor agregado fueron las más dinámicas entre 2000 y 2007**

Entre los años 2000 y 2007, las exportaciones paraguayas de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) se incrementaron de US\$ 2,2 millones a cerca de US\$ 8,5 millones, lo que representó un crecimiento promedio anual del 21,4%. Este estadio es, por lo tanto, el más dinámico entre los tres analizados.

Finalmente, en el año 2007 las exportaciones de productos de cuero de alto valor agregado sumaron US\$ 3,3 millones, es decir, crecieron al 4% promedio anual desde el año 2000, lo que significa que este estadio fue el menos dinámico entre los tres analizados.

**Gráfico 1.4: Exportaciones paraguayas de la cadena de valor del cuero, 2000-2007**



Fuente: Sistema de Ordenamiento Fiscal de Impuestos Aduaneros (SOFIA)

<sup>8</sup> La piel puede representar entre el 8% y el 10% del peso del animal vivo. Si consideramos que el peso promedio de los animales vivos comercializados en las ferias del Departamento Central es de 379 Kg., entonces se obtendrán cueros de entre 30 y 37,9 Kg. Sin embargo, algunas empresas entrevistadas han dicho que obtienen cueros frescos de 35 Kg. e incluso de entre 43 y 45 Kg.

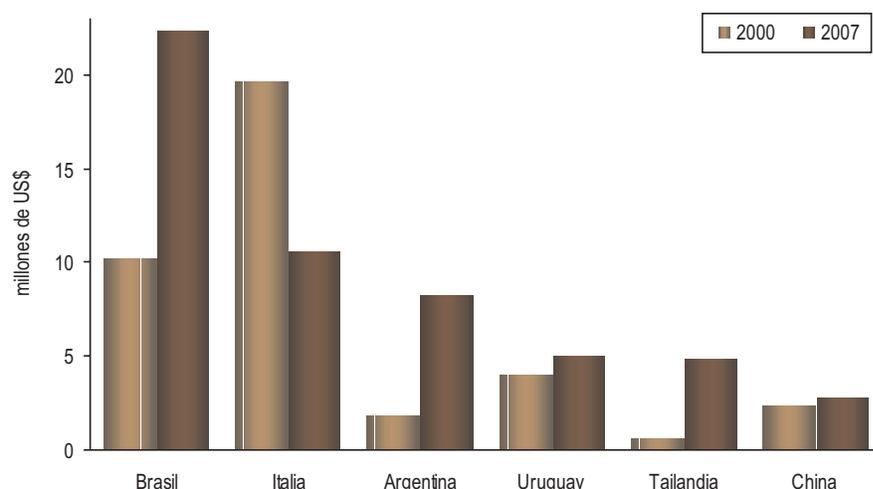
### 1.4.1. Mercados de destino y valores unitarios de exportación de los productos de cuero de Paraguay, 2007

#### Cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados

**Entre los productos del primer estadio de la cadena de valor, el cuero wet blue es la principal exportación de Paraguay**

En el año 2007, los principales mercados de destino de los cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados de Paraguay fueron: Brasil (37,9% del total) e Italia (17,9%), que en 2000 ocupaba el primer lugar. También merece destacarse el dinamismo mostrado por las exportaciones destinadas a países asiáticos, tales como Vietnam, Tailandia e Indonesia, durante el periodo 2000-2007.

**Gráfico 1.5: Principales mercados de destino de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados del Paraguay**



**A Brasil e Italia se destina más del 50% de las exportaciones paraguayas del primer estadio de la cadena de valor del cuero**

Fuente: SOFIA

Los productos de mayor demanda fueron el cuero wet blue, que representó el 79,4% de las exportaciones totales de este primer estadio de la cadena de valor, y los descarnes vacunos, cuya participación alcanzó el 14,8%.

**Los países asiáticos pagan los menores valores unitarios por las exportaciones**

En el año 2007, el valor unitario de exportación promedio de este estadio fue de US\$ 2,3 por kilogramo. Los valores más altos fueron pagados por Uruguay y Argentina, mientras que los mercados de Asia del Este (China, Provincia china de Taiwán, Indonesia y Vietnam) pagaron valores inferiores a US\$ 1 por kilogramo.

**Francia y Estados Unidos son los principales mercados de destino de los productos de cuero de bajo valor agregado de Paraguay**

#### Productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados)

En el año 2007, el 57,3% de las exportaciones paraguayas de productos de cuero de bajo valor agregado se destinó a Francia; detrás estuvo Estados Unidos, que acaparó el 15,6% del total. Las exportaciones hacia Francia

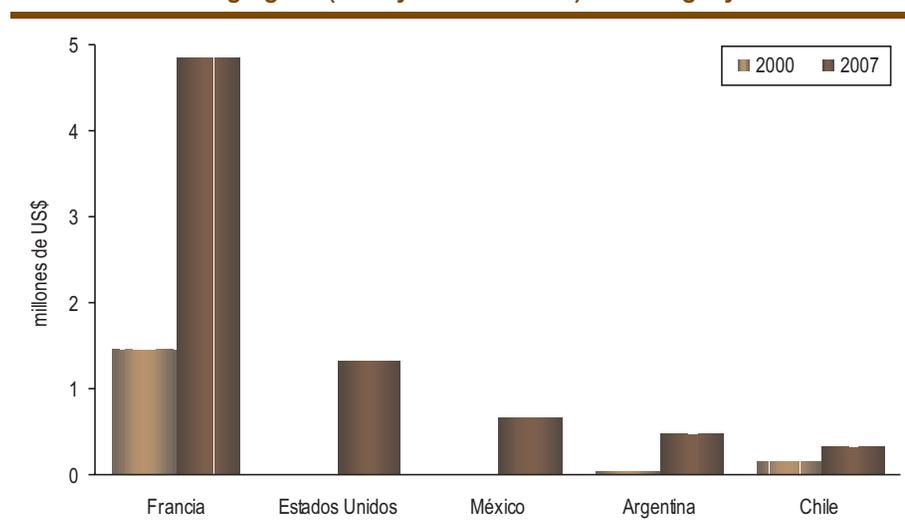
mostraron un crecimiento promedio anual del 18,8% durante el periodo 2000-2007.

Los productos de mayor demanda fueron: las demás manufacturas de cuero (que incluyen forros y tapizados para autos), que representaron el 93,5% de las exportaciones del estadio, seguidas de los guantes, mitones y manoplas de cuero.

**Canadá paga los mayores valores unitarios por las exportaciones de productos de cuero de bajo valor agregado**

Durante el año 2007, el valor unitario de exportación promedio de los productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) fue de US\$ 6,8 por kilogramo. Los mercados que pagaron los mayores precios fueron: Canadá, Perú y Francia. Por otro lado, Sudáfrica, Brasil y Alemania pagaron valores inferiores a US\$ 2 por kilogramo.

**Gráfico 1.6: Principales mercados de destino de los productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) del Paraguay**



Fuente: SOFIA

**Productos de cuero de alto valor agregado**

**Las exportaciones del tercer estadio de la cadena de valor del cuero se encuentran concentradas en dos destinos: Estados Unidos y Alemania**

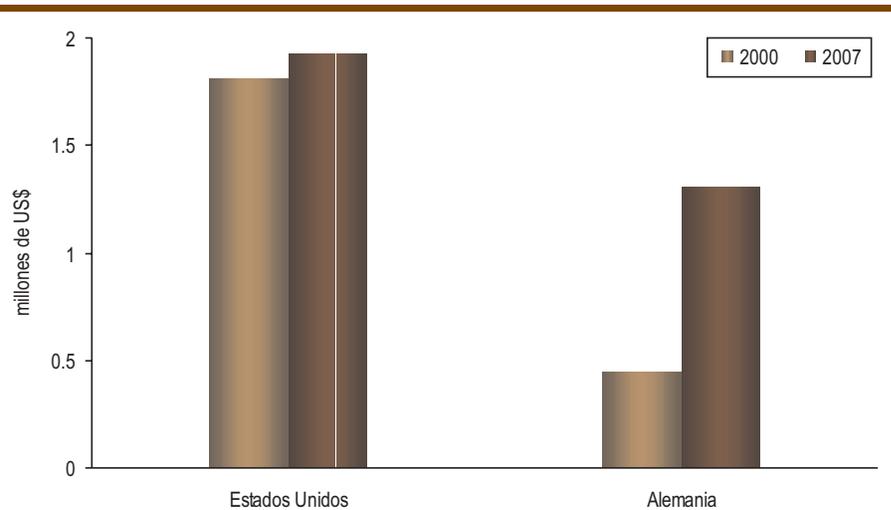
En el año 2007, Estados Unidos y Alemania fueron los principales mercados de destino de las exportaciones paraguayas de productos de cuero de alto valor agregado. En conjunto, ambos países concentraron más del 95% de estas exportaciones. También conviene destacar que durante el periodo 2000-2007, las exportaciones de este estadio hacia Suiza y Alemania mostraron tasas de crecimiento promedio anuales de 22,7% y 16,7%, respectivamente.

**Los artículos de talabartería y guarnicionería constituyen los productos más demandados de este estadio**

Los artículos de talabartería y guarnicionería fueron los más demandados entre los productos de cuero de alto valor agregado (representaron el 65,8% de las exportaciones paraguayas de este estadio), seguidos por los baúles, valijas, portafolios y similares con la superficie exterior de cuero (20,7%).

En el año 2007 el valor unitario de exportación promedio de este estadio fue de US\$ 26,6 por kilogramo. Alemania, Estados Unidos y Portugal pagaron los valores más altos (superiores a US\$ 20 por kilogramo).

**Gráfico 1.7: Principales mercados de destino de los productos de cuero de alto valor agregado del Paraguay**



Fuente: SOFIA



Para la toma de decisiones empresariales adecuadas se requiere conocer el mercado mundial. Esta necesidad no se limita sólo a empresas que buscan espacio a nivel internacional, sino también a aquellas que pretenden mantener o incrementar su posicionamiento en el mercado doméstico. Del análisis del mercado mundial se pueden obtener pautas acerca de la conveniencia de continuar produciendo un mismo producto, agregar valor o empezar a visualizar otro sector con mayores rendimientos y perspectivas de crecimiento.

Este capítulo pretende satisfacer la necesidad de información de los empresarios que tienen interés en el sector del cuero. Para el efecto, se analiza la dinámica mundial y regional de la cadena de valor de este producto, considerando indicadores de producción y comercio.

## 2.1. Producción

### 2.1.1. Rebaño ganadero mundial

**Asia y América Latina son las principales regiones ganaderas del mundo**

**India, Brasil, China y Estados Unidos son los países con mayores hatos ganaderos**

Según datos de la FAO, el hato ganadero mundial en el año 2004 fue de 1.522.005.381 cabezas. Asia del Este y Asia del Sur poseían, conjuntamente, el 37,3% de este total. A su vez, la región de América Latina y El Caribe contaba con el 24,9%. Entre los países con mayor número de cabezas de ganado figuran: India (que abarca el 18,6% del total mundial), Brasil (12,7%), China (8,9%) y Estados Unidos (6,2%). Dentro de la Unión Europea, Francia, Alemania y Reino Unido poseen, en conjunto, más del 50% del hato ganadero del bloque. Entre los países de América Latina, luego de Brasil, Argentina posee el mayor hato ganadero, seguido por México. Paraguay, que en el año 2004 tenía el 0,6% del ganado vacuno mundial, ocupa el séptimo lugar en la región (luego de Colombia, Venezuela y Uruguay).

### 2.1.2. Producción de cueros y pieles de bovino

A nivel mundial, el sector productor de cueros y pieles no cuenta con estadísticas actualizadas, como las que se encuentra para el sector de textiles y de calzados<sup>9</sup>. Las series estadísticas referentes a cueros y pieles crudas se

---

<sup>9</sup> Las estadísticas oficiales acerca de la producción mundial de cueros y pieles, en número de piezas y en peso salado húmedo, están disponibles sólo hasta el año 2004 en la base estadística de la FAO. Tampoco existe una única unidad de medida aceptada internacionalmente para cuantificar la producción, el comercio y la utilización de cueros y pieles.

presentan de diversas formas, en peso o en número de piezas, mientras que los datos sobre derivados del cuero curtido se expresan en peso o superficie<sup>10</sup>.

#### **2.1.2.1. Mayores productores de cueros y pieles de bovino (en peso salado húmedo)**

**La producción mundial de cueros y pieles de bovino, en peso salado húmedo, creció a una tasa inferior al 0,5% anual**

Entre los años 2000 y 2004, la producción mundial de cueros y pieles de bovino, medida en peso salado húmedo, creció a una tasa promedio anual del 0,43%, pasando de 5,9 millones de toneladas en 2000 a 6 millones de toneladas en 2004. Los principales productores fueron Estados Unidos, China, Brasil e India, que concentraron, conjuntamente, cerca del 50% de la producción.

Según datos de la FAO, en el año 1965 la producción paraguaya de cueros y pieles de bovino fue de 14.000 toneladas, mientras que en el año 2004 alcanzó las 29.700 toneladas. Esto representa un crecimiento promedio anual de 1,95% durante ese periodo.

#### **2.1.2.2. Mayores productores de cueros y pieles de bovino (en millones de piezas)**

**China e India son los mayores productores mundiales de cueros y pieles de bovino, medidos en número de piezas**

La producción mundial de cueros y pieles de bovino creció de 318,4 millones de piezas en el año 2000 a 333,3 millones de piezas en el año 2004. China se presenta como el mayor productor mundial, con 51,8 millones de piezas en 2004 y un crecimiento anual en su producción entre 2000 y 2004 del 6,8%. India, con una producción de 38 millones de piezas, es el segundo mayor productor<sup>11</sup>.

## **2.2. Comercio mundial**

Para el análisis del comercio mundial de la cadena de valor del cuero se considera a los cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados dentro de la categoría 'pieles y cueros'<sup>12</sup>. Así mismo, los productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) y los productos de cuero de alto valor agregado están considerados dentro del comercio total de 'manufacturas de cuero'<sup>13</sup>.

---

<sup>10</sup> Cuando la producción o el comercio de cueros se expresan en número de piezas se puede generar confusión, debido a que el tamaño de los cueros y las pieles más comunes difiere ampliamente entre países. Así mismo, si los datos se presentan según el peso siguen presentándose diferencias considerables, por las distintas maneras de curar los cueros. La medida más homogénea, por lo tanto, para cuantificar los cueros y pieles de ganado vacuno parece ser el peso salado húmedo.

<sup>11</sup> No obstante, los cueros y pieles procedentes de India tienen un tamaño mucho menor que los de países europeos, latinoamericanos y norteamericanos.

<sup>12</sup> De aquí en adelante se utilizará la denominación 'pieles y cueros' para referirse al capítulo 41 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercaderías (SA 1988-1992), que corresponde a 'Pieles (excepto la peletería) y cueros' e incluye: cueros bovinos, equinos, caprinos y ovinos.

<sup>13</sup> De aquí en adelante se utilizará la denominación 'manufacturas de cuero' para referirse al capítulo 42 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercaderías (SA 1988-1992), que corresponde a 'Manufacturas de cuero, artículos de guarnicionería, artículos de viaje y bolsos de mano (carteras)'.

### 2.2.1. Importancia de cada estadio de la cadena de valor del cuero en el comercio mundial de 'pieles y cueros' y 'manufacturas de cuero'

**Los cueros semiterminados y los cueros wet blue son los productos con mayor participación en el comercio mundial de 'pieles y cueros'**

En el año 2006, las exportaciones de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados (bovinos) representaron el 25,1% de las exportaciones mundiales de 'pieles y cueros'. Los productos con mayor participación fueron los cueros semiterminados 'crust' y los cueros *wet blue*.

En el mismo año, las exportaciones de productos de cuero de bovino de bajo valor agregado (excluyendo calzados) representaron el 15,5% de las exportaciones mundiales de 'manufacturas de cuero'. Las demás manufacturas de cuero (que incluyen forros y tapizados para autos) y los cintos, cinturones y bandoleras de cuero, fueron los productos de mayor demanda mundial entre los que conforman ese estadio.

**Los productos de cuero de bovino de bajo y alto valor agregado poseen una elevada participación en el comercio mundial de 'manufacturas de cuero'**

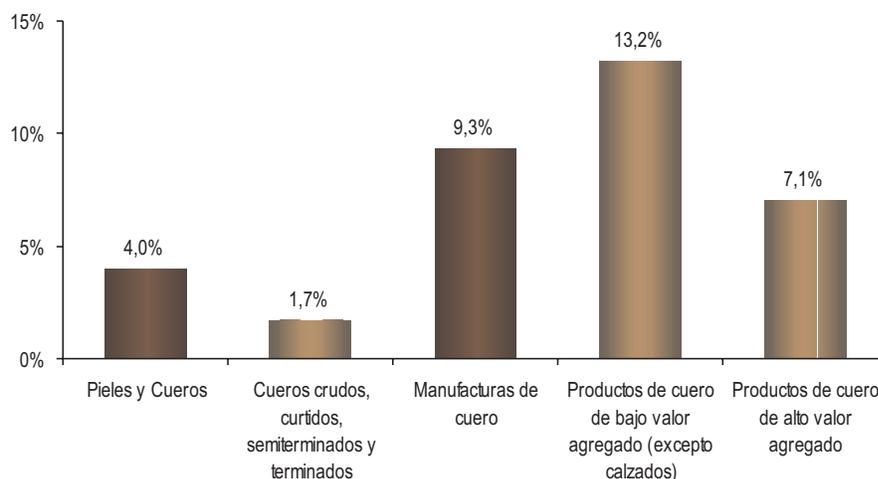
Por su parte, los productos de cuero de alto valor agregado representaron el 32,9% de las exportaciones mundiales de 'manufacturas de cuero'. Las prendas de vestir de cuero y los bolsos de mano con la superficie exterior de cuero, constituyeron los bienes más demandados.

**El comercio mundial de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados se encuentra prácticamente estancado**

### 2.2.2. Evolución del comercio mundial, 2000-2006

Entre 2000 y 2006, el comercio mundial de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados registró un crecimiento promedio anual de apenas 1,7%, menor al del sector de 'pieles y cueros'. Destaca el descenso de las exportaciones de cueros y pieles con precurtido vegetal, que decrecieron a una tasa promedio anual cercana al 40% durante el periodo estudiado.

**Gráfico 2.1: Tasa de crecimiento del comercio mundial de cuero y manufacturas de cuero, 2000-2006**



Fuente: UN Comtrade

**El comercio mundial de productos de cuero de bajo valor agregado creció a una tasa anual superior a la de las 'manufacturas de cuero'**

Durante el periodo 2000-2006, las exportaciones de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) registraron un crecimiento promedio anual del 13,2%. Los productos más dinámicos fueron los cintos, cinturones y bandoleras de cuero, con un crecimiento promedio anual cercano al 20%.

Por su parte, las exportaciones de productos de cuero de alto valor agregado registraron un crecimiento promedio anual de 7,1%. Las exportaciones de prendas de vestir de cuero y bolsos de mano con la superficie exterior de cuero crecieron a tasas superiores al 10% anual.

## **2.3. Comercio regional**

Para conocer cuáles son los principales exportadores e importadores de cuero en el mundo, conviene realizar un análisis de la dinámica comercial a nivel de regiones.

### **2.3.1. Regiones exportadoras de cuero**

**Las exportaciones de cuero y productos de cuero de bajo y alto valor agregado están muy concentradas en pocas regiones**

En el año 2006, la Unión Europea, Asia del Este y América Latina concentraron cerca del 67% de las exportaciones mundiales de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados. No obstante, la mayor concentración se dio en los productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) y en los productos de cuero de alto valor agregado, donde dos regiones, la Unión Europea y Asia del Este, abarcaron, conjuntamente, más del 70% de las exportaciones mundiales.

#### **2.3.1.1. Crecimiento anual de las exportaciones**

**Asia del Sur fue la región más dinámica en lo referente a exportaciones de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados**

Pese a que las exportaciones mundiales de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados han mostrado escaso dinamismo, las exportaciones de estos productos procedentes de Asia del Sur se incrementaron a una tasa promedio anual de 11,3% entre los años 2000 y 2006.

**Las exportaciones de productos de cuero de bajo y alto valor agregado de todas las regiones se mostraron muy dinámicas**

Las exportaciones de productos de cuero de bajo valor agregado presentaron un gran crecimiento en todas las regiones. Las exportaciones procedentes del Mercosur, Asia del Sur, la Unión Europea e incluso de Oriente Medio y Norte de África presentaron tasas de crecimiento superiores al 10% anual, entre los años 2000 y 2006. Durante el mismo periodo, las exportaciones de productos de cuero de alto valor agregado de todas las regiones se mostraron muy dinámicas, destacando las de África Subsahariana, aunque éstas solo representan el 0,1% de las exportaciones mundiales.

### 2.3.1.2. Principales países exportadores de cuero (en toneladas), año 2006

**China es el principal exportador de productos de cuero de bajo y alto valor agregado**

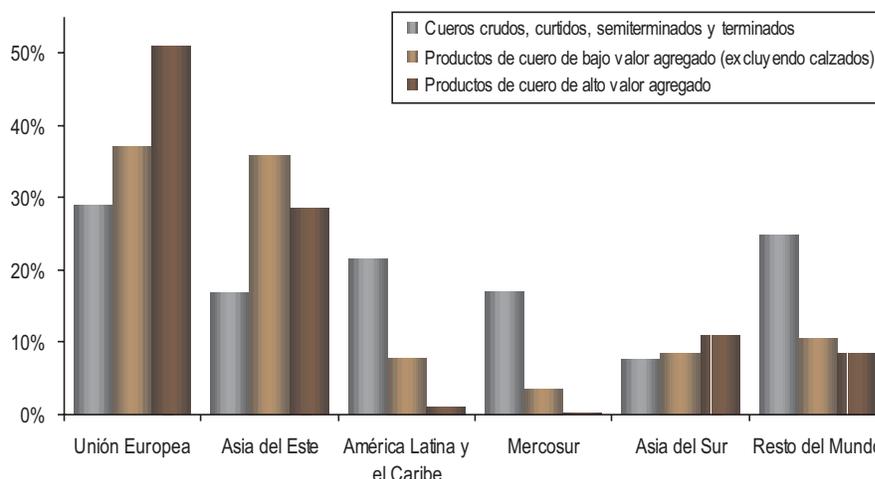
En el año 2006, el comercio mundial de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados alcanzó 1.730.000 toneladas. Brasil, Italia, Estados Unidos y China exportaron cerca del 50% de este total. Paraguay, cuyas exportaciones sumaron 29.223 toneladas, ocupó el decimocuarto lugar.

China es el mayor exportador de productos de cuero de bajo valor agregado, representando el 48% de las exportaciones mundiales de este estadio en el año 2006 (alrededor de 153.000 toneladas). Otros exportadores destacados fueron Brasil, India y Estados Unidos.

**La Unión Europea y Asia del Este son importantes exportadores de todos los estadios de la cadena de valor del cuero**

Por último, India y China fueron los principales exportadores de productos de cuero de alto valor agregado, concentrando, conjuntamente, más del 70% de las exportaciones mundiales de este estadio que, en el año 2006, alcanzaron las 220.000 toneladas.

**Gráfico 2.2: Participación de las principales regiones en las exportaciones mundiales de cuero, 2006**



Fuente: UN Comtrade

### 2.3.2. Regiones importadoras de cuero

**Las importaciones mundiales de cuero y productos de cuero de bajo y alto valor agregado están concentradas en pocas regiones**

En el año 2006, la Unión Europea y Asia del Este fueron las principales regiones importadoras de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados, concentrando cerca del 60% de las importaciones mundiales. En el mismo año, en lo referente a productos de cuero de bajo y alto valor agregado, las mayores regiones importadoras fueron la Unión Europea y Norteamérica, que, en conjunto, abarcaron cerca del 70% de las importaciones mundiales.

**Las importaciones de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados han caído en la mayor parte de las regiones**

**Las importaciones de productos de cuero de bajo y alto valor agregado se mostraron muy dinámicas en todas las regiones**

**China es el principal importador mundial de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados**

**La Unión Europea y Norteamérica tienen un peso significativo en las importaciones mundiales de productos de cuero de bajo y alto valor agregado**

### 2.3.2.1. Crecimiento anual de las importaciones

Entre los años 2000 y 2006, las importaciones de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados cayeron en casi todas las regiones. Las excepciones fueron Asia del Sur y el Mercosur, cuyas importaciones crecieron al 9,4% y 7,4% promedio anual, respectivamente, durante ese periodo.

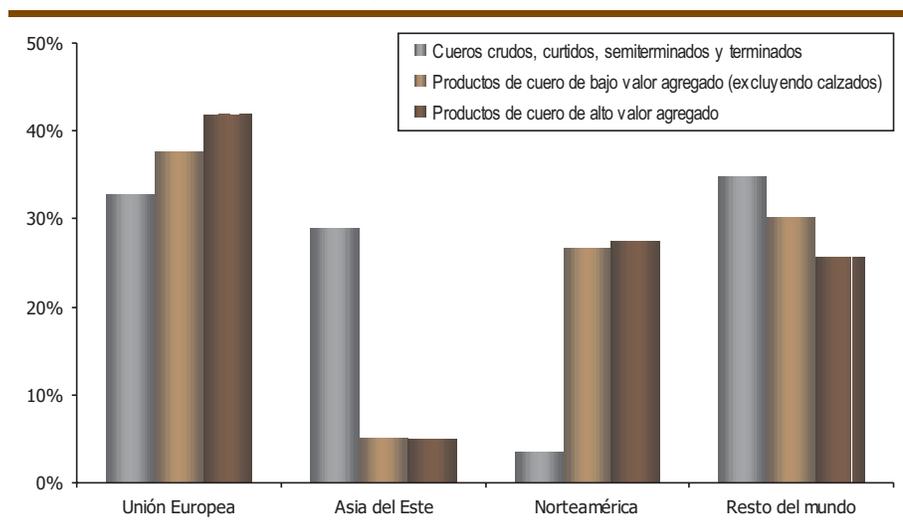
Por otro lado, entre los años 2000 y 2006, las importaciones de productos de cuero de bajo y alto valor agregado se incrementaron en todas las regiones. Destacan Asia del Sur y Asia del Este, cuyas importaciones crecieron a tasas superiores al 15% anual.

### 2.3.2.2. Principales países importadores de cuero (en toneladas), año 2006

En el año 2006, China y RAE de Hong Kong<sup>14</sup> abarcaron, en conjunto, cerca del 50% de las importaciones mundiales de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados (aproximadamente 1.200.000 toneladas). Italia, por su parte, tuvo una participación del 20,5%.

En el mismo año, los principales importadores de productos de cuero de bajo valor agregado fueron Estados Unidos, RAE de Hong Kong y Francia, que, en conjunto, concentraron el 50% de las importaciones mundiales. En lo referente a productos de cuero de alto valor agregado, Estados Unidos es el principal comprador, abarcando el 30% de las importaciones mundiales en el año 2006. Lo siguen Alemania y Reino Unido.

**Gráfico 2.3: Participación de las principales regiones en las importaciones mundiales de cuero, 2006**



Fuente: UN Comtrade

<sup>14</sup> Región Administrativa Especial de Hong Kong

La competitividad sectorial es difícil de medir, debido a la dificultad de encontrar indicadores significativos, objetivos y comparables para el análisis. Sin embargo, los estudios sectoriales son fundamentales para una adecuada toma de decisiones a nivel de gobierno y empresa. ¿A qué gobierno no le gustaría saber cuáles son los sectores o productos con potencial de desarrollo, tanto en la generación de divisas como en la creación de empleo? ¿Y a qué empresario no le gustaría conocer qué sectores o productos generan mayores rendimientos en el mercado nacional e internacional?

Este capítulo presenta el Índice de Competitividad Exportadora (ICE), que permite analizar la competitividad del sector de cueros del Paraguay con respecto al de otros competidores internacionales.

### 3.1. Competitividad exportadora

En esta sección se analiza la competitividad exportadora de Paraguay en los tres estadios de la cadena de valor del cuero. El diagnóstico de la competitividad se fundamenta en el Índice de Competitividad Exportadora (ICE) y en los indicadores que lo conforman.

#### Recuadro 2: Índice de Competencia Exportadora (ICE)

El Índice de Competitividad Exportadora (ICE) mide la competitividad relativa de un país en un segmento específico de la cadena de valor de un producto, en este caso del cuero. El ICE se compone de dos variables:

- Exportaciones per cápita. Este indicador mide la capacidad exportadora del país teniendo en cuenta su tamaño, y por lo tanto, su posible demanda interna. A mayor índice de exportaciones per cápita, mayor es la orientación exportadora de un país y su capacidad de competir internacionalmente.
- Participación en el mercado mundial. Este indicador mide el impacto de un país en el mercado mundial. Cuanto mayor sea su participación, mayor será su influencia en la oscilación de precios y volúmenes de comercio.
- Una vez estandarizados, estos dos indicadores se combinan para la obtención final del ICE. La estandarización se realiza a través de la siguiente fórmula:

$$I_{p,d} = \frac{X_{p,d} - \min(X_{p,d})}{\max(X_{p,d}) - \min(X_{p,d})}$$

donde  $I_{p,d}$  es el índice normalizado de cada indicador de competitividad del producto  $d$  en un país  $p$ ;  $X_{p,d}$  corresponde al valor actual del indicador; y max y min son los valores máximos y mínimos de la muestra. Los rangos normalizados están entre 0 (menor competitividad) y 1 (mayor competitividad). El valor final del ICE se obtiene a través de la media aritmética de los dos indicadores estandarizados.

### 3.1.1. Cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados

**Italia y Nueva Zelanda son los países más competitivos en la exportación de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados**

La Tabla 3.1 muestra el ranking de los quince países más competitivos en la exportación de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados, según el ICE, en los años 2000 y 2006. A continuación se exponen algunos puntos destacables de varios de estos exportadores.

**Tabla 3.1: Índice de Competitividad Exportadora (ICE) mundial para cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados, 2000-2006<sup>15</sup>**

Ranking		País	Valor del ICE	
2006	2000		2006	2000
1	1	Italia	0,944	0,745
2	4	Nueva Zelanda	0,538	0,314
3	2	Provincia china de Taiwán	0,452	0,554
4	6	Brasil	0,369	0,231
5	15	Kazajstán	0,335	0,006
6	8	Australia	0,276	0,173
7	7	Argentina	0,253	0,219
8	5	Estados Unidos	0,252	0,263
9	10	Tailandia	0,198	0,110
10	14	Ucrania	0,180	0,047
<b>11</b>	<b>9</b>	<b>Paraguay</b>	<b>0,166</b>	<b>0,111</b>
12	3	Corea del Sur	0,124	0,473
13	13	India	0,108	0,069
14	11	México	0,084	0,106
15	12	Alemania	0,077	0,093

Fuente: UN Comtrade

**Nueva Zelanda, Brasil, Kazajstán, Australia, Tailandia y Ucrania ascendieron en el ranking de competitividad entre 2000 y 2006**

- **Italia:** A pesar de poseer un hato ganadero bastante limitado (6,5 millones de cabezas, según datos de la FAO para el año 2004), se ha mantenido como el exportador más competitivo. Se especializa principalmente en exportaciones de cueros semiterminados y terminados.
- **Nueva Zelanda:** En 2004 poseía un hato ganadero de 9,6 millones de cabezas. Es un exportador neto de los productos de este estadio de la cadena de valor del cuero. Casi el total de sus exportaciones corresponde a cueros *wet blue*.
- **Brasil:** Posee el segundo mayor hato ganadero a nivel mundial. Sus exportaciones se centran, principalmente, en cueros *wet blue* y, en menor proporción, en cueros semiterminados. Se destaca por tener una industria moderna y diversificada y planes de apoyo al sector.

<sup>15</sup> En la Tabla 3.1 han sido omitidos Eslovenia, Croacia y Belarús, que importan materia prima costosa desde otros países y, por lo tanto, no pueden considerarse productores competitivos. Por su parte, Dinamarca, Austria y Noruega, poseen poca presencia en el comercio mundial de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados y por eso no son tomados en cuenta en el ranking del ICE de este estadio de la cadena de valor del cuero.

- **Estados Unidos:** Es un gran exportador de cuero crudo, destinado principalmente a países o regiones que pueden darle un acabado más económico, tales como México, Sudáfrica, Europa y Asia. Un gran número de las curtidurías del país están localizadas en Pennsylvania, Massachussets y Wisconsin.

**Paraguay descendió dos puestos en el ranking del ICE de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados**

Como se observa en la Tabla 3.2, Italia, además de ser el exportador más competitivo de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados, según el ranking del ICE, representó el 20,3% de las exportaciones mundiales de este estadio de la cadena de valor del cuero en el año 2006. Brasil, por su parte, incrementó en cerca de cinco puntos porcentuales su participación dentro de las exportaciones mundiales, pasando del 7,15% al 11,87% entre 2000 y 2006.

**Tabla 3.2: Países con mayor participación en el mercado mundial de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados, 2000-2006**

Ranking		País	Participación	
2006	2000		2006	2000
1	1	Italia	20,31%	17,93%
2	5	Brasil	11,87%	7,15%
3	4	Estados Unidos	8,81%	8,60%
4	3	Provincia china de Taiwán	5,55%	8,80%
5	9	Tailandia	4,47%	2,72%
6	6	Argentina	4,40%	4,46%
7	12	India	4,26%	2,42%
8	20	Ucrania	3,45%	1,08%
9	10	Australia	3,15%	2,53%
10	61	Kazajstán	3,06%	0,07%
11	7	China	2,79%	4,17%
12	2	Corea del Sur	2,42%	10,65%
13	8	México	2,30%	2,95%
14	11	Alemania	1,92%	2,48%
15	118	Pakistán	1,61%	0,00%
<b>25</b>	<b>26</b>	<b>Paraguay</b>	<b>0,69%</b>	<b>0,64%</b>

Fuente: UN Comtrade

**La importancia de Asia del Sur como productora de cueros se debe, principalmente, a la presencia de India**

Estados Unidos es el tercer mayor exportador de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados, con una participación de 8,81% del comercio mundial en el año 2006. Kazajstán, gracias a las medidas que el gobierno ha tomado para fomentar la creación de empleo y la sustitución de importaciones en las industrias livianas, medidas de las que el sector del cuero resultó muy beneficiado, incrementó su participación en tres puntos porcentuales entre los años 2000 y 2006 (sin embargo, muchos de los cueros de Kazajstán aún son de baja calidad). En el mismo periodo, Paraguay incrementó su participación en las exportaciones mundiales de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados, lo que le permitió subir un puesto en el ranking.

### Recuadro 3: Grandes exportadores de cuero en Asia del Sur

En 2004, la región de Asia del Sur representó el 15,6% de la producción mundial de piezas de cuero, debido, principalmente, a la presencia de India. A continuación se describe el sector del cuero de ese país y de otros importantes productores de la región.

#### India

La industria del cuero de la India, orientada principalmente a la exportación, tiene una gran tradición. Sin embargo, debido a la mala manipulación y el inadecuado almacenamiento que recibe el cuero, la mayor parte de la producción es de baja calidad.

India cuenta con algunos institutos para el desarrollo del sector del cuero, como: Central Leather Research Institute CLRI (localizado en Chennai), College of Leather Technology (Calcuta), Indian Institute of Leather Products IILP (Chennai), Institute of Leather and Leather Products VTA (Vaniyambadi). Se estima que en la India existen alrededor de 2.500 curtiembres, concentradas en Tamil Nadu (Chennai, Ambur y Ranipet), Bengala Oeste (Calcuta), Uttar Pradesh (Agra y Kanpur) y Punjab (Jalandhar). Entre los años 2000 y 2006, las exportaciones de la India de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados (bovinos) crecieron de US\$ 161,3 a US\$ 349,2 millones.

#### Bangladesh

Desde la década de 1970, la industria del cuero de Bangladesh se ha desarrollado en gran escala, orientándose principalmente a la exportación. Se estima que más del 90% de los cueros bengalíes son comercializados en el extranjero. Sin embargo, la materia prima tiene deficiencias en cantidad y calidad y por eso Bangladesh también debe importar cueros desde otros países. El apoyo del gobierno a la industria consiste en una evaluación del desempeño del sector por parte de una comisión parlamentaria permanente y en la liberación del crédito bancario. La mayor parte de las curtidurías de Bangladesh están en Hazaribagh (Ciudad de Dhaka). En el año 2004 (últimas estadísticas disponibles), las exportaciones de Bangladesh de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados sumaron US\$ 148,9 millones (2,18% del total mundial).

#### Pakistán

La industria del cuero de Pakistán es una de las mayores generadoras de divisas de ese país. Pese a que Pakistán exporta principalmente manufacturas de cuero terminadas, en 2006 sus exportaciones de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados (bovinos) sumaron US\$ 115,6 millones (1,61% del comercio mundial). Se estima que en Pakistán hay unas 600 curtidurías formales e igual número de informales; la mayor parte se encuentran en Karachi (Korangi), Kasur y Sialkot.

**Fuente:** FAO, UN Comtrade, Small and Medium Enterprise Development Authority Government of Pakistán (SMEDA), Cleaner Production Programme (CCP), Central Leather Research Institute (CLRI), Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

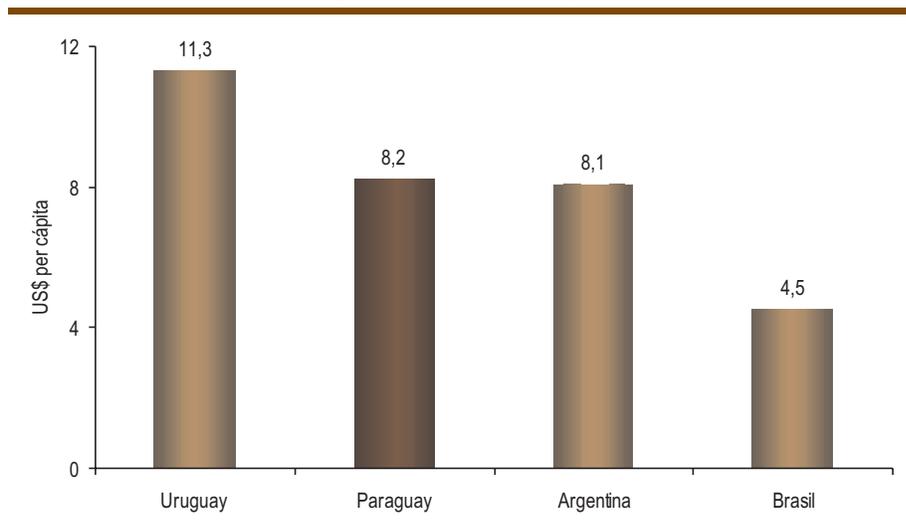
### **Italia, Brasil y Estados Unidos concentran más del 40% de las exportaciones mundiales de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados**

También conviene mencionar lo ocurrido con Corea del Sur, cuyo peso en las exportaciones mundiales de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados cayó del 10,65% al 2,42% entre los años 2000 y 2006. En ese periodo, los costos, principalmente los laborales, se incrementaron en Corea del Sur, ocasionando que varias empresas se trasladaran hacia otros países, con la consecuente caída en los niveles de producción y exportación de cueros coreanos.

En el año 2006, Nueva Zelanda e Italia fueron los países con la mayor capacidad exportadora de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados, alcanzando exportaciones per cápita de US\$ 27,5 y US\$ 24,9, respectivamente.

Entre los países del Mercosur, pese a que Brasil y Argentina tienen un mayor peso en las exportaciones mundiales del estadio analizado, Uruguay y Paraguay son los de mayor capacidad exportadora, pues sus exportaciones per cápita son más altas que las de los primeros (Gráfico 3.1).

**Gráfico 3.1: Capacidad exportadora de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados de los países del Mercosur, 2006**



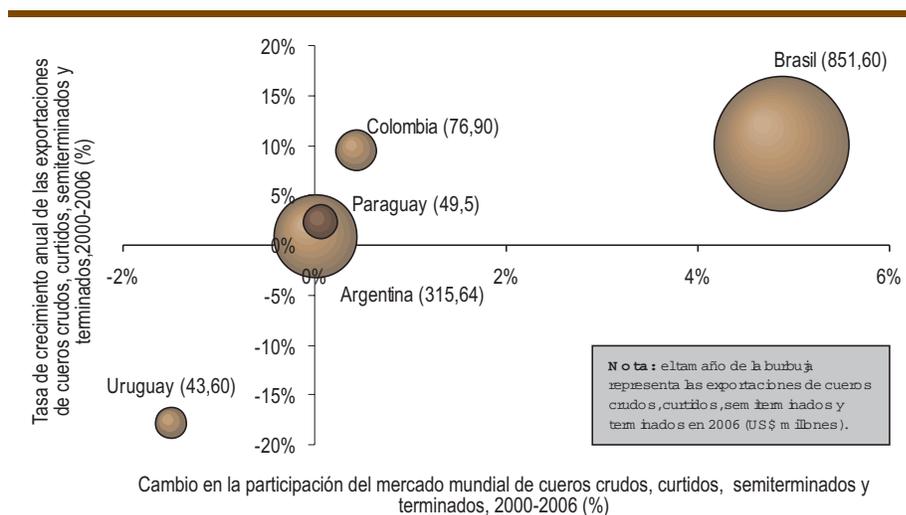
Fuente: UN Comtrade y World Developer Indicators (WDI)

**Entre los países del Mercosur, Uruguay y Paraguay son los de mayor capacidad exportadora de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados**

Brasil es el mayor exportador de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados (US\$ 851,6 millones) en el bloque. Además, sus exportaciones crecieron a una tasa promedio anual de 10,2% entre 2000 y 2006, lo que le ha permitido elevar su participación en el mercado mundial en cinco puntos porcentuales (Gráfico 3.2).

**Paraguay no ha podido incrementar de manera significativa su participación en el comercio mundial de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados**

**Gráfico 3.2: Exportaciones de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados por países y cambio en su participación en el mercado mundial, 2000-2006<sup>16</sup>**



Fuente: UN Comtrade

<sup>16</sup> En el análisis, además de los países del Mercosur, se incluyó a Colombia por ser uno de los cinco países latinoamericanos más competitivos en la exportación de los tres estadios de la cadena de valor del cuero, según la metodología del ICE.

Argentina exporta la mayor parte de su cuero curtido. Un grupo de grandes empresas concentra una buena porción de la producción y las exportaciones. Generalmente, son las pequeñas y medianas empresas las que abastecen al mercado interno. Sin embargo, durante el periodo 2000-2006, Argentina no ha podido incrementar su participación en las exportaciones mundiales de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados.

Paraguay tampoco ha podido aumentar significativamente su participación en el mercado mundial, pese a que sus exportaciones crecieron a una tasa promedio anual del 2,5% entre 2000 y 2006.

Uruguay, por último, es el país con peor desempeño en el comercio de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados, entre los miembros del Mercosur.

### 3.1.2. Productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados)

**China, Italia y Francia son los países más competitivos en la exportación de productos de cuero de bajo valor agregado**

La Tabla 3.3 muestra los países más competitivos en la exportación de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados), según el ICE. Paraguay ocupa el puesto 16 en el ranking.

**Tabla 3.3: Índice de Competitividad Exportadora (ICE) mundial para los productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados), 2000-2006<sup>17</sup>**

Ranking		País	Valor del ICE	
2006	2000		2006	2000
1	1	China	0,517	0,519
2	2	Italia	0,291	0,293
3	3	Francia	0,215	0,242
4	5	Estados Unidos	0,082	0,141
5	16	Pakistán	0,078	0,000
6	7	India	0,071	0,114
7	9	Alemania	0,066	0,081
8	8	Polonia	0,063	0,084
9	6	México	0,062	0,138
10	12	Argentina	0,047	0,036
11	10	Reino Unido	0,039	0,063
12	14	España	0,038	0,031
13	13	Brasil	0,036	0,036
14	4	Tailandia	0,029	0,231
15	11	Canadá	0,028	0,049
<b>16</b>	<b>15</b>	<b>Paraguay</b>	<b>0,019</b>	<b>0,015</b>

Fuente: UN Comtrade

**Pakistán ha experimentado un gran salto en el ranking de competitividad exportadora de productos de cuero de bajo valor agregado**

<sup>17</sup> En la Tabla 3.3 han sido omitidos Eslovenia, Hungría, Austria y Croacia, que importan materia prima costosa desde otros países y no pueden, por lo tanto, considerarse productores competitivos. También fueron omitidos Suecia, Túnez, Rumania, Portugal, Luxemburgo y Malasia, cuya participación en el mercado mundial es poco significativa.

**Los bajos costos salariales de China representan una fuerte amenaza para los demás países productores de manufacturas de cuero**

A continuación se exponen algunos detalles sobre la industria de productos de cuero de bajo valor agregado de los dos países más competitivos en la exportación de estos bienes.

- **China:** A partir de las reformas realizadas por el Estado en los años setenta, el sector productor de manufacturas de cuero de China ha experimentado una expansión. Los bajos costos salariales, resultantes de la gran disponibilidad de mano de obra, representan una fuerte amenaza para los demás países productores de manufacturas de cuero (algo similar ocurre en el sector de calzados), que ven en las áreas de diseño e innovación su posibilidad para seguir compitiendo.
- **Italia:** La producción italiana está formada por dos tipos de manufacturas, las de *gama alta* (con altos niveles de innovación y diseño y orientadas a clientes que saben de moda) y las de *gama baja* (que compiten con manufacturas de bajo costo provenientes de países asiáticos).

Otros exportadores competitivos de la Unión Europea son Francia y Alemania, cuyas manufacturas se caracterizan por su diseño y por estar a la vanguardia en la moda.

**China, Italia y Francia concentran cerca del 50% de las exportaciones mundiales de productos de cuero de bajo valor agregado**

El comercio mundial de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) se encuentra muy concentrado. China, principal exportador, incrementó en cerca de cinco puntos porcentuales su participación de mercado entre 2000 y 2006 (Tabla 3.4). Italia, segundo mayor exportador, también aumentó su participación en el mismo periodo, gracias a la calidad de sus productos y a su capacidad para adaptarse a los continuos cambios de la moda.

**Paraguay ha incrementado su participación en las exportaciones mundiales de productos de cuero de bajo valor agregado**

Paraguay, por su parte, también ha podido incrementar su participación en el comercio mundial de productos de cuero de bajo valor agregado. Sin embargo, sus montos de exportación son aún muy pequeños y por eso el país ocupó el puesto 39 del ranking de 2006, abarcando apenas el 0,15% de las exportaciones mundiales.

En el año 2006, Italia fue el país con mayor capacidad exportadora de productos de cuero de bajo valor agregado, pues sus exportaciones per cápita alcanzaron los US\$ 9,9. Detrás estuvo Francia, con exportaciones per cápita de US\$ 7,1. Entre los países del Mercosur, Argentina posee la mayor capacidad exportadora (Gráfico 3.3). Paraguay, por su parte, presenta exportaciones per cápita mayores que las de Brasil y Uruguay. Las exportaciones de productos de cuero de bajo valor agregado de Paraguay se incrementaron de US\$ 0,4 a US\$ 1,3 per cápita entre 2000 y 2006.

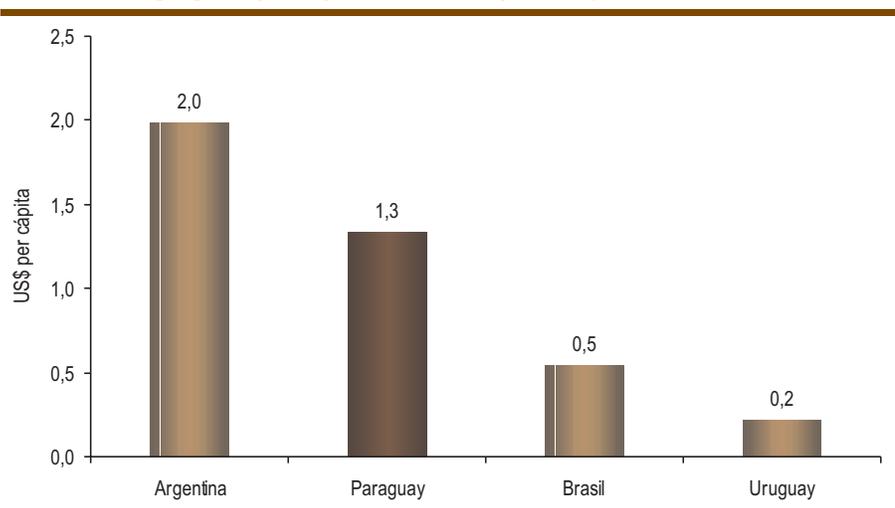
**Tabla 3.4: Países con mayor participación en el mercado mundial de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados), 2000-2006**

Ranking		País	Participación	
2006	2000		2006	2000
1	1	China	33,15%	28,45%
2	2	Italia	11,06%	8,97%
3	3	Francia	8,32%	7,55%
4	5	Estados Unidos	4,75%	6,83%
5	6	India	4,53%	6,18%
6	149	Pakistán	4,05%	0,00%
7	7	México	2,90%	5,24%
8	9	Alemania	2,86%	2,91%
9	18	Hungría	2,50%	0,74%
10	12	Brasil	1,96%	1,60%
11	10	Polonia	1,95%	2,11%
12	8	Austria	1,91%	4,68%
13	13	Holanda	1,74%	1,34%
14	37	Eslovenia	1,52%	0,25%
15	11	Reino Unido	1,49%	1,98%
<b>39</b>	<b>43</b>	<b>Paraguay</b>	<b>0,15%</b>	<b>0,09%</b>

Fuente: UN Comtrade

**Los tres mayores exportadores de productos de cuero de bajo valor agregado incrementaron su participación en el comercio mundial entre 2000 y 2006**

**Gráfico 3.3: Capacidad exportadora de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) de los países del Mercosur, 2006**



Fuente: UN Comtrade y WDI

**En el Mercosur, Argentina y Paraguay poseen la mayor capacidad exportadora de productos de cuero de bajo valor agregado**

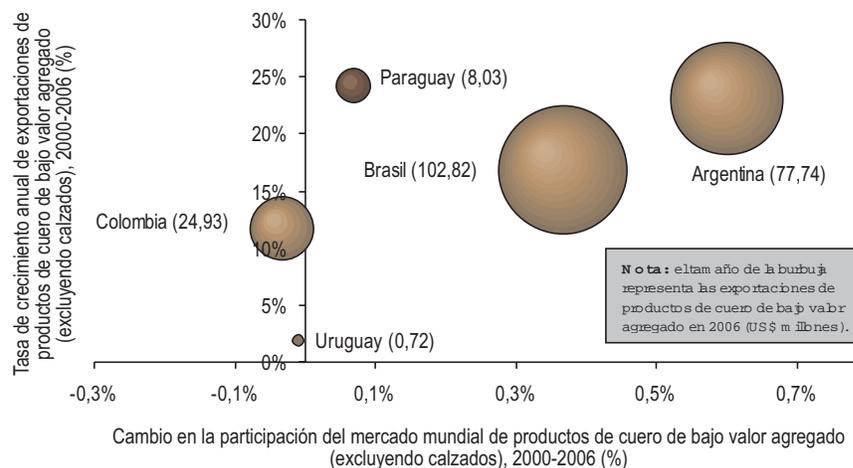
**Paraguay, Brasil, Argentina y Colombia presentaron un notable crecimiento en sus exportaciones del segundo estadio de la cadena de valor del cuero**

Aunque todos los países seleccionados en el Gráfico 3.4 han presentado aumentos en sus exportaciones de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados), ninguno ha incrementado de manera considerable su participación en el comercio mundial de estos bienes. En el Mercosur, Brasil es el mayor exportador, seguido por Argentina. Uruguay, en cambio, presenta el desempeño más bajo del grupo, ya que sus exportaciones, además de ser reducidas, mostraron un escaso crecimiento entre 2000 y 2006.

**Entre los países seleccionados, Paraguay presentó la mayor tasa de crecimiento en las exportaciones de productos de cuero de bajo valor agregado**

Paraguay, por su parte, fue el más dinámico en lo referente a las exportaciones de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) entre 2000 y 2006, con una tasa de crecimiento promedio anual de 24,3%, que prácticamente le permitió duplicar el monto de sus exportaciones en ese periodo.

**Gráfico 3.4: Exportaciones de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) por países y cambio en su participación en el mercado mundial, 2000-2006**



Fuente: UN Comtrade

**Italia, Francia y China son los exportadores más competitivos de productos de cuero de alto valor agregado**

### 3.1.3. Productos de cuero de alto valor agregado

La Tabla 3.5 muestra los países más competitivos en la exportación de productos de cuero de alto valor agregado. A continuación, unos pocos datos acerca de algunos de ellos.

**Paraguay subió un puesto en el ranking de competitividad exportadora de productos de cuero de alto valor agregado**

**Tabla 3.5: Índice de Competitividad Exportadora (ICE) mundial para los productos de cuero de alto valor agregado, 2000-2006<sup>18</sup>**

Ranking		País	Valor del ICE	
2006	2000		2006	2000
1	1	Italia	0,895	0,744
2	3	Francia	0,696	0,525
3	2	China	0,528	0,546
4	6	Alemania	0,162	0,135
5	4	India	0,146	0,177
6	7	España	0,113	0,127
7	8	Pakistán	0,103	0,100
8	9	Reino Unido	0,078	0,067
9	5	Turquía	0,068	0,151
10	10	Estados Unidos	0,053	0,044
<b>45</b>	<b>46</b>	<b>Paraguay</b>	<b>0,008</b>	<b>0,012</b>

Fuente: UN Comtrade

<sup>18</sup> En la Tabla 3.5 han sido omitidos Suiza, Dinamarca, Islas Mauricio, Austria, Suecia e Irlanda, debido a su poca relevancia en el comercio mundial de productos de cuero de alto valor agregado, y Bélgica, Holanda y Singapur porque son puertos de distribución.

- **Italia:** Se ha mantenido como el exportador más competitivo entre 2000 y 2006. Su industria de productos de cuero de alto valor agregado es la más importante de Europa, en términos de empleo, producción y volumen de ventas. Constituye un verdadero ejemplo de desarrollo industrial.
- **Francia:** Cerca del 80% de sus exportaciones de cuero corresponde a productos de alto valor agregado. Produce artículos cuya calidad es reconocida mundialmente. En 2006, exportó principalmente bolsos de mano con la superficie exterior de cuero y artículos de bolsillo de cuero.
- **China:** Ocupa el tercer lugar en el ranking de exportadores competitivos de productos de cuero de alto valor agregado. Actualmente, este país es uno de los líderes en la producción de artículos de cuero y la mayor parte de sus exportaciones del sector corresponden a productos de alto valor agregado.
- **Alemania:** Es un productor tradicional de marroquinería. Su producción se concentra, principalmente, en pequeñas y medianas industrias, ubicadas en Offenbach (estado de Hesse). En 2006, la mayor parte de sus exportaciones de productos de cuero de alto valor agregado correspondieron a prendas de vestir y artículos de talabartería y guarnicionería.

**Tabla 3.6: Países con mayor participación en el mercado mundial de productos de cuero de alto valor agregado, 2000-2006**

Ranking		País	Participación	
2006	2000		2006	2000
1	1	China	26,61%	32,01%
2	2	Italia	21,01%	15,60%
3	3	Francia	16,73%	11,27%
4	4	India	7,26%	10,14%
5	5	Alemania	4,54%	3,57%
6	7	Pakistán	3,74%	3,47%
7	10	Estados Unidos	2,28%	1,99%
8	9	España	2,23%	2,08%
9	12	Suiza	2,03%	1,28%
10	11	Reino Unido	1,85%	1,44%
11	6	Turquía	1,78%	3,54%
12	16	Bélgica	1,03%	0,61%
13	20	Dinamarca	0,94%	0,42%
14	14	Holanda	0,75%	0,84%
15	23	Rumania	0,66%	0,34%
<b>47</b>	<b>48</b>	<b>Paraguay</b>	<b>0,03%</b>	<b>0,03%</b>

Fuente: UN Comtrade

**China, Italia, Francia e India concentran más del 70% de las exportaciones mundiales de productos de cuero de alto valor agregado**

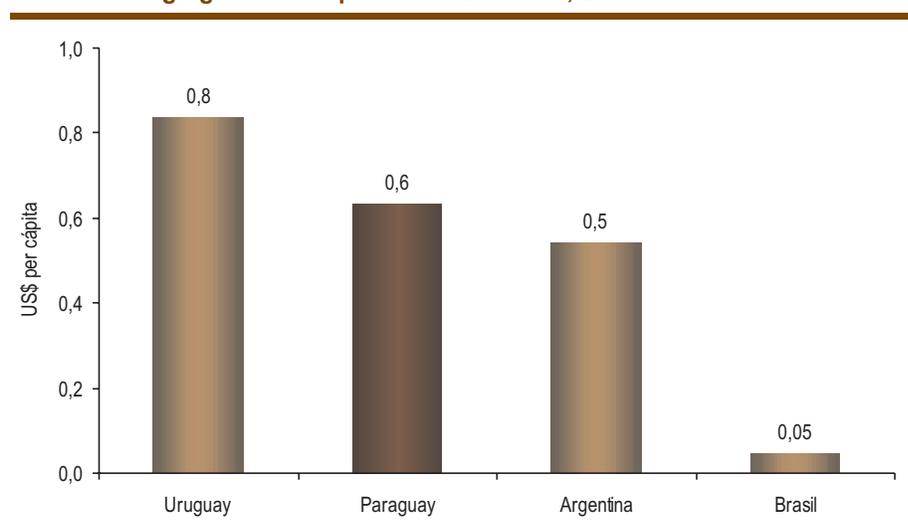
En 2006, China fue el mayor exportador de productos de cuero de alto valor agregado, con una participación del 26,61% del comercio mundial (Tabla 3.6). Sin embargo, esa participación fue menor que en el año 2000, lo que ha sido aprovechado por países como Italia, Francia y Alemania.

Paraguay, por su parte, mantuvo el 0,03% de participación en las exportaciones mundiales de productos de cuero de alto valor agregado entre 2000 y 2006, con lo cual subió sólo un lugar en el ranking.

En el año 2006, Italia y Francia mostraron la mayor capacidad exportadora de productos de cuero de alto valor agregado, con exportaciones per cápita de US\$ 41,3 y US\$ 31,6, respectivamente.

Dentro del Mercosur se destacan Uruguay y Paraguay, con exportaciones per cápita de US\$ 0,8 y US\$ 0,6, respectivamente. Se observa, por lo tanto, que la capacidad exportadora de los países del Mercosur es muy inferior a la de los exportadores más competitivos de productos de cuero de alto valor agregado.

**Gráfico 3.5: Capacidad exportadora de productos de cuero de alto valor agregado de los países del Mercosur, 2006**



**Entre los miembros del Mercosur, Uruguay y Paraguay poseen la mayor capacidad exportadora de productos de cuero de alto valor agregado**

Fuente: UN Comtrade y WDI

Entre los cinco países seleccionados en el Gráfico 3.6, Colombia posee la mayor participación en las exportaciones mundiales de productos de cuero de alto valor agregado, pese a que ésta se redujo entre los años 2000 y 2006. Brasil, por su parte, se presenta como el más dinámico, pues sus exportaciones crecieron a una tasa promedio anual cercana al 20% en el mismo periodo.

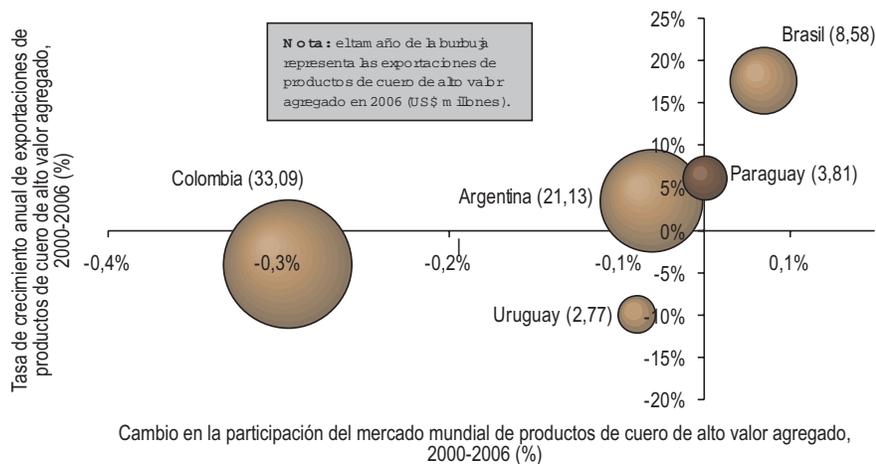
Paraguay, pese al crecimiento de sus exportaciones de productos de cuero de alto valor agregado, no ha podido incrementar de manera importante su participación en el comercio mundial. Uruguay, finalmente, además de

**Paraguay no ha incrementado su participación en el comercio mundial de productos de cuero de alto valor agregado, pese al crecimiento de sus exportaciones**

**Entre los países seleccionados, Brasil ha registrado el mayor crecimiento en las exportaciones de productos de cuero de alto valor agregado**

tener una escasa participación de mercado, presenta un crecimiento negativo en sus exportaciones durante el periodo 2000-2006.

**Gráfico 3.6: Exportaciones de productos de cuero de alto valor agregado por países y cambio en su participación en el mercado mundial, 2000-2006**



Fuente: UN Comtrade

## 3.2. Aprendiendo de las mejores prácticas

### 3.2.1. Italia

**Italia, además de producir prendas de vestir, manufacturas y calzados de cuero, es un reconocido fabricante de maquinarias para esas industrias**

**El desarrollo de la industria italiana del cuero es resultado de la agrupación de empresas en distritos industriales**

Italia es reconocida mundialmente por la excelente calidad de sus cueros terminados, que se utilizan en la elaboración de prendas de vestir y manufacturas de cuero. Además, su industria de calzados y productos de cuero es una de las de mayor calidad, diseño e innovación a nivel internacional. Adicionalmente, Italia produce maquinaria de primera generación para la producción de calzados y manufacturas de cuero.

Se considera que el desarrollo de la industria italiana del cuero es resultado de la estrategia de agrupar a pequeñas y medianas empresas en distritos industriales. De los 199 distritos industriales censados en Italia por el ISTAT (Istituto Nazionale di Statistica), 28 se especializan en pieles, cueros y calzados. Las mayores ventajas de estos distritos industriales son: concesiones (que no deben superar el 50% del gasto previsto) para la innovación informática y de telecomunicaciones en los distritos, menores costos de energía eléctrica y ventajas al momento de obtener créditos. También se induce a los empresarios a adaptarse a los estándares internacionales de calidad y a orientar su producción hacia el mercado externo. Los principales distritos curtidores de Italia se encuentran en Santa Croce sull'Arno (Toscana), Arzignano (Veneto) y Solofra (Campania).

Las primeras actividades de curtido de cuero en Santa Croce sull'Arno datan de los años 1800. Actualmente, esta zona concentra el 35% de la producción italiana de cueros. Según el censo industrial italiano del año 2001, Santa Croce sull'Arno contaba con 400 curtiembres. El 70% de su producción corresponde a cueros y suelas para calzados, el 20% a manufacturas de cuero y el 10% restante a vestimenta, muebles de cuero y otros productos.

Por su parte, en el distrito de Arzignano están concentradas alrededor de 500 curtiembres, que emplean aproximadamente a 7.000 personas, y también fábricas de maquinarias y productos químicos para la industria del cuero.

### 3.2.2. Brasil

**La industria del cuero de Brasil se ha visto favorecida por la abundancia de áreas para el pastoreo, clima favorable, tecnologías para la mejora genética y apoyo sectorial**

En Brasil, el desarrollo de la industria manufacturera del cuero, que actualmente es uno de los sectores con mayor potencial competitivo a nivel internacional, no se debe sólo a que este país es uno de los principales productores de cuero en el mundo, sino también a otros factores, como la disponibilidad de grandes áreas para el pastoreo, un clima favorable, la adopción de tecnologías para la mejora genética y el fuerte apoyo sectorial por parte de la APEX (Agência de Promoções de Exportações).

Según el CICB (Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil), actualmente hay en Brasil cerca de 800 curtiembres, que emplean a aproximadamente 44.700 personas y que se ubican principalmente en los estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Mato Grosso do Sul y Goiás. En cuanto a la producción brasilera de cueros crudos, en el año 2006 ésta llegó a 44,4 millones de piezas, lo cual representa un crecimiento anual promedio de 4,6% desde 1980, cuando la producción fue de 13,9 millones de piezas.

Las industrias brasileras de cuero cuentan con el apoyo del programa 'Brazilian Leather', establecido por el CICB conjuntamente con la APEX y cuyo objetivo es incrementar el monto y la calidad de las exportaciones brasileras de cuero. El programa contempla la incorporación de innovaciones tecnológicas en los procesos productivos, una mayor calificación de la mano de obra y el aumento de la presencia del producto brasilero en los mercados internacionales, incursionando en productos de mayor valor agregado.

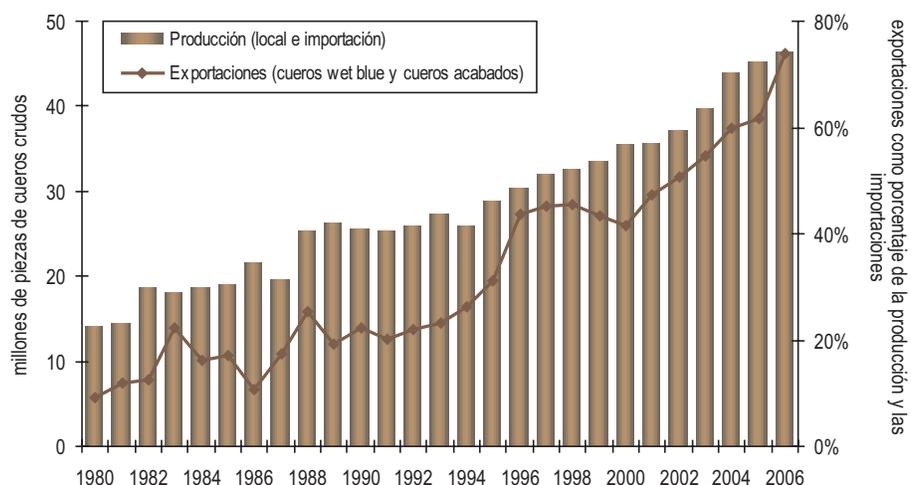
**En los últimos años, el sector del cuero de Brasil ha acentuado su orientación exportadora**

Anteriormente, los cueros brasileros se destinaban a la tradicional industria del calzado y, en parte, a la exportación. En la actualidad, a estos usos se suma la fabricación de manufacturas y la utilización del cuero en muebles y en la industria automotriz, de aviación y de navegación.

El Gráfico 3.7 muestra la evolución de las exportaciones brasileras de cuero *wet blue* y cueros acabados, como porcentaje del número de piezas

de cuero producidas e importadas por Brasil entre los años 1980 y 2006. Como se observa, esta relación ha mantenido una tendencia creciente, lo que demuestra la orientación exportadora del sector.

**Gráfico 3.7: Evolución de las exportaciones de cuero de Brasil, 1980-2006**



**Fuente:** Centro das Indústrias de Curtumes (CICB) y Associação das Industrias de Curtumes do Rio Grande do Sul (AICSul)

Para diseñar políticas industriales se requiere un estudio previo de los principales factores que determinan la competitividad industrial. Esto no es sencillo, ya que hay innumerables factores históricos, socio-políticos y económicos que influyen en la competitividad de los países y muchos de estos factores son difíciles de capturar en los análisis de competitividad industrial.

En Paraguay existen numerosos factores que afectan al rendimiento productivo y la competitividad de las exportaciones del sector del cuero. Algunos pueden ser de orden externo, como las preferencias del mercado y la incursión de nuevos países competidores; sin embargo, la mayor parte son factores internos, que incluyen aspectos como la calidad y la tecnología.

## 4.1. Factores de competitividad internos

### 4.1.1. Materia prima

**Descuidos generados durante la etapa del animal en la hacienda devalúan la calidad de los cueros nacionales**

Si bien Paraguay produce cueros de muy buena calidad, ciertos descuidos provocados durante la etapa del animal en la hacienda (marcas hechas a fuego para señalar la propiedad, marcas de garrapatas, heridas y orificios generados por uras y larvas de insectos, heridas generadas por alambrados de púa, lesiones resultantes del contacto con plantas espinosas, entre otros) generan defectos que terminan devaluando la calidad de los cueros paraguayos. En este sentido, los siguientes puntos resumen las principales características de la materia prima nacional:

**Los cueros procedentes de frigoríficos son, generalmente, de mejor calidad que aquellos provenientes de mataderos**

- *Calidad intermedia:* A nivel nacional, son ampliamente reconocidas las diferencias que existen entre los cueros crudos provenientes de frigoríficos y aquellos que provienen de mataderos. Los primeros son de mejor calidad, dada la higiene y la eficiencia con que se realiza el desuello del animal y los posteriores procesos de conservación.

Es necesario incrementar la calidad de los cueros paraguayos y para eso hay que tomar conciencia de que el proceso inicia en la etapa de crecimiento del animal, comprende también su estadía en los campos, y termina en el desuello en los frigoríficos, mataderos o a través de otros intermediarios.

**Los cueros terminados de Paraguay tienen una variedad limitada y su disponibilidad no es permanente**

- *Poca variedad:* Una de las frecuentes preocupaciones de los productores paraguayos de manufacturas y calzados de cuero es la falta de variedad, en lo referente a color y textura, de los cueros terminados producidos en el país. Esto se debe a la poca inversión en maquinarias por parte de las curtiembres y a que muchas de éstas realizan trabajos sólo sobre pedidos.
- *Limitada disponibilidad:* Debido al reducido stock de cueros terminados nacionales, muchas empresas manufactureras deben importar su materia prima, principalmente, desde Argentina o Brasil, donde la disponibilidad de cueros es permanente. A su vez, muchos productores de cuero terminado justifican lo limitado de su producción en la poca capacidad de absorción por parte de la industria nacional de manufacturas y calzados.

Para que la industria paraguaya de manufacturas y calzados de cuero pueda reducir sus costos, desarrollarse e incrementar su competitividad, es necesario que en el país exista una disponibilidad permanente de una amplia variedad de cueros terminados de buena calidad.

#### 4.1.2. Recursos humanos

Paraguay cuenta con un enorme potencial para el desarrollo del sector del cuero, principalmente en la elaboración de manufacturas y calzados de cuero. Esta actividad es intensiva en mano de obra, a diferencia de la etapa de curtido y acabado de los cueros, cuyo proceso es intensivo en capital. No obstante, la mano de obra disponible adolece de serias restricciones relacionadas con factores culturales y falta de capacitación, que se traducen en la carencia de calificaciones específicas y de los conocimientos necesarios para trabajar el cuero. Entre las limitaciones más importantes se mencionan:

**El desconocimiento del valor económico de las pieles genera un inadecuado manejo del cuero crudo, lo cual provoca la caída de su valor de comercialización**

- *Desconocimiento del verdadero valor económico de las pieles:* En los últimos años, el sector ganadero de Paraguay ha incrementado sus estándares (en lo referente a normas sanitarias, pasturas, genética), debido principalmente a las mayores exigencias del mercado internacional de carne; sin embargo, el inadecuado tratamiento de las pieles durante el proceso de faenamiento del animal por parte del personal encargado, deteriora la calidad del cuero crudo, haciendo decrecer su valor de comercialización y, por tanto, impidiendo que el sector de manufacturas de cuero pueda desarrollarse a la par del sector cárnico.

Es muy común encontrar que los cueros procedentes de mataderos poseen muchos defectos, cortes y marcas originadas por la poca cali-

ficación del personal encargado del desuello del animal o por el desconocimiento del valor económico potencial de las pieles. Este es un problema cultural del país, es decir, aún no se toma conciencia de que el valor del animal no se encuentra sólo en la carne, sino también en la piel y otros productos que se obtienen incluso antes de la etapa de faenamiento.

**El sector productor de manufacturas y calzados de cuero carece de personal en mandos medios, que debería capacitar y guiar a los demás trabajadores**

- *Carencia de personal en mandos medios:* Uno de los principales cuellos de botella identificados por los empresarios del sector es la ausencia de mano de obra para los mandos medios, es decir, personal semi-especializado en el curtido de cueros y en la elaboración de manufacturas y calzados. Generalmente, no existe una clara división de las responsabilidades y, por tanto, una adecuada selección de personal que se encuentre en condiciones de capacitar a los demás y guiarlos en su trabajo.
- *Carencia de personal con oficio para el curtido y la elaboración de manufacturas y calzados:* Paraguay cuenta con muy buena mano de obra artesanal para la elaboración de cueros repujados. Sin embargo, gran parte del personal no conoce a fondo la tecnología y las herramientas que se utilizan en el proceso de producción, por lo cual la demanda de más personal no se ve adecuadamente satisfecha. Gran parte del personal empleado en el sector adquiere sus habilidades en sus propios puestos de trabajo, ya sea por medio de trabajadores con mayor práctica o a través de su propia experiencia.

### 4.1.3. Mecanismos de capacitación

Por cuestiones de gustos y modas, la demanda de los productos de la cadena de valor del cuero experimenta constantes cambios, a los que el empresario del sector debe adaptarse a través de adecuados procesos de capacitación, incentivos y fortalecimiento de las áreas encargadas del mercadeo y diseño de los productos. En este sentido, algunos de los inconvenientes de la industria paraguaya son:

**La ausencia de mecanismos de capacitación constituye uno de los principales obstáculos para el desarrollo del sector del cuero**

- *Ausencia de mecanismos de capacitación específicos para el sector:* Paraguay carece de una institución que oriente y capacite a: 1) personal de mandos medios, encargado de la gestión de recursos humanos y de crear competencias operacionales para las industrias del sector; 2) personal destinado a trabajar en el área de curtido, y 3) personal encargado de la elaboración de manufacturas de cuero.

En Paraguay, el Instituto Nacional de Tecnología y Normalización (INTN), institución gubernamental encargada de la certificación de los laboratorios en el país, provee asistencia técnica a pequeñas curtidurías rurales. En la década de 1970, gracias al apoyo del Progra-

ma de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), se estableció un plan piloto para el procesamiento del cuero y la elaboración de calzados, sin embargo, los equipos donados en aquel tiempo actualmente se encuentran obsoletos.

El Servicio Nacional de Promoción Profesional (SNPP) cumple una labor importante en la capacitación del personal paraguayo, no obstante sus servicios aún no cubren las áreas de diseño, corte, operación de máquinas de coser y terminado de calzados y manufacturas de cuero.

**Las áreas de diseño y mercadeo de productos se encuentran poco desarrolladas**

- *Debilidad empresarial en las áreas de diseño y mercadeo de productos:* Debido a que gran parte de las empresas paraguayas productoras de manufacturas de cuero son de tamaño mediano o pequeño, sus áreas de diseño y mercadeo se encuentran poco desarrolladas y carecen de la experiencia y capacidad para desarrollar nuevos productos.

Encontrar mecanismos de capacitación para los empleados constituye, actualmente, una aspiración muy común en el sector paraguayo del cuero. Sin embargo, existen factores que frenan esta pretensión, tales como: la renuencia del personal subordinado a respetar al individuo recientemente capacitado; la falta de motivación del personal para adquirir nuevos conocimientos; y, la creencia de algunos empresarios de que las capacitaciones representan horas perdidas que perjudican los niveles de producción. Sin embargo, el sector debe comprender que las inversiones en capacitación del personal generan importantes incrementos en la productividad, compensando, así, las horas no trabajadas.

**Países que han establecido institutos de capacitación o centros tecnológicos han podido desarrollar exitosamente su sector del cuero**

Se reconoce ampliamente que los países que han creado institutos de capacitación o centros tecnológicos han desarrollado exitosamente su sector del cuero. En estos centros se forma el personal dedicado tanto al curtido como a la elaboración de manufacturas y calzados de cuero. Otro objetivo de estas instituciones es reducir los impactos que estas actividades generan sobre el medio ambiente.

**Recuadro 4: Institutos y centros tecnológicos que trabajan en la investigación y desarrollo del cuero en América Latina**

A continuación se detallan algunos institutos y centros tecnológicos dedicados a la investigación y desarrollo del sector del cuero en América Latina:

**Argentina:**

- Centro de Investigación y Desarrollo del Cuero (CITEC)
- Centro de Formación de Recursos Humanos y Tecnología para la Industria del Calzado (CEFOTECA)
- Instituto Nacional de Tecnología Industrial

**Brasil :**

- Centro de Tecnologia do Couro e do Calçado (CTCC)
- Centro Tecnológico do Couro
- Instituto Brasileiro de Tecnologia do Couro, Calçado e Artefatos (IBTEC)
- Centro Tecnológico do Calçado SENAI
- Centro Tecnológico do Couro, Calçados e Afins (CTCCA)

**Colombia:**

- Centro Tecnológico para las Industrias del Calzado, Cueros y Afines (CEINNOVA)
- SENA Centro Nacional del Calzado y Manufactura del Cuero

**México:**

- Centro de Investigación y Asesoría Tecnológica en Cuero y Calzado (CIATEC)

**Perú:**

- Centro de Innovación Tecnológica del Cuero, Calzado e Industrias Conexas (CITEccal)

**4.1.4. Infraestructura****4.1.4.1. Infraestructura tecnológica en las curtiembres**

En Paraguay, el nivel de infraestructura tecnológica de las curtiembres varía según su tamaño. Así, los procesos de curtido, los tipos de maquinarias y la formación de los profesionales encargados de operarlas varían según el tamaño de las plantas fabriles, la calidad de las materias primas y el mercado al que los productos están destinados. Lo mismo sucede en el sector de manufacturas y prendas de vestir de cuero.

Las curtiembres de Paraguay suelen ser clasificadas en: artesanales y pequeñas, medianas y grandes. Las curtiembres artesanales y pequeñas utilizan el tanino como agente curtidor, aunque también pueden producir, en una muy pequeña proporción y utilizando maquinarias rudimentarias, cueros curtidos al cromo. Algunos procesos se llevan a cabo en piletas y en la etapa final prevalecen los procesos manuales. La mayoría de estas curtiembres son empresas familiares, ubicadas en áreas rurales. A menudo, debido a sus primitivos procesos de curtido, estas curtiembres generan

**Las curtiembres medianas de Paraguay, pese a no trabajar a plena capacidad, poseen un peso importante en el mercado local**

contaminación en los arroyos y afluentes de las zonas en las que operan. Su producción se centra, por lo general, en suelas y vaqueta natural<sup>19</sup>.

Las instalaciones de las curtiembres medianas están compuestas por maquinaria tradicional y, ocasionalmente, por plantas para el tratamiento de sus efluentes; su capacidad es más limitada que la de una curtiembre de gran tamaño y depende del tipo de cuero producido. Aunque generalmente no trabajan a plena capacidad, las curtiembres medianas poseen un peso relevante en el mercado local. Producen mayormente cuero *wet blue* y, en pequeña proporción, cueros semiterminados y terminados. Dos de estas curtiembres se hallan en el distrito de Carapeguá, localizado en el departamento de Paraguari.

**En Paraguay existe una curtiembre grande, que es la que cumple de mejor manera las exigencias internacionales de calidad**

Las grandes curtiembres son aquellas que poseen maquinarias de vanguardia y cuentan con sus propias plantas para el tratamiento de efluentes. En Paraguay existe una curtiembre con estas características. Se trata de una empresa trasnacional y es la que cumple de mejor manera las exigencias de calidad de la demanda internacional. Está ubicada en la ciudad de Asunción.

#### **4.1.4.2. Infraestructura tecnológica en las empresas que elaboran manufacturas y calzados de cuero**

**La industria paraguaya de manufacturas y calzados de cuero carece de la maquinaria y los conocimientos en diseño y moldería acordes a los estándares mundiales**

El sector productor de manufacturas y calzados de cuero carece de las maquinarias y los conocimientos en diseño y moldería acordes a los estándares mundiales de producción. No obstante, estos factores aún no restringen la producción nacional pues, pese a las limitaciones, existen pequeñas y medianas empresas con participación en el mercado local y de exportación. Sin embargo, si en el corto plazo se consigue mejorar la formación de los trabajadores de oficio y de mando medio, para aumentar la producción de la industria será indispensable contar con maquinarias de tecnología actual y con conocimientos en diseño y moldería.

#### **4.1.5. Comercialización**

En Paraguay, las curtiembres grandes y medianas son las que tienen la capacidad financiera para proveerse de pieles de alta calidad provenientes de frigoríficos. En algunos casos, las curtiembres pequeñas también utilizan pieles de esta procedencia, sin embargo, sólo pueden acceder a las de menor precio y, en consecuencia, de menor calidad.

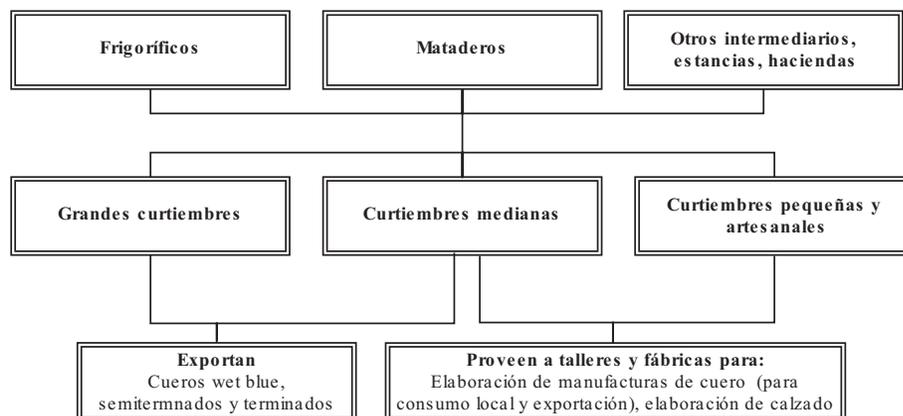
A su vez, la industria nacional de manufacturas y calzados de cuero se abastece, principalmente, de cueros de mediana calidad provenientes de curtiembres pequeñas y medianas, y también de cueros importados desde otros proveedores, como Brasil y Argentina. El Gráfico 4.1 detalla los cana-

---

<sup>19</sup> La vaqueta natural o atanado se utiliza en la marroquinería para producir carteras, bolsos y cintos, que son demandados a nivel local por turistas o exportados hacia otros países.

les de comercialización interna de los cueros procedentes de los distintos proveedores, el tipo de curtiembres al que se destinan y su uso final.

**Gráfico 4.1: Canales de comercialización interna del cuero**



Fuente: UTEPI

**La industria nacional de manufacturas y calzados de cuero se abastece, generalmente, de curtiembres medianas y pequeñas, pero también de proveedores externos**

La industria de manufacturas y calzados de cuero de Paraguay carece de una sólida estructura de comercialización externa. Es necesaria, por tanto, la apertura de nuevos canales que permitan insertar nuestros productos en el mercado internacional. En este sentido, contar con un muestrario de la producción, participar en ferias internacionales del sector y desarrollar el comercio electrónico pueden ser medios que faciliten la promoción de la producción paraguaya.

#### 4.1.6. Medio ambiente

**El inadecuado conocimiento sobre la ubicación de mataderos y curtiembres hace difícil el control de descargas de desperdicios en las áreas alejadas del país**

Tanto la industria de la carne como la industria dedicada al curtido del cuero representan una gran amenaza para el medio ambiente, debido a los contaminantes que emiten. En este sentido, Paraguay cuenta con leyes que sancionan la descarga de desperdicios industriales, ya sea en la atmósfera o en lagos, arroyos y otros cursos de agua.

Sin embargo, el control de estas descargas en las áreas más alejadas del país es difícil, debido a la falta de un adecuado conocimiento sobre la disposición y la ubicación de todos los mataderos y curtiembres existentes actualmente.

**La industria del curtido genera una gran cantidad de residuos sólidos y gaseosos**

Respecto al tema ambiental, es importante destacar los siguientes puntos:

- *Necesidad de tratar los efluentes de la industria del curtido:* Los residuos de las curtiembres provienen de una variedad de procesos que emplean una serie de productos y materiales químicos. En conse-

cuencia, los diferentes residuos emitidos en el proceso de curtido deben ser sometidos a diversas estrategias de tratamiento. En general, los residuos de la industria del curtido se presentan en forma de efluentes, desechos sólidos y gaseosos.

La única curtiembre grande de Paraguay cuenta con plantas de tratamientos de efluentes. Por su parte, entre las curtiembres medianas y pequeñas unas pocas cuentan con algún tipo de tratamiento para sus efluentes, otras se encuentran en proceso de obtener sus licencias y la gran parte carecen de tales instalaciones.

**Muchas curtiembres obtienen el agua a través de pozos artesianos y, por lo tanto, carecen de sistemas para cuantificar su consumo**

- *Alto consumo de agua y contaminación de recursos hídricos:* La industria del curtido se caracteriza por utilizar grandes cantidades de agua, principalmente en la primera etapa del proceso productivo. En Paraguay, muchas curtiembres se proveen de agua a través de pozos artesianos y, por tanto, carecen de un sistema que cuantifique su consumo.

Es relevante señalar que numerosos mataderos y curtiembres se hallan instalados en la zona de influencia del acuífero Patiño<sup>20</sup>, creando una fuerte presión sobre los recursos hídricos superficiales y subterráneos del lugar y comprometiendo los recursos de agua potable para el futuro.

Conocer las cantidades de agua utilizadas en curtiembres y mataderos ayudará a calcular los costos e incentivará a la reducción de efluentes o a su reciclado y reutilización. Sin embargo, esto conlleva una fuerte inversión.

#### Recuadro 5: Marco legal que regula el sector ambiental

En Paraguay, según el artículo 11 de la Ley N° 1561/00 *Que Crea el Sistema Nacional del Ambiente, el Consejo Nacional del Ambiente y la Secretaría del Ambiente*, los objetivos de la Secretaría del Ambiente (SEAM) son la formulación, coordinación, ejecución y fiscalización de la política ambiental nacional. Esa institución es, por tanto, la encargada del monitoreo y control ambiental en el país.

La Ley N° 294/93 *De Evaluación de Impacto Ambiental* y su decreto reglamentario N° 14.281/96 declaran obligatoria la realización de una evaluación de impacto ambiental o de un estudio científico que permita identificar, prever y estimar impactos ambientales en los complejos y unidades industriales de cualquier tipo.

El sector ambiental también se encuentra regulado por la Ley N° 716/97 *Que Sanciona Delitos contra el Medio Ambiente*, según la cual los responsables de industrias que descarguen a la atmósfera gases o desechos contaminantes por encima de los límites autorizados, serán sancionados con una pena de entre dos y cuatro años de prisión, más una multa de entre 500 y 1.000 jornales mínimos legales para actividades diversas no especificadas. A su vez, los responsables de fábricas o industrias que viertan efluentes o desechos industriales no tratados en lagos o cursos de agua subterráneos, superficiales o en sus riberas, serán sancionados con una pena de entre uno y cinco años de prisión y una multa de entre 500 y 2.000 jornales mínimos legales para actividades diversas no especificadas.

<sup>20</sup> El acuífero Patiño se extiende por las ciudades de Asunción, San Lorenzo, Mariano Roque Alonso, Luque, Fernando de la Mora, Lambaré, Ñemby, Villa Elisa, Capiatá, Limpio, Areguá, Itauguá, Ypané, San Antonio, J. Augusto Saldívar, Villeta, Itá, Yguarón, Ypacaraí, Pirayú y Paraguari.

### 4.1.7. Financiamiento

**El financiamiento es un factor necesario para incrementar la competitividad del sector del cuero**

El acceso al financiamiento es un factor clave para la competitividad del sector del cuero, ya que gran parte de las empresas nacionales dedicadas al curtido y a la elaboración de manufacturas y calzados de cuero son pequeñas y medianas y no cuentan con suficientes recursos propios para financiar todas sus actividades.

**En el sector de manufacturas y calzados de cuero el acceso a financiamiento permitiría reducir los tiempos de respuesta frente a cambios en la demanda**

- *Necesidad de mayor financiamiento para el sector de curtido de cueros, intensivo en capital:* El financiamiento es particularmente importante en el sector de curtido de cueros, por las maquinarias especializadas que se utilizan en cada etapa del proceso productivo y, aún más, en el posterior tratamiento de sus efluentes. La industria necesita créditos que faciliten el acceso a maquinarias y nuevas tecnologías que redunden en un mayor crecimiento del sector.
- *Necesidad de mayor financiamiento en el sector de manufacturas y calzados de cuero, para mejorar la competitividad al momento de responder a cambios en la demanda:* Si bien no es intensivo en capital, el sector de manufacturas y calzados de cuero necesita contar con medios suficientes para responder a los nuevos requerimientos de la demanda. La rigidez en los tiempos de respuesta de muchas empresas nacionales no permite aumentar la competitividad y mantener satisfechos a los mercados.

Un problema comúnmente mencionado por los empresarios del sector es que los créditos a los que tienen acceso son a corto plazo y con altas tasas de interés, cuando lo ideal para ellos sería contar con créditos de mediano plazo y con tasas de interés más accesibles.

## 4.2. Factores de competitividad externos

### 4.2.1. Factores de demanda

#### 4.2.1.1. Preferencias del mercado

A diferencia de la oferta de cueros, que depende directamente del mercado de la carne (un factor externo), la demanda de cueros está determinada por la demanda de manufacturas de este material y por la disponibilidad de manufacturas elaboradas con materiales sustitutos.

**Los cueros *wet blue* son los de mayor demanda internacional entre los productos del primer estadio de la cadena de valor del cuero**

Los cueros *wet blue* son los que gozan de mayor preferencia entre los productos del primer estadio de la cadena de valor del cuero. Los grandes países productores de manufacturas y calzados de cuero adquieren estos productos desde países de menor desarrollo, debido a la falta de regulación ambiental en estos países y a sus menores costos de mano de obra.

**Cerca del 80% de las exportaciones paraguayas del primer estadio de la cadena de valor corresponden a cueros *wet blue***

Esto explica que la mayor proporción de las exportaciones nacionales de cuero corresponda a productos del primer estadio de la cadena de valor y que, dentro de éstos, los cueros curtidos al cromo sean los de más peso. En el año 2007, el 79,4% de las exportaciones paraguayas del primer estadio de la cadena de valor correspondió a cueros *wet blue*.

Sin embargo, el hecho de que una gran proporción de los cueros paraguayos *wet blue* se destine a la exportación (consecuencia, en parte, de que las curtiembres no tengan incentivos para vender su producción en el mercado interno) representa una limitación para la industria doméstica, que no cuenta con la materia prima para producir cueros semiterminados, terminados y manufacturas y calzados de cuero, lo cual ayudaría a generar mayor empleo en el sector. En este sentido, es necesario implementar un programa de fomento para la industria del cuero.

Aunque no todos los consumidores de un mercado específico tienen las mismas preferencias, es posible distinguir dos tipos de países compradores de productos de cuero. Por un lado están los países cuya demanda se basa en la marca del producto, su alta calidad y sus niveles de innovación y diseño; entre estos se puede nombrar a Alemania, Italia y Canadá. Por otro lado, existen países menos exigentes, para los cuales el precio y la utilidad, entre otras características del producto, son los criterios centrales; entre estos están los países de América Latina, Estados Unidos, España y los países nórdicos (Dinamarca, Finlandia, Noruega, Suecia e Islandia). Actualmente, estos países representan mercados potenciales para Paraguay.

#### 4.2.1.2. Orientación de las multinacionales

**En Paraguay opera una empresa multinacional que forma parte de uno de los mayores grupos de curtido del mundo**

En Paraguay opera una sola multinacional dedicada al curtido de cueros. Esta empresa se especializa en cueros vacunos y su principal producto de exportación es el cuero *wet blue* (aunque, en menor proporción, también exporta cueros semiterminados y descarnes vacunos). Esta empresa forma parte de uno de los mayores grupos de curtido del mundo<sup>21</sup>. En Paraguay, emplea directamente a 400 personas y cuenta con la curtiembre más grande del país, cuya capacidad de producción bordea las 3.000 piezas por día. Otro aspecto positivo de esta empresa es que, por su gran capacidad financiera, posee su propia planta de tratamiento de efluentes (físico-químicos), cuyo logro más importante es la utilización de solo 21 litros de agua por cada kilogramo de cuero.

**Entre los años 2006 y 2007, las exportaciones paraguayas de cueros curtidos a través del Régimen de Maquila crecieron un 27,5%**

Sin embargo, dado que esta empresa absorbe la mayor parte de los cueros nacionales, otras multinacionales no poseen suficiente interés para instalarse en nuestro país.

---

<sup>21</sup> Esta multinacional opera diez instalaciones industriales en América del Sur y Asia. Se provee, mayormente, de cueros de Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay y Chile, pero también obtiene materias primas de Estados Unidos, Rusia, India, China, Australia y Nueva Zelanda. A nivel mundial, tiene una producción cercana a los 18 millones de pies cuadrados.

**Recuadro 6: Exportaciones de cueros curtidos a través del Régimen de Maquila**

El principal producto de exportación de Paraguay a través del Régimen de Maquila son los cueros curtidos. En el año 2005, estas exportaciones superaron los US\$ 18,8 millones y en el año 2006 llegaron a US\$ 31,8 millones; de este monto, el 40,1% se destinó al Mercosur y el 59,9% a otros destinos.

En el año 2007, las exportaciones de cueros curtidos superaron los US\$ 40,5 millones, mostrando un crecimiento del 27,5% respecto a 2006. De ese total, el 40,4% se destinó al Mercosur y el 59,6% a destinos fuera del bloque.

A nivel de países, los principales destinos de los cueros curtidos paraguayos fueron: Tailandia (que abarcó el 43,5% de las exportaciones), Argentina (26,9%), Uruguay (13,3%) y China (8%). Otros mercados importantes fueron: Francia, Vietnam y Chile.

**Fuente:** Consejo Nacional de la Industria Maquiladora de Exportación (CNIME)

**Los cueros curtidos son el principal rubro de exportación a través del Régimen de Maquila**

**La falta de un sistema aéreo bien desarrollado genera desventajas comparativas al momento de exportar**

Esta misma empresa es responsable de que, actualmente, los cueros curtidos sean el principal producto paraguayo de exportación, a través del Régimen de la Industria Maquiladora de Exportación (Recuadro 6).

**4.2.1.3. Distancia de los mercados**

La distancia entre Paraguay y sus mercados de destino genera dificultades, tales como:

- *Mayores tiempos de recorrido para llegar a los mercados de exportación:* Las exportaciones paraguayas se realizan a través de vías fluviales, terrestres y aéreas<sup>22</sup>. Debido a que Paraguay no posee un litoral marítimo y no cuenta con un sistema aéreo bien desarrollado, al momento de realizar exportaciones se presentan numerosas desventajas comparativas. En el caso de los cueros curtidos que se envían a los mercados asiáticos y europeos, la vía más utilizada es la fluvial, que implica menores costos, pero mayores tiempos de recorrido.
- *Elevados costos de fletes:* Si los productos de cuero se dirigen al mercado americano o europeo, la cualidad 'just in time' es muy importante, por lo que estas exportaciones se realizan mayormente por vía aérea, que implica menos demoras. Sin embargo, a medida que aumentan las distancias hacia los mercados de destino, los costos de fletes crecen, llegando al punto en que, en opinión de algunos empresarios, no se justifican los envíos. Actualmente, un sistema muy solicitado por los importadores americanos de manufacturas paraguayas de cuero es el DDP ('*Delivered Duty Paid*' o 'Entregada Derechos Pagados'), que significa que el exportador entrega la mercancía al importador, asumiendo los gastos de despacho, impuestos, trámites aduaneros y riesgos de la importación en el país de destino<sup>23</sup>.

<sup>22</sup> Según el estudio *Impacto del transporte y de la logística en el comercio internacional del Paraguay (2006)*, el 53% del valor de las exportaciones paraguayas es enviado por carreteras, el 36% por agua y el 10% por vía aérea. En lo referente a las importaciones, el 55% de su valor ingresa por vía acuática, el 41% por vía terrestre y el 2% por vía aérea.

<sup>23</sup> Este término representa la obligación máxima para el exportador y puede emplearse independientemente del modo de transporte. Cuando la entrega tiene lugar en el puerto de destino pero a bordo del buque, se utiliza el término DES '*Delivered Ex Ship*' o 'Entregada Sobre Buque'; adicionalmente, existe la opción DEQ '*Delivered Ex Quay*' o 'Entregada En Muelle'.

#### 4.2.1.4. Acuerdos de comercio

El establecimiento de acuerdos de comercio permite que los países exporten sus productos al mercado de la contraparte en condiciones favorables y potencien sus ventajas competitivas frente a terceros países. El escenario óptimo de estos acuerdos se da cuando los países suscriptores se complementan a través del intercambio comercial, promoviendo un desarrollo armónico y equilibrado de sus economías.

Las exportaciones de Paraguay se ven beneficiadas de los acuerdos de comercio que el país tiene con los demás miembros del Mercosur y con países de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI); además, Paraguay se encuentra entre los países beneficiarios del Sistema Generalizado de Preferencias de Estados Unidos, Canadá, Japón y la Unión Europea. Sin embargo, estos acuerdos requieren una mejor negociación para la optimizar los beneficios que pueden generar.

#### 4.2.1.5. Amenaza de terceros países

**Los bajos salarios y la mayor calidad de los productos constituyen las amenazas de otros países hacia las manufacturas paraguayas de cuero**

- *Bajos salarios:* En las últimas tres décadas, los cambios introducidos en la estructura de China, que ha logrado una integración vertical de su industria del curtido, manufacturas de cuero y calzados, han convertido a este país en uno de los mayores productores y en el principal mercado del sector del cuero. Sus ventajas naturales se centran en sus bajos costos, debidos, principalmente, a su abundante mano de obra.
- *Mayor calidad de los productos:* En la región, el sector ganadero y de cueros de Uruguay, Brasil y Argentina representan una fuerte competencia para los cueros de nuestro país, que aún adolecen de varias deficiencias de calidad por el menor tamaño de los animales, los descuidos durante la etapa del animal en la hacienda y el mal manejo de los instrumentos, por parte del personal encargado, al momento del desuello y el almacenamiento.

Los productos de cuero de Paraguay, si bien se acercan a los estándares de producción de Argentina, todavía se encuentran lejos de la calidad de los productos brasileiros; la distancia es aún mayor si se pretende alcanzar el mercado europeo, donde, además de la calidad, se aprecia la innovación y creatividad de los productos.

**El sector paraguayo de calzados se encuentra fuertemente expuesto a la competencia de terceros países**

Aunque el sector de calzados no es analizado en este documento, cabe mencionar que en la actualidad la industria nacional debe enfrentar la amenaza de los dos mayores productores mundiales de calzado: China, que cuenta con mano de obra abundante y barata, e Italia, que utiliza alta tecnología y cuya producción destaca por su calidad.

**Recuadro 7: El sector de calzados**

Según el *Compendio estadístico mundial de cueros y pieles sin curtir, cueros y calzados de cuero 1986-2004*, elaborado por la FAO, en 2003 la producción mundial de calzados de cuero fue de 4.470,1 millones de pares. Los mayores productores fueron: China (1.978,9 millones de pares), Italia (283 millones de pares), México (240 millones de pares), Brasil (210 millones de pares), India (183,4 millones de pares) e Indonesia (141 millones de pares).

Paraguay produjo 4,8 millones de pares (0,1% de la producción mundial). Este sector, que representa una porción pequeña de la industria nacional, se provee de materia prima de medianas y pequeñas curtiembres, principalmente.

La Cámara de la Industria de Calzados del Paraguay (CICPAR) se creó en el año 1967, no obstante, su comisión directiva fue renovada en 1996. Actualmente, cuenta con cerca de 90 empresas asociadas, de las cuales sólo cuatro o cinco son de tamaño mediano. Cerca del 20% de los productores fabrican calzados de vestir.

Existen aproximadamente 300 pequeños talleres de calzado, concentrados en la zona central del país (Itaguá, Pirayú, Carapeguá, Ypacarai y Villarrica), que operan con tecnologías más bien obsoletas y con predominio de mano de obra artesanal. No obstante, cabe mencionar que algunas empresas han trabajado para mejorar la calidad y el diseño de sus calzados, lo que les ha permitido exportar a Argentina y Chile. Además, están buscando llegar a nuevos mercados, entre los que destaca Estados Unidos.

En Villarrica se localiza la Asociación de Calzadistas del Guará, creada en junio de 2007. Esta asociación se encuentra formada por doce empresas, que emplean a cerca de 100 personas y se dedican a la producción de calzados femeninos, masculinos, deportivos e infantiles.

Los mayores inconvenientes para el desarrollo de la industria nacional del calzado son: la baja calidad de la materia prima que queda en el país, una vez que los mejores cueros han sido exportados; la falta de un instituto de formación tecnológica y profesional para el sector; la ausencia de fábricas nacionales de componentes y complementos para el calzado, tales como tacos, hormas, apliques metálicos y hebillas; la falta de una identidad nacional o imagen país que fomente el consumo de la producción nacional; la invasión de calzados usados procedentes de Brasil; y, finalmente, la competencia de calzados provenientes del extranjero (especialmente desde China) a precios subvaluados o de contrabando. En este punto cabe mencionar que el Mercosur ha incrementado su Arancel Externo Común para la importación de calzados, de 20% a 35%.

Según datos de la CICPAR, en el año 2006 ingresaron a Paraguay, principalmente desde China y Brasil, aproximadamente 20 millones de pares de calzados, por un valor total de US\$ 32 millones, es decir, a un precio promedio cercano a US\$ 1,5 por cada par. Se estima que en el año 2007 la situación fue similar.

**Fuente:** FAO, CICPAR y Asociación de Calzadistas del Guará

## 4.2.2. Factores estructurales

### 4.2.2.1. Debilidades institucionales y gremiales

**Las asociaciones profesionales y comerciales relacionadas al sector del cuero son pequeñas y, por tanto, débiles para representar los intereses de sus asociados**

En Paraguay, una de las deficiencias institucionales es la carencia de una política de incentivos para la industrialización del sector del cuero<sup>24</sup>. En ese sentido, el presente documento podría constituir una de las bases para el diseño de esa política.

Se reconoce ampliamente que las asociaciones comerciales organizadas, con buenas estrategias y con objetivos claros, que representen los intereses comunes de sus miembros frente al gobierno, tienen un efecto significativo en la viabilidad de largo plazo de las industrias. En el país existen asociaciones profesionales y comerciales relacionadas con los sectores de cueros y calzados, sin embargo, son pequeñas y, por tanto, débiles para representar los intereses de sus asociados. Estas asociaciones son: la Cámara Paraguaya de la Industria, Manufactura y Afines del Cuero (CICAM), la

<sup>24</sup> Una empresa dedicada al curtido de cueros mencionó que las exportaciones de cueros terminados o de cueros *wet blue* carecen de estímulos en forma de deducción de impuestos.

Cámara de Empresas Artesanas del Paraguay (CEAP) y la Cámara de la Industria del Calzado del Paraguay (CICPAR). Adicionalmente, está la Unión Industrial Paraguaya (UIP), que funciona como una confederación de los industriales, tanto fabricantes como empresarios.

#### 4.2.2.2. Inversión

##### **No existen adecuados incentivos a la inversión para las pequeñas y medianas empresas del sector del cuero**

Paraguay cuenta con un régimen de fomento a las inversiones, la Ley 60/90. Sin embargo, sus incentivos no son accesibles para las pequeñas y medianas empresas del sector del cuero. Existe también el Régimen de Importación de Materias Primas e Insumos, que facilita la importación de los insumos utilizados por la industria nacional, y el Régimen de Maquila. Estos regímenes y sus beneficios son analizados en el Recuadro 8.

#### **Recuadro 8: Regímenes de incentivos a la inversión aplicados al sector del cuero**

##### **Ley 60/90**

La Ley 60/90 es una ley de incentivos que busca atraer capitales de origen nacional y extranjero, otorgando beneficios fiscales a las inversiones productivas. El órgano que concede los beneficios es el Consejo de Inversiones, presidido por el Ministro de Industria y Comercio.

En el caso del sector del cuero, para que una industria de curtido pueda acogerse a los beneficios de esta ley, según se establece en el artículo 21 de la misma, deberá contar con una planta de tratamiento de efluentes industriales y su localización no deberá afectar las condiciones de vida de áreas aledañas.

Las inversiones amparadas por esta ley gozarán de exoneraciones fiscales y municipales para:

- Constitución de la sociedad
- Importación de bienes de capital
- Préstamos bancarios u otras formas de financiamiento provenientes del exterior, a partir de US\$ 5.000.000
- Recursos y pagos al exterior por concepto de amortizaciones, intereses y comisiones
- Remesas al exterior de dividendos y utilidades cuando haya socios extranjeros que no estén radicados en el país

##### **Régimen de Importación de Materias Primas e Insumos**

El Régimen de Importación de Materias Primas e Insumos, surgido a partir del Decreto N° 11.771/00 con fecha 29 de diciembre de 2000, permite a las empresas agropecuarias e industriales importar materias primas e insumos con un arancel de 0% desde países fuera del Mercosur (extrazona), siempre que se demuestre que las mercancías sirven como insumo para los procesos productivos y su valor de importación no sea menor a US\$ 1.500 FOB.

El requisito previo para acceder a estos beneficios es que la empresa esté inscrita en el Registro Industrial del Ministerio de Industria y Comercio, para lo cual deberá contar con una Licencia Ambiental.

En el caso de las curtiembres, éstas pueden importar cueros y productos químicos cuando la oferta interna de estos insumos sea insuficiente; sin embargo, las plantas de curtido deben contar con la habilitación de la Secretaría del Ambiente (SEAM). Por su parte, las fábricas de calzados y productos de cuero pueden importar materias primas (hormas, suelas y otros accesorios, como herrajes y hebillas) desde extrazona con arancel de 0%, cuando demuestren que el insumo no está disponible en el mercado local.

##### **Régimen de Maquila**

En julio del año 2000 se expidió la Ley 1.064/97 De la Industria Maquiladora de Exportación, cuyo objetivo es promover el establecimiento y regular las operaciones de empresas maquiladoras que se dediquen total o parcialmente a realizar procesos productivos tangibles o intangibles, combinando bienes o servicios de procedencia extranjera, importados temporalmente, con mano de obra y otros recursos nacionales, y destinando su producción a los mercados de exportación. Esta actividad es realizada en virtud del Contrato de Maquila, suscrito entre una empresa domiciliada en el territorio nacional y otra que se encuentra en el exterior.

Sus beneficios son:

- Tributo único del 1% sobre el valor agregado
- Recuperación del IVA por medio de certificados de crédito tributario negociables en el mercado interno
- Libre importación de maquinaria nueva o usada
- Arancel de 0% para los productos con origen MERCOSUR
- Legislación laboral de puertas abiertas, que permite la inmigración de trabajadores extranjeros

Actualmente, en el país opera una industria maquiladora dedicada a la producción de cueros curtidos y otra que elabora artículos forrados en cuero.

### 4.3. Evolución de las exportaciones de carne

En Paraguay, la producción de carne es una actividad tradicional, cuya participación en el PIB industrial se ha visto incrementada en los últimos años. En 2007, esta actividad representó el 19,5% del PIB industrial (a precios constantes) y el 2,6% del PIB total<sup>25</sup>.

**Las exportaciones paraguayas de carne presentaron un crecimiento promedio anual de 26,1% durante el periodo 2000-2007**

Las exportaciones de 'Carne y despojo comestible' de Paraguay crecieron de US\$ 72,7 millones a US\$ 367,9 millones entre 2000 y 2007, lo que representa un crecimiento promedio anual de 26,1%. El Gráfico 4.2 muestra un leve descenso de estas exportaciones en el año 2003, motivado por los brotes de fiebre aftosa a finales de 2002, que significaron la pérdida de mercados internacionales. Sin embargo, a partir del año 2004 se observa un nuevo aumento en las exportaciones paraguayas de 'Carne y despojo comestible', favorecidas por el incremento de la capacidad instalada de las industrias frigoríficas y por la recuperación del estatus de país libre de fiebre aftosa con régimen de vacunación, otorgado por la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE).

**Problemas sanitarios y restricciones a las exportaciones en países vecinos permitieron a Paraguay incrementar sus exportaciones de carne en**

Los problemas sanitarios en Brasil a finales de 2005 y las restricciones a las exportaciones de carne impuestas por el gobierno argentino a principios de 2006 permitieron que, en ese último año, Paraguay incrementara sus exportaciones a dos mercados tradicionales de esos países: Chile y, en mayor medida, Rusia. En el año 2007, sin embargo, se produjo un descenso de las exportaciones paraguayas, explicado fundamentalmente por la recuperación de Brasil del estatus de país libre de fiebre aftosa con régimen de vacunación.

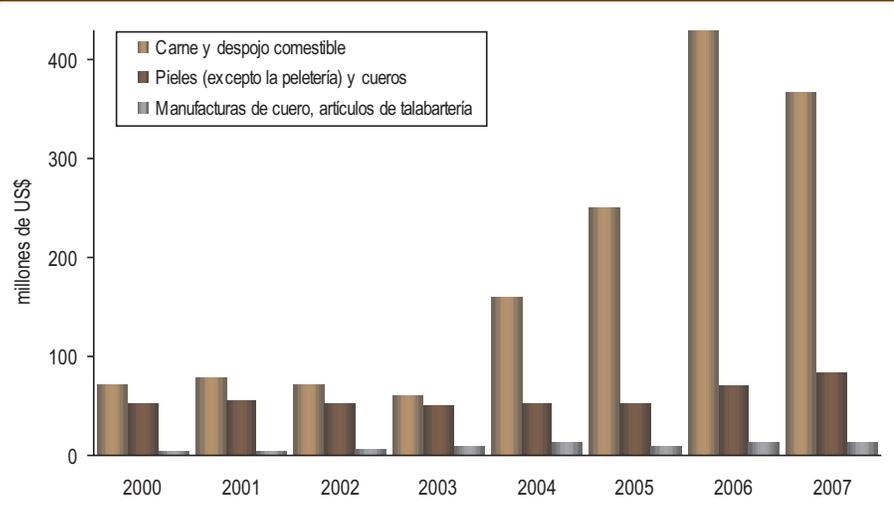
**Las exportaciones nacionales de 'Pieles y cueros' y 'Manufacturas de cuero' no crecieron al mismo ritmo que las exportaciones de carne**

Entre 2000 y 2007, las exportaciones paraguayas de 'Pieles (excepto la peletería) y cueros' y 'Manufacturas de cuero' crecieron a una tasa promedio anual de 6,8% y 14,7%, respectivamente, es decir, no mostraron el dinamismo de las exportaciones de carne. En el año 2007, las exportaciones de 'Carne y despojo comestible' representaron el 13,2% de las exportaciones

<sup>25</sup> Cifras preliminares del Banco Central del Paraguay

totales de Paraguay, mientras que la participación conjunta de las exportaciones de 'Pieles (excepto la peletería) y cueros' y 'Manufacturas de cuero' fue de sólo 3,5%.

**Gráfico 4.2: Exportaciones de 'Carne y despojo comestible', 'Pieles (excepto la peletería) y cueros' y 'Manufacturas de cuero' de Paraguay, 2000-2007**



Fuente: SOFIA

La identificación de mercados atractivos es el mayor estímulo para que las empresas, que son las que realmente compiten en el mercado internacional -y no los gobiernos-, mejoren su productividad y se orienten hacia la exportación. Un mercado atractivo no es sólo aquel que demanda el producto, sino que lo adquiere a un precio por encima de la media mundial, su ubicación permite reducir los costos de transacción y sus requisitos de acceso (por ejemplo, barreras técnicas o requisitos sanitarios y fitosanitarios) no son prohibitivos para el empresario.

#### Recuadro 9: Índice de Dependencia Importadora (IDI)

El Índice de Dependencia Importadora (IDI) mide la dependencia hacia las importaciones que un país tiene para satisfacer la demanda interna de un producto. Es, por lo tanto, una herramienta útil para los exportadores mundiales, ya que identifica los mercados más atractivos. El IDI se compone de tres variables:

- *La balanza comercial.* Cuanto más negativa sea, mayor será la dependencia importadora del país. En el caso del cuero, la balanza comercial se obtiene de restar a las exportaciones del país de cada uno de los tres estadios de la cadena de valor (cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados; productos de cuero de bajo valor agregado; y, productos de cuero de alto valor agregado) las importaciones correspondientes a los mismos productos.
- *La importancia del producto en las importaciones totales del país.* Este indicador refleja el peso que las importaciones de un estadio de la cadena de valor del cuero tienen dentro de las importaciones totales del país. En el presente estudio, se utiliza el peso de las importaciones de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados (bovinos) dentro de las importaciones totales de 'Pieles y cueros' (Capítulo 41 del SA 1988-1992), y el peso de las importaciones de productos de cuero de bajo valor agregado y productos de cuero de alto valor agregado dentro de las importaciones totales de 'Manufacturas de cuero' (Capítulo 42 del SA 1988-1992).
- *La importancia del país en las importaciones mundiales del producto.* Este indicador muestra la participación de cada país en las importaciones mundiales de los tres estadios de la cadena de valor del cuero (cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados; productos de cuero de bajo valor agregado; y, productos de cuero de alto valor agregado).

En el presente análisis, para ser considerados como 'mercados atractivos' los países deben cumplir tres requisitos:

- En 2006, su balanza comercial para el estadio analizado debe ser negativa.
- El porcentaje de las importaciones del estadio analizado en las importaciones totales del país debe estar por encima de la media mundial (es decir, el peso de las importaciones del país de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados, productos de cuero de bajo valor agregado y productos de cuero de alto valor agregado, dentro de sus importaciones totales de 'Pieles y cueros' y 'Manufacturas de cuero', respectivamente, debe ser mayor a la media mundial).
- El peso del país en las importaciones mundiales del estadio analizado debe estar por encima de la media mundial (es decir, un país debe importar más cuero, en términos generales, que la media de todos los países).

Con los países que cumplen los tres requisitos se procede al cálculo del IDI, que sirve para clasificar a los 'mercados atractivos' de acuerdo a su dependencia importadora. El primer paso es la estandarización de las tres variables para los países identificados, de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$I_{p,d} = \frac{X_{p,d} - \min(X_{p,d})}{\max(X_{p,d}) - \min(X_{p,d})}$$

donde  $I_{p,d}$  es el índice normalizado de cada indicador de dependencia  $d$  en un país  $p$ ;  $X_{p,d}$  corresponde al valor actual del indicador; y  $\max$  y  $\min$  son los valores máximos y mínimos de la muestra. Los rangos normalizados están entre 0 (menor dependencia) y 1 (mayor dependencia). El valor final del IDI se obtiene a través de la media aritmética de los tres indicadores estandarizados. Los resultados para cada estadio de la cadena de valor del cuero se presentan a continuación.

En países en desarrollo, donde el acceso a la información es asimétrico y costoso, la mayoría de los empresarios carecen de una ‘inteligencia de mercado’ que les permita identificar mercados y productos con potencial. Si a esto se suma la complejidad, cada vez mayor, de las reglas que rigen el comercio internacional, se puede entender la reticencia de muchos empresarios a exportar. A pesar de estas dificultades, la comunidad de negocios ha desarrollado herramientas para obtener información sobre los mercados. Algunos empresarios se guían por su ‘olfato’ y experiencia, otros más sofisticados contratan estudios de mercado personalizados y costosos. Este capítulo presenta el *Índice de Dependencia Importadora* (IDI) como una herramienta útil para la identificación de mercados atractivos para la exportación.

### 5.1. Cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados

Actualmente, una buena parte del comercio mundial del sector del cuero corresponde a cueros curtidos al cromo (conocidos como cueros *wet blue*). Esto se debe a que algunos países en desarrollo, principalmente en Asia del Este, han incrementado significativamente su producción de artículos de cuero y por eso demandan una gran cantidad de cueros crudos. La mayor ventaja de estos países son sus bajos costos salariales, principalmente en China, Corea del Sur e India.

**Tabla 5.1: Mercados atractivos para cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados y ranking de acuerdo al IDI, 2006**

Ranking	Mercado	Valor del IDI
1	China	0,70
2	Rumania	0,64
3	RAE de Hong Kong	0,62
4	Malasia	0,31
5	México	0,16
6	España	0,13
7	Corea del Sur	0,11
8	Canadá	0,10
9	Polonia	0,09
10	Portugal	0,05
11	Japón	0,00

Fuente: UN Comtrade

**China, Rumania y RAE de Hong Kong son los principales mercados atractivos para el primer estadio de la cadena de valor del cuero**

La Tabla 5.1 muestra los mercados atractivos para cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados. De estos países es importante resaltar lo siguiente:

- China: Debido a su enorme capacidad para tratar cueros y pieles y para producir artículos de cuero, este país, además de utilizar pieles

y cueros crudos producidos internamente, debe realizar importaciones desde otros países<sup>26</sup>. Actualmente, China es el principal fabricante de calzados y uno de los mayores productores de manufacturas de cuero en el mundo.

**RAE de Hong Kong actúa principalmente como distribuidor de productos y agente para ingresar al mercado chino**

- **Rumania:** Su producción de manufacturas de cuero cuenta con dos grandes ventajas: bajos salarios y calificación de la mano de obra. Actualmente, varias industrias de cuero europeas, especialmente italianas, se trasladan a Rumania; varias de ellas se acogen al esquema de perfeccionamiento activo o maquila, denominado internamente “Lohn”, que consiste en que la empresa extranjera brinda la materia prima (cueros curtidos, accesorios y, a veces, maquinarias) para elaborar el producto final dentro del país y posteriormente re-exportarlo, sin hacer frente al pago de obligaciones aduaneras.
- **RAE de Hong Kong:** Dado que en este mercado no existen barreras, cuotas ni otras restricciones a la importación en general, el cuero es importado y exportado libremente. Por su escaso tamaño y sus altos costos laborales, este mercado no produce cuero. Actúa más bien como distribuidor de productos y como agente para ingresar al mercado chino. Esta intermediación representa el 95% del comercio exterior de RAE de Hong Kong de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados (Pro Argentina, 2005).
- **Malasia:** Debido a que sus cueros son escasos y de baja calidad y su industria del curtido se encuentra poco desarrollada, Malasia debe importar la mayor parte de los cueros que se utilizan, principalmente, para la producción de calzados.
- **México:** Es el segundo mayor productor de calzados de América Latina, luego de Brasil. Su producción, que se complementa con importaciones, se concentra en los estados de: Guanajuato, Jalisco, Estado de México y Distrito Federal. El cuero curtido es utilizado en la fabricación de muebles, manufacturas y tapizados en cuero.

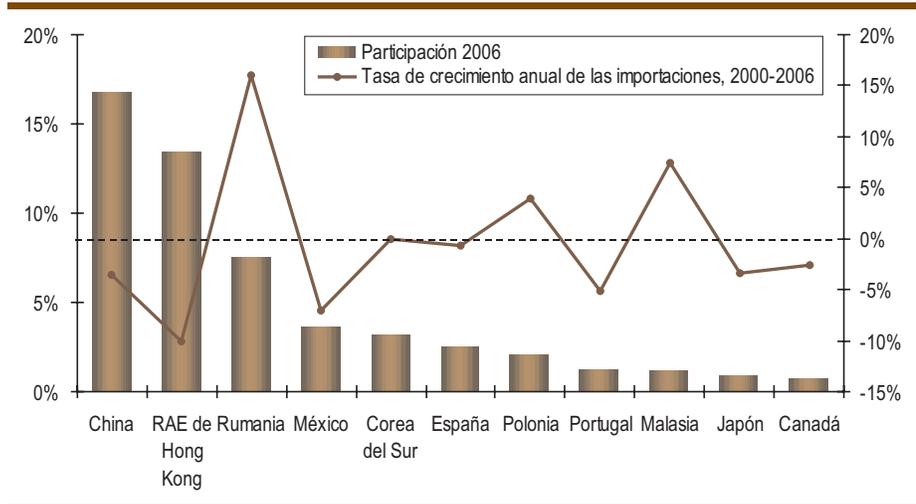
**Los mercados atractivos representan más del 50% de las importaciones mundiales de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados**

En el año 2006, los mercados atractivos representaron más del 50% de la demanda mundial de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados. Las importaciones de China y RAE de Hong Kong decrecieron durante el periodo 2000-2006, sin embargo, estos dos mercados aún concentran, en conjunto, más del 30% de las importaciones mundiales (lo cual, en realidad, estaría reflejando indirectamente la demanda total de China). Rumania, que acaparó cerca del 10% de las importaciones mundiales en 2006, mostró, entre los mercados atractivos, la mayor tasa de crecimiento de las importaciones en el periodo 2000-2006, seguida por Malasia. Esto demuestra la dinámica de las empresas extranjeras que se instalan en Rumania, principalmente en las ciudades de Timis, Sibiu, Cluj y Bucarest.

<sup>26</sup> China presenta una balanza comercial negativa en: cueros y pieles en bruto y acabados, productos químicos utilizados para el curtido y maquinaria de la industria del cuero.

**Gráfico 5.1: Participación de los mercados atractivos en las importaciones mundiales de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados y tasa de crecimiento de las importaciones, 2000-2006<sup>27</sup>**

**Entre los mercados atractivos, Rumania presenta la mayor tasa de crecimiento en las importaciones de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados**

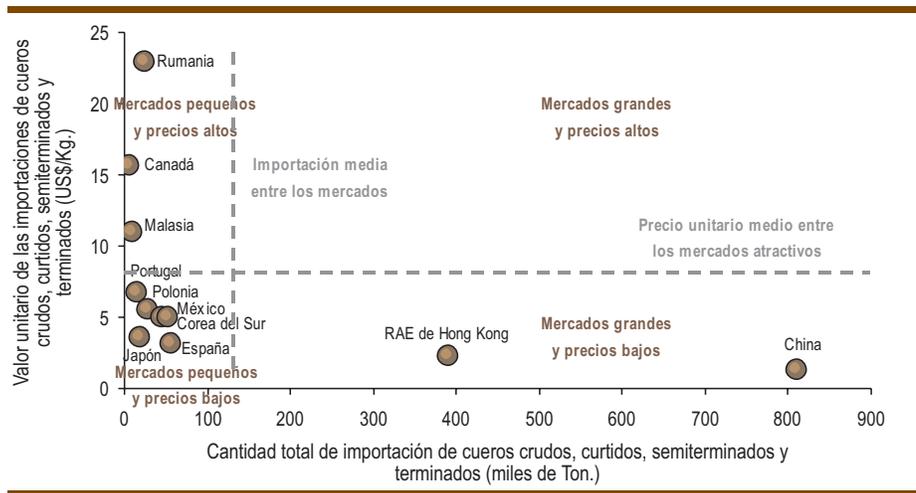


Fuente: UN Comtrade

Además de las cantidades importadas por cada país, los valores unitarios de importación constituyen otra dimensión fundamental para identificar a los mercados atractivos. En el Gráfico 5.2, que combina el valor unitario de importación y las cantidades importadas, se establecen los mercados más interesantes para la venta de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados.

**Gráfico 5.2: Posicionamiento de los mercados atractivos en base a la cantidad y valor unitario de sus importaciones de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados, 2006**

**Entre los mercados atractivos, China y RAE de Hong Kong pagan los menores valores unitarios de importación de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados**



Fuente: UN Comtrade

- China y RAE de Hong Kong son mercados que demandan grandes cantidades, pero sus valores unitarios de importación son bajos (US\$ 1,45 y US\$ 2,44 por kilogramo, respectivamente).

<sup>27</sup> La participación de España corresponde al año 2005.

- Rumania, Canadá y Malasia, si bien demandan pequeñas cantidades, pagan valores de importación superiores a la media de los mercados atractivos (US\$ 7,6 por kilogramo).
- Portugal, Polonia, Corea del Sur, México, Japón y España, además de demandar pequeñas cantidades, pagan los valores de importación más bajos, entre los mercados atractivos.
- Ningún mercado atractivo para cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados demanda grandes cantidades, pagando, a la vez, altos valores unitarios de importación.

## 5.2. Productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados)

La Tabla 5.2 muestra el ranking de los mercados atractivos para los productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados). A continuación se analiza a algunos de ellos.

**Tabla 5.2: Mercados atractivos para productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) y ranking de acuerdo al IDI, 2006**

**Entre los mercados atractivos para productos de cuero de bajo valor agregado predominan países de la Unión Europea y Norteamérica**

Ranking	Mercado	Valor del IDI
1	Estados Unidos	0,513
2	China	0,506
3	Eslovenia	0,355
4	México	0,312
5	Hungría	0,224
6	Rumania	0,215
7	Finlandia	0,129
8	Alemania	0,124
9	Polonia	0,114
10	Reino Unido	0,102
11	Canadá	0,096
12	Suecia	0,092
13	Noruega	0,075
14	Dinamarca	0,069
15	Singapur	0,058
16	España	0,038
17	Austria	0,037
18	Holanda	0,030
19	Portugal	0,028
20	Suiza	0,025
21	Rusia	0,023
22	Grecia	0,004

Fuente: UN Comtrade

- Estados Unidos: Debido a su gran población y al elevado poder adquisitivo de ésta, es el principal mercado atractivo para los produc-

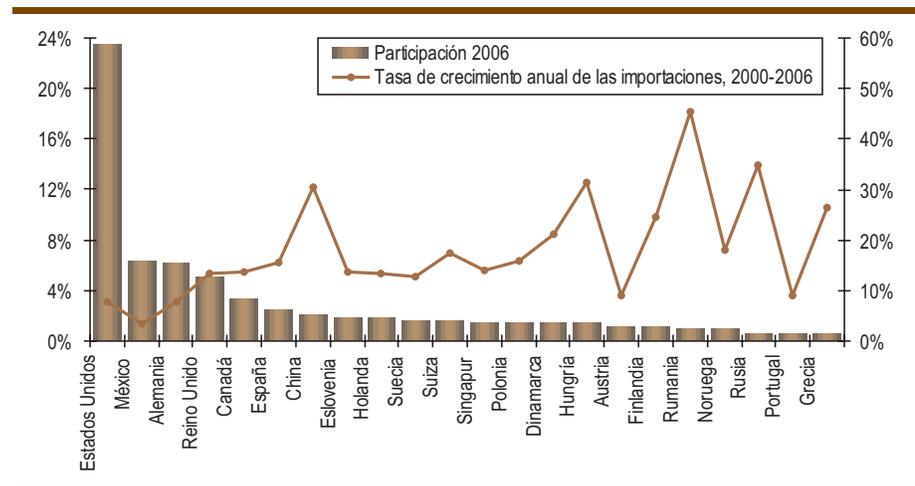
tos de cuero de bajo valor agregado. En el periodo 2000-2006, sus importaciones de estos productos crecieron a una tasa promedio anual de 7,9%.

- **China:** Su poder adquisitivo, aunque aún es limitado, ha mostrado un crecimiento que le permite demandar cada vez más productos de cuero. En 2006, los principales proveedores de China de productos de cuero de bajo valor agregado fueron: Corea del Sur, Italia y Japón.
- **Europa del Este:** Entre los años 2000 y 2006, los mercados atractivos de Europa del Este incrementaron sus importaciones de este estadio de la cadena de valor del cuero. En Hungría y Rumania se aplica el régimen de perfeccionamiento activo o maquila, que, como se mencionó, consiste en que estos países importan productos de cuero, principalmente desde Italia y Alemania, les dan un mayor valor agregado y luego los reexportan.

**Los mercados atractivos han incrementado su participación en las importaciones mundiales de productos de cuero de bajo valor agregado**

En el año 2006, los mercados atractivos abarcaron cerca del 70% de las importaciones mundiales de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados), es decir, dos puntos porcentuales más que en el año 2000. Estados Unidos, con más del 20% de las importaciones mundiales en 2006, es el principal mercado. Detrás está México, cuyas importaciones, sin embargo, muestran la menor tasa de crecimiento para el periodo 2000-2006. Países de altos ingresos, como Alemania, Reino Unido, España y Canadá, también son importantes compradores de productos de cuero de bajo valor agregado. Cabe destacar que, entre 2000 y 2006, todos los mercados atractivos registraron un crecimiento en sus importaciones de este estadio de la cadena de valor del cuero.

**Gráfico 5.3: Participación de los mercados atractivos en las importaciones mundiales de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados) y tasa de crecimiento de las importaciones, 2000-2006**



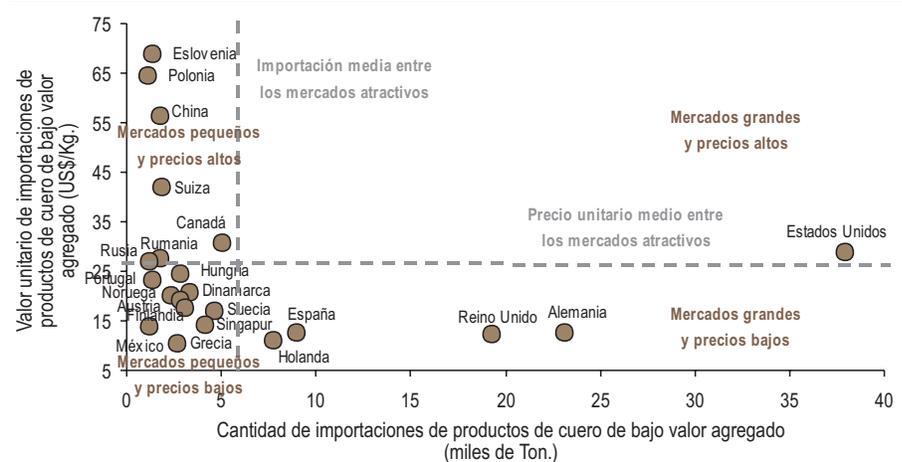
Fuente: UN Comtrade

La combinación de las cantidades demandadas y el valor unitario de importación, como ya se hizo para el anterior estadio de la cadena de valor, permite identificar de manera más clara a los mercados más interesantes para los productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados).

Estados Unidos es el único que, además de demandar grandes cantidades, paga valores unitarios de importación superiores a la media de los mercados atractivos. Eslovenia, Polonia y China pagan los mayores valores unitarios de importación (superiores a US\$ 50 por kilogramo), pero sus cantidades de importación son limitadas. Al contrario, Alemania y Reino Unido demandan grandes cantidades de productos de cuero de bajo valor agregado, pero pagan bajos valores unitarios.

**Gráfico 5.4: Posicionamiento de los mercados atractivos en base a la cantidad y valor unitario de sus importaciones de productos de cuero de bajo valor agregado (excluyendo calzados), 2006**

**Estados Unidos es el mercado atractivo más interesante para los productos de cuero de bajo valor agregado: demanda grandes cantidades y paga precios altos**



Fuente: UN Comtrade

**Países de la Unión Europea y Norteamérica predominan entre los mercados atractivos para productos de cuero de alto valor agregado**

### 5.3. Productos de cuero de alto valor agregado

La Tabla 5.3 muestra el ranking de los mercados atractivos para los productos de cuero de alto valor agregado, según el Índice de Dependencia Importadora (IDI). En este ranking, además de Estados Unidos, destacan países europeos de altos ingresos, con conocimientos de moda e, incluso, buena reputación como exportadores. A continuación se resalta lo principal de los dos mayores mercados para este estadio de la cadena de valor del cuero.

- Estados Unidos: Demanda productos de alta calidad, pero también una gran cantidad de bienes del segmento inferior de este estadio. En el año 2006, realizó importaciones desde un gran número de países, sin embargo, la mayor proporción provino de China.

**Tabla 5.3: Mercados atractivos para productos de cuero de alto valor agregado y ranking de acuerdo al IDI, 2006**

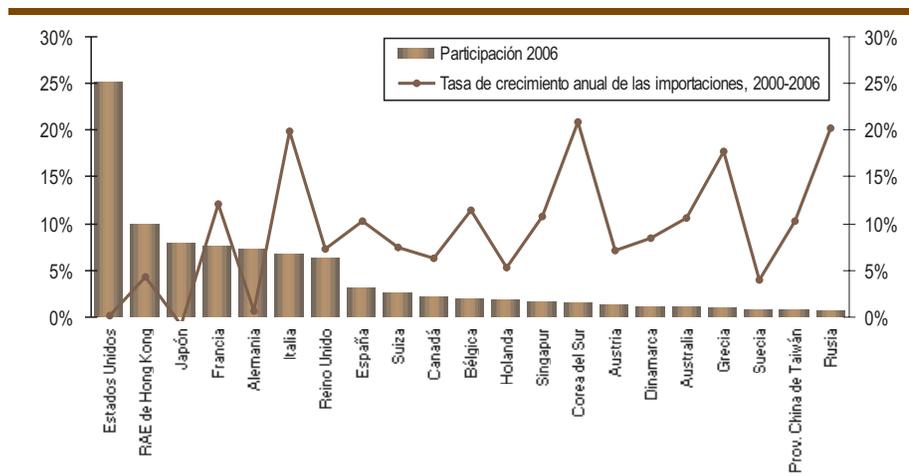
Ranking	Mercado	Valor del IDI
1	Estados Unidos	0,632
2	Francia	0,606
3	Italia	0,584
4	RAE de Hong Kong	0,547
5	Singapur	0,440
6	Reino Unido	0,440
7	Suiza	0,406
8	Alemania	0,333
9	Grecia	0,302
10	Dinamarca	0,295
11	Austria	0,282
12	España	0,257
13	Japón	0,247
14	Corea del Sur	0,202
15	Holanda	0,176
16	Suecia	0,171
17	Canadá	0,167
18	Rusia	0,155
19	Provincia china de Taiwán	0,129
20	Bélgica	0,126
21	Australia	0,099

Fuente: UN Comtrade

- Unión Europea: Muchos países de este bloque son mercados atractivos para productos de cuero de alto valor agregado. Todos estos mercados cuentan con un elevado poder adquisitivo, que explica su fuerte demanda por estos bienes. No obstante, hay que mencionar que Holanda y Bélgica son puertos de distribución, por lo que parte de su demanda se reexporta hacia otros países.

**Gráfico 5.5: Participación de los mercados atractivos en las importaciones mundiales de productos de cuero de alto valor agregado y tasa de crecimiento de las importaciones, 2000-2006**

**Entre 2000 y 2006, Corea del Sur, Rusia, Italia y Grecia fueron los mercados atractivos más dinámicos para los productos de cuero de alto valor agregado**



Fuente: UN Comtrade





Los numerosos esfuerzos realizados por el sector productor de carne bovina de Paraguay, en lo referente a organización y adecuación de las normas sanitarias nacionales, han permitido que este producto experimente un notorio desarrollo, constituyéndose en los últimos años en uno de los principales rubros de exportación del país. En este contexto, cuando se compara el desempeño de este sector con el del sector del cuero, surge la siguiente interrogante: ¿por qué la industria nacional del cuero no pudo conseguir los resultados tan satisfactorios mostrados por la industria de la carne bovina?

Del análisis realizado, se ha concluido que desde hace varios años el comercio mundial de cueros crudos, curtidos, semiterminados y terminados se encuentra prácticamente estancado. Este comportamiento difiere del experimentado por las manufacturas de cuero, que han mostrado un notable desempeño durante el periodo estudiado. Consecuentemente, se puede pensar que la adición de valor a los bienes de cuero que se producen en Paraguay generaría mayores beneficios para el sector empresarial del país.

Al comparar los avances experimentados por la industria de la carne con aquellos registrados por la industria del cuero se ha podido detectar algunos de los obstáculos que frenan el crecimiento de esta última, que es la proveedora de las materias primas para la elaboración de manufacturas.

Paraguay cuenta con abundantes recursos pecuarios, áreas aptas para el pastoreo y una buena organización, tanto en el sector privado como en el sector gubernamental, que son elementos favorables para el desarrollo de la industria cárnica. Sin embargo, el país aún presenta serias deficiencias en la calidad de sus cueros y pieles, a consecuencia de los defectuosos cuidados que recibe el animal en su etapa de hacienda y en el posterior desuello, falencias explicadas por el desconocimiento del valor económico potencial de estos productos.

Adicionalmente, las iniciativas vinculadas a los sectores de cueros y manufacturas que han impulsado las instituciones gubernamentales, aun son insuficientes para el desarrollo y fomento de esos sectores. Pese a que se reconoce su gran potencial en términos de generación de empleo e incremento del valor agregado industrial, hasta el momento no han sido definidos los análisis y políticas sobre las ventajas de la creación o establecimiento de un instituto de formación profesional para estos sectores.

Pese a esto, merece destacarse la labor de instituciones que se encuentran trabajando activamente en el fortalecimiento de la industria productora y exportadora del cuero y sus manufacturas. Entre ellas, el Ministerio de Industria y Comercio, a través de la Red de Inversiones y Exportaciones (REDIEX), ha conformado la Mesa de Carne y Cuero, cuyo aporte será clave para el impulso de las potencialidades del sector productor, así como para el establecimiento y definición de políticas más claras para el mismo. Gracias a la conformación de esta mesa sectorial, se ha conseguido mejorar las tarifas de envío, participar en ferias y, además, este año se tiene prevista la fundación de la Cámara Paraguaya de la Industria, Manufactura y Afines del Cuero (CICAM). Esta cámara englobará a todas las industrias de la cadena de valor del cuero, tanto curtiembres como empresas que elaboran manufacturas, y su objetivo será promover actividades que ayuden al desarrollo de la industria e incrementen las posibilidades de generar negocios de exportación. Entre estas actividades estarían: capacitaciones, estudios y negociaciones con el sector público y privado.

A partir de lo expuesto, se puede concluir que existe la necesidad de reformular la visión que se tiene sobre el sector del cuero y de difundir de mejor manera sus potencialidades para la economía nacional. En este sentido, un sistema de incentivos para incrementar la calidad de los cueros crudos, a través de un mejor trato al animal en su etapa de hacienda y de adiestramientos al personal encargado del desuello, redundarán en una mayor eficiencia de la industria local.

También es importante divulgar los conocimientos necesarios para la fabricación de productos de cuero, a través de la formación y el desarrollo de nuevas habilidades en los trabajadores que, a la vez, generen mayor innovación en el diseño de los productos. En el largo plazo, estas acciones generarán un mayor volumen de negocios e ingresos para todos los agentes involucrados.

Paraguay es muy vulnerable ante cambios en las preferencias de unos pocos mercados, ya que cinco países concentran más del 90% de sus exportaciones de productos de cuero de bajo valor agregado y, en el caso de los productos de cuero de alto valor agregado, dos mercados abarcan similar porcentaje. Por lo tanto, en base a los criterios de dinámica importadora y valores unitarios de importación, es imperante encontrar nuevos destinos para la producción nacional.

Por otro lado, debido a que los procesos de faenamiento y curtido representan, de cierta manera, una amenaza a los recursos hídricos del país, es necesario aplicar estrictas medidas de control que garanticen un manejo óptimo del agua. Para esto se requiere un adecuado conocimiento de la disposición y ubicación de los mataderos y curtiembres existentes en el país y, de este modo, incrementar la formalización en el sector.

Finalmente, pese a que la industria del calzado (que en los países productores de cueros suele ser la principal usuaria de los mismos) no ha sido incluida en el presente trabajo, surge una última interrogante: ¿por qué la industria paraguaya del calzado se encuentra tan poco desarrollada? Aunque la respuesta a esta pregunta amerita un análisis independiente y más profundo acerca de este tema, los principales motivos pueden ser el éxodo de trabajadores del sector del calzado hacia los países limítrofes en busca de mejores condiciones laborales y el ingreso de productos provenientes de Asia del Este (principalmente desde China), a precios subvaluados o de contrabando, lo que representa una competencia desleal para la industria nacional del calzado.



## BIBLIOGRAFIA

### Documentos

- Banco de Comercio Exterior de Colombia S.A. – BANCOLDEX (2005). *Resumen sectorial cuero y manufacturas*.
- Cámara de Comercio de Bogotá (2006). *Balance tecnológico cadena productiva marroquinería en Bogotá y Cundinamarca*. [www.ccb.org.co](http://www.ccb.org.co)
- CARANA Corporation y Cámara Nacional de Comercio y Servicios de Paraguay (2006). *Impacto del transporte y de la logística en el comercio internacional del Paraguay*.
- Commission of the European Communities - CEC (2001). *Commission Staff Working Paper: Report on the promotion of competitiveness and employment in the European leather and tanning industry*.
- Centro de Estudios para la Producción - CEP (2005). *El sector de las manufacturas de cuero en la Argentina*. [www.cep.gov.ar](http://www.cep.gov.ar)
- Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones - CORPEI (2003). *Cueros y pieles -expansión de la oferta exportable de Ecuador*.
- Confederation of National Associations of Tanners and Dressers of the European Community - COTANCE (2002). *The European Tanning Industry Sustainability Review*.
- De Resende, José Venâncio y Perez, Luís Henrique (2004). *Exportações brasileiras de couro, 1996 a 2003*. Instituto de Economia Agrícola.
- Exim Bank (2006). *Research Brief. Indian leather industry: perspective and export potential*.
- Food and Agriculture Organization - FAO (2005). *Compendio estadístico mundial de cueros y pieles sin curtir, cueros y calzado de cuero 1986-2004*.
- Food and Agriculture Organization - FAO (2003). *Consultation on hides and skins, 17 December 2003, Rome, Italy*.
- Food and Agriculture Organization - FAO (2006). *Consultation on hides and skins, 1 February 2006, Arusha, United Republic of Tanzania*.
- Food and Agriculture Organization - FAO (2007). *Global hides and skins markets: a review and short-term outlook*.
- Fundación Export Ar (2003). *Análisis de la tendencia del mercado internacional de manufacturas de cuero*.
- Fundación Export Ar (2004). *Plan de promoción sectorial. Análisis estratégico. Sector marroquinería. Primera etapa*.
- Fundación Export Ar (2004). *Plan de promoción sectorial. Análisis estratégico. Sector marroquinería. Segunda etapa*.
- Fundación Export Ar (2004). *Plan de promoción sectorial. Análisis estratégico. Sector marroquinería. Tercera etapa*.
- Fundación Export Ar (2004). *Plan de promoción sectorial. Análisis estratégico. Sector marroquinería. Cuarta etapa*.
- Gómez Cuadrado, Agustín (2000). *Estudio sobre el mercado del calzado en Colombia*. Oficina Comercial de la Embajada de España en Bogotá. Bogotá.
- Gutierrez, Mariliz (2004). *Tendência emergente na indústria do couro*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Departamento de Engenharia Química. Laboratório de Estudos em Couro e Meio Ambiente.
- GWMATE - Banco Mundial (2002). *Paraguay: el uso del agua subterránea en Gran Asunción – Problemas actuales y regulación propuesta*.

- Hanzl, Doris (2001). *Competitiveness of industry in candidate countries. Leather and footwear sector*. WIIW - The Vienna Institute for International Economics Studies.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial del Consulado General de España en Düsseldorf. (2003). *El mercado de cueros y pieles en Alemania*. Dusseldorf.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bogotá. (2004). *El mercado de cuero y marroquinería en Colombia*. Bogotá.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Viena. (2006). *El mercado de la confección textil en Eslovenia*. Viena.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en La Haya. (2004). *El mercado de marroquinería en Países Bajos*. La Haya.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Hong Kong. (2004). *Hong Kong: estudio de mercado sobre la confección en piel*. Hong Kong.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Hong Kong. (2005). *Hong Kong: mercado del cuero*. Hong Kong.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial de España en Hong Kong. (2003). *Hong Kong y China: estudio de mercado sobre la industria del cuero*. Hong Kong.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Hong Kong. (2007). *Hong Kong APLF 2007*. Hong Kong.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Budapest. (2005). *El mercado del calzado en Hungría*. Budapest.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Budapest. (2002). *Hungría: mercado de marroquinería*. Budapest.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva Delhi. (2003). *El mercado de la industria del cuero en la India*. Nueva Delhi.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva Delhi. (2004). *El mercado de la piel y el cuero en India*. Nueva Delhi.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Malasia. (2000). *El calzado de cuero en Malasia*.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Comercial de España en Asunción. (2000). *Oportunidad de negocio - El cuero*. Asunción.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Roma. (2006). *El mercado de los productos de piel en Italia*. Roma.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial de España en México. (2006). *El mercado de los productos de piel en Italia*. México.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bucarest. (2003). *Sector industria ligera*. Bucarest.
- Instituto Español de Comercio Exterior – ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Beijing. (2003). *El mercado de la piel y los curtidos en la República Popular China*. Beijing.
- Reissig, Pedro (2006). *Innovación en cuero - Oportunidad para el diseño*. Instituto Nacional de Tecnología Industrial.
- Kassai, Laszlo (2000). *Cuero, calzado y afines ¿Una industria en desaparición o en búsqueda de nuevo destino?*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Red de Reestructuración y Competitividad. División de Desarrollo Productivo y Empresarial.

- Ministerio de Agricultura y Ganadería (2006). *El Sector agropecuario y forestal en cifras. Año 2006. N° 4*. Dirección General de Planificación. [www.mag.gov.py/Estadisticas/rev2006.pdf](http://www.mag.gov.py/Estadisticas/rev2006.pdf)
- Ministerio de Agricultura y Ganadería (2007). *Informe sector agropecuario – Carne vacuna. Año 1. N° 3*. [www.mag.gov.py/Estadisticas/ISA%20Carne%20Vacuna.pdf](http://www.mag.gov.py/Estadisticas/ISA%20Carne%20Vacuna.pdf)
- Miranda M, Gonzalo (2003). *Estudio de identificación, mapeo y análisis competitividad de la cadena de cueros y sus manufacturas*. Programa Andino de Competitividad. Corporación Andina de Fomento PAC/ CAF/ ANAPO.
- Montsalve Ochoa, Yolanda (2004). *Cadena productiva del cuero. Caracterización ocupacional*. Centro Nacional del Calzado y Manufactura del Cuero SENA.
- Observatorio Agrocadenas (2005). *La cadena de la carne bovina en Colombia. Una mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005*. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia. Bogotá.
- Pedretti, Ricardo (2004). *Trazabilidad de la carne bovina en Paraguay*. Food and Agriculture Organization - FAO. Oficina Regional para América Latina y el Caribe.
- Pérez Llanes, Roberto (2001). *El sector del cuero y derivados intenta construir una cadena*. Universidad Andina Simón Bolívar. [www.uasb.edu.bo](http://www.uasb.edu.bo)
- Pro Argentina (2005). *Serie de estudios sectoriales. Manufacturas de cuero y calzado*. Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional. Secretaría de Comercio, Industria y PyMEs. Ministerio de Economía y Producción.
- Pro Argentina (2005). *Perfiles de producto y mercado. Manufacturas de cuero Canadá, Colombia y Costa Rica*. Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional. Secretaría de Comercio, Industria y PyMEs. Ministerio de Economía y Producción.
- Royal Danish Embassy – Bangkok. Danish Trade Council. (2007). *Sector overview: the fashion industry in Thailand*. Bangkok.
- Rojas, Ricardo (2006). *Asociatividad empresarial sector curtiembres en San Benito Bogotá D.C*. Fundación Universitaria Panamericana.
- Salazar de Buckle, Teresa (2001). *The leather global value chain - A review*. United Nations Industrial Development Organization - UNIDO.
- Secretaría de Economía -México (2003). *Programa para la competitividad de la industria del cuero y calzado*
- Servicio Nacional de Calidad y Salud Animal - SENACSA (2007). *Estadística pecuaria – Primer semestre 2007*.
- Unión Industrial Argentina (2005). *5º Cadena de productos industriales de cuero en la Región Pampeana*. Foro Federal de la Industria. Región Pampeana.
- United States Department of Agriculture - USDA (2006). *Livestock, dairy and poultry outlook*.
- United States Agency for International Development - USAID, United States Environmental Protection Agency - USEPA, Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo - CCDA (2006). *Manual de buenas prácticas ambientales para la curtiembre en Centroamérica*.

### Páginas Web

- Agência de Promoções de Exportações - APEX: [www.apexbrasil.com.br](http://www.apexbrasil.com.br)
- Associação Portuguesa dos Industriais de Curtumes: [www.apic.pt](http://www.apic.pt)
- Asociación de la Industria de la Piel: [www.china-leather.com](http://www.china-leather.com)
- Biblioteca Virtual de Desarrollo Sostenible y Salud Ambiental - Organización Panamericana de la Salud (BVSDE - OPS): [www.bvsde.ops-oms.org/sde/ops-sde/bvsde.shtml](http://www.bvsde.ops-oms.org/sde/ops-sde/bvsde.shtml)
- Brazilian Leather: [www.brazilianleather.com.br](http://www.brazilianleather.com.br)
- Canadian Statistics Division: [www.strategis.ic.gc.ca/canadian\\_industry\\_statistics](http://www.strategis.ic.gc.ca/canadian_industry_statistics)

- Centro de Promoción de Bolivia - CEPROBOL:  
[www.ceprobol.gov.bo](http://www.ceprobol.gov.bo)
- Confederation of National Associations of Tanners and Dressers of the European Community- COTANCE:  
[www.euroleather.com](http://www.euroleather.com)
- Centro Tecnológico das Indústrias do Couro - CTIC:  
[www.apic.pt/ctic](http://www.apic.pt/ctic)
- CUERONET:  
[www.cueronet.com](http://www.cueronet.com)
- Export-Import Bank:  
[www.eximbankindia.com](http://www.eximbankindia.com)
- Fondo Ganadero:  
[www.fondogan.gov.py](http://www.fondogan.gov.py)
- Fundación Export Ar:  
[www.exportar.org.ar](http://www.exportar.org.ar)
- Il Portale de la Pelle:  
[www.infoleather.com](http://www.infoleather.com)
- Instituto de Comercio Exterior Portugués:  
[www.icep.pt](http://www.icep.pt)
- International Council of Tanners:  
[www.tannerscouncilct.org](http://www.tannerscouncilct.org)
- International Union of Leather Technologist and Chemist Societies:  
[www.iultcs.org](http://www.iultcs.org)
- Instituto Nacional de Tecnologia Industrial:  
[www.inti.gov.ar/cueros/](http://www.inti.gov.ar/cueros/)
- Italian Leather & Leather Directory, Tannery & Shoes:  
[www.leathernet.it](http://www.leathernet.it)
- Leather International Magazine:  
[www.leathermag.com](http://www.leathermag.com)
- Ministerio de Industria y Comercio de Paraguay:  
[www.mic.gov.py](http://www.mic.gov.py)
- Organización Mundial de Sanidad Animal:  
[www.oie.int](http://www.oie.int)
- Centro Panamericano de Fiebre Aftosa - Panaftosa:  
[www.panaftosa.org.br](http://www.panaftosa.org.br)
- Proargentina:  
[www.proargentina.gov.ar](http://www.proargentina.gov.ar)
- Red de Inversiones y Exportaciones - REDIEX:  
[www.rediex.gov.py](http://www.rediex.gov.py)
- Secretaria de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de la República Argentina:  
[www.sagpya.gov.ar](http://www.sagpya.gov.ar)

### **Bases de datos**

- Food and Agriculture Organization - FAO:  
[www.fao.org](http://www.fao.org)
- United Nations Commodity Trade Statistics Database - UN Comtrade:  
[wits.worldbank.org](http://wits.worldbank.org)
- World Development Indicators - WDI:  
[devdata.worldbank.org/dataonline/](http://devdata.worldbank.org/dataonline/)
- Dirección General de Censos y Estadísticas Agropecuarias
- Ministerio de Agricultura y Ganadería - MAG