

Competitividad de la exportación de la soja en el Paraguay

Competitiveness of soybean exports in Paraguay *Competitividade da exportação de soja no Paraguai*

Nelson David Lesmo Duarte¹, Cristian Reinaldo Lesmo Duarte², Jaqueline Severino da Costa², Gustavo Daniel Vega Brites¹, José Augusto Velázquez Duarte¹, Marcos Arturo Ferreira Aguero¹

¹Universidad Nacional de Asunción, Facultad de Ciencias Agrarias, Filial Pedro Juan Caballero - Paraguay

²Universidade Federal Da Grande Dourados UFGD – Brasil

E-mail: nelsondavlesmd@hotmail.com

Resumen

El objetivo de este trabajo de investigación fue evaluar la competitividad de las exportaciones del grano de la soja en el Paraguay en el periodo de 2005 a 2014. El método de análisis utilizado para medir la competitividad fue el modelo *Constant Market Share (CMS)*, con la base de datos de *UN Comtrade*; el modelo descompone el crecimiento en tres efectos: crecimiento mundial, destino de exportación y competitividad; se seleccionaron destino para el Paraguay a: Argentina, Unión Europea y Uruguay. Los resultados demuestran que el aumento de la demanda del país emergente China hace que la demanda aumentara a nivel mundial y en efecto la exportación de países productores como USA, Brasil, Argentina y Paraguay. De acuerdo al resultado de la *CMS* para el Paraguay se han verificado incidencias variables para su crecimiento, en el primer periodo, incidieron el crecimiento mundial y el destino de la exportación, sin embargo, en el segundo periodo, fue producto del crecimiento mundial y la competitividad.

Palabras claves: Constant Market Share- Competitividad- Commodities

Summary

The objective of this research was to analyze the competitiveness of soybean exports in Paraguay in the period 2005 to 2014. The method of analysis used to measure competitiveness was the Constant Market Share model with data from the UN Comtrade database. The model decomposes growth into three effects: global growth, competitiveness and export destination; The target destinations chosen were Argentina, European Union and Uruguay. The results show that an increase in the demand of an emerging country, such as China, leads to an increase in global demand, in turn leading to higher exports from producing countries such as the USA, Brazil, Argentina and Paraguay. Results of the CMS for Paraguay showed variable incidences for its growth: in the first period, it resulted from global growth and the destination of exports, whereas in the second period, it resulted from global growth and competitiveness.

Keywords: Constant Market Share- Competitiveness - Commodities

Resumo

O objetivo desta pesquisa foi avaliar a competitividade das exportações de grãos de soja no Paraguai no período de 2005 a 2014. O método de análise utilizado foi o modelo ConstantMarketShare (CMS) com o banco de dados UM Comtrade; o modelo DIVIDE o crescimento em três efeitos: crescimento global, destino de exportação e competitividade; Os destinos selecionados para o Paraguai foram: Argentina, União Européia e Uruguai. Os resultados mostram que o aumento da demanda da China, como país emergente, faz com que a demanda aumente a nível mundial e, em vigor, a exportação de países produtores como EUA, Brasil, Argentina e Paraguai. De acordo com o resultado do CMS para o Paraguai, incidências variáveis foram verificadas para seu crescimento: no primeiro período influenciaram o crescimento global e o destino da exportação; no entanto, no segundo período foi o resultado do crescimento global e da competitividade

Palavras chaves: Constant Market Share- competitividade - Commodities

Introducción

El aumento de la población mundial implica una demanda de los alimentos, lo que ha modificado el cuadro de la agricultura mundial en los últimos años, eso ha generado el aumento de productividad a través de las tecnologías incorporada a la producción. A pesar del aumento de la producción, según la FAO (2014), el gran desafío es aumentar la oferta de alimentos para cubrir las necesidades básicas de una población en crecimiento. Las proyecciones apuntan que para cubrir las necesidades alimentarias de nueve billones de personas en 2050 será necesario aumentar la producción agropecuaria hasta un 60%.

En este contexto, América Latina se destaca en la producción y exportación de alimentos (Brenes *et al.* 2014). Con la globalización de los mercados, el *agribusiness* de los países en desarrollo tiene gran dependencia de los mercados internacionales (Junior, 2014). Vale resaltar que el *agribusiness* contribuye en una importante herramienta para el desarrollo en virtud de la renta generada en el sector rural (Tersoo, 2014).

La producción de soja es uno de los productos agrícolas que ha avanzado desde la década de 2000 por el aumento del consumo

en la República Popular China. Con relación a ese mercado, Paraguay es un gran productor mundial que ocupa la sexta posición, quedando atrás de Brasil, Estados Unidos, Argentina, China e India en el año 2014. En cuanto a las exportaciones, el país comenzó a exportar soja desde el año 1989, con un total de 945.375 ton entre los años 1990 y 2000 continuó aumentando sus exportaciones. A partir del año 2011 alcanzó la mayor cantidad exportada, cerca de 5.138.364 ton (CAPECO, 2014).

Actualmente, el Paraguay ocupa la cuarta posición en el ranking entre los mayores exportadores de soja, siendo superados por Estados Unidos, Brasil y Argentina. En lo que se refiere al destino de las exportaciones del complejo de la soja, los principales son la Unión Europea con 39%, Rusia con 17% y México con 10% (CAPECO, 2014).

En ese sentido, el *agribusiness* se constituye en un sector de mucha importancia para la economía paraguaya. Con eso surge la necesidad de conocer cuan competitivo es Paraguay en relación a las exportaciones de la soja, considerando que este rubro es uno de los más importante para la economía paraguaya y

puede tener fuertes implicaciones para el desarrollo económico y social del país.

En ese sentido del propósito de esta investigación es evaluar la competitividad de las exportaciones de soja paraguaya en base a los indicadores de *Constant Market Share* en un periodo comprendido entre los años 2005 a 2014.

Fundamentación del comercio Internacional y la competitividad

Con la transformación que introdujeron Smith (1776) y Ricardo (1817) a partir del siglo XVII, el comercio internacional pasó a ser tratado con más importancia para el desarrollo de los países. Con la ventaja absoluta de Smith (1776) y la ventaja comparativa de Ricardo (1817), mencionan la necesidad de los países en realizar transacciones comerciales entre ellos para sus crecimientos, a pesar de la diferencia de las teorías, ambos incentivan la producción eficiente en bienes característicos de cada uno.

Con la ventaja absoluta entre los países que quieran hacer intercambios, se debería crear una división de trabajo, el cual es un factor capaz de aumentar valor económico, por tanto la acumulación de capital junto con la división de trabajo hace que se produzca con más eficiencia. La división de trabajo conviene a muchos países para realizar intercambios comerciales, así compran bienes que son más difíciles de producir y vender bienes capaces de producir con eficiencia (Gaitan, 1997). Según Ricardo (1817) por más que un país tenga ventaja absoluta en relación a otro, puede especializarse en un producto con más eficiencia en la producción, en cuanto importa la producción menos eficiente. Con eso, los países hacen intercambios en sus ventajas comparativas.

El nuevo contexto del comercio internacional viene desde la mitad de la década de 1970, en el sentido de dar mayor realidad y consistencia entre las naciones; para tomar nuevos conceptos con los cuales están integrando la economía de escala, aprendizaje, cambios tecnológicos, diferenciación de productos, política gubernamental y competencia imperfecta (Oliveira, 2007). En ese sentido, Krugman & Obstfeld (2006) al analizar la teoría del comercio internacional con la economía de escala, dando un panorama con el aumento de la producción, se reduce los costos de bienes producidos con la cual se benefician a los consumidores. Respecto a eso,

Metodología

Fuente de datos

Los datos para la investigación fueron colectados de la base de datos de UNCOMTRADE de las Naciones Unidas, y se identificó al *commodities*, objeto de estudio, por el siguiente código NCM: 0301-grano de soja. Todos los datos colectados están expresados en cantidades (kilogramos) y en valores monetarios (dólares americanos U\$).

Los datos recabados fueron utilizados para aplicar el método de *Constant Market Share CMS* para analizar la competitividad de las exportaciones de soja, donde se tiene a los destinos más representativos para el Paraguay a la Argentina, Uruguay y la Unión Europea y resto del mundo.

El estudio fue dividido por periodo para su mejor análisis del *CMS*, para el primer periodo se tiene desde el 2005 a 2008, para el segundo periodo 2009 a 2011; y el último periodo fue de 2012 a 2014. Esa división se hace por las fluctuaciones constantes de las exportaciones de la soja.

Métodos de *Constant Market Share*

Para llegar al objetivo de este trabajo se optó por utilizar el método *Constant Market Share CMS*, que consiste en descomponer

se formuló la especialización y producción en escala con bajo costo y a la vez diversificando los bienes producidos.

En el nuevo comercio internacional de Krugman & Obstfeld (2006), los países pueden ser competitivos no solamente por la disponibilidad de factores como la materia prima, sino, también se debe considerar las adaptaciones y asimilaciones de los nuevos factores en lo que respecta al capital y trabajo, además las tecnologías pertinentes para sobrellevar situaciones macroeconómicas que influyen en la valoración de capital financiero, que presentan instrumentos y herramientas para el fortalecimientos de flujos financieros para que el país se mantenga competitivo en la economía internacional (Mayorga & Martínez, 2008).

Con eso, para que la economía nacional sea competitiva se debe aumentar la productividad de un país y para llegar a eso se necesita identificar una producción de acuerdo a la característica de una nación para aumentar la eficiencia y consecuentemente la calidad de los productos. A través de ese proceso se mejorará la calidad de vida de los ciudadanos con la competitividad nacional (Porter, 1991).

Kupfer (1992) define la competitividad como la capacidad de una empresa de producir bienes o servicios con la calidad del padrón específico, la cual es demandada por el mercado de destino, eso considerando misma calidad de recursos o inferiores de la industria que actúa en el mismo sector. Considerando la producción de bienes con padrón de alta calidad para ser competitivo se necesita de otro nivel de capacidad, que comienza con el control de calidad, tecnología actualizada, respeto a las normas internacionales, seguridad del alimento, además de la innovación de los productos para poder permanecer en el mercado, como así de una adaptación constante a las circunstancias del mercado.

En ese sentido, la competitividad puede ser afectada por distintos tipos de trabas en el comercio mundial, que van desde restricciones arancelarias y no arancelarias. En ese caso, los aranceles son impuestos aplicados a los bienes importados sean para que el gobierno genere lucro y como también apoyo para comercios nacionales. Dentro de los impuestos arancelarios se tienen dos, que son fijas, las que no varía para todos los bienes y el otro, que es *ad valorem* que son exigidos como porcentaje del valor de bienes importados (Krugman *et al.* 2012).

en cuatro efectos de las exportaciones, de las cuales se tienen el crecimiento mundial, composición de pautas, distribución de los mercados y la competitividad.

Para Leamer & Stern (2006) los factores que contribuyen para que las exportaciones de una nación crezca por debajo de la media mundial son efectos de tres factores, (1) las exportaciones se pueden concentrar en *commodity* en que la demanda está creciendo más lentamente, (2) las exportaciones pueden estar pasando principalmente a regiones más estancadas, y (3) las faltas de voluntad o condiciones del país para competir con los competidores internacionales.

En ese sentido, cuando un país que no llega a mantener su *market share* en el mercado mundial, su competitividad será negativa e indica el aumento de precio del país en cuestión. En ese caso, necesitamos de la siguiente definición:

$$\begin{aligned}
 V'_{..} - V_{..} &= \sum_i \sum_j r_{ij} V_{ij} + \sum_i \sum_j (V'_{ij} - V_{ij} - r_{ij} V_{ij}) \\
 &= rV_{..} + \sum_i (1-r)V_{Li} + \sum_i \sum_j (r_{ij} - r_i) V_{ij} + \sum_i \sum_j (V'_{ij} - V_{ij} - r_{ij} V_{ij})
 \end{aligned}
 \tag{2} \tag{3} \tag{4}$$

La cual permite descomponer la tasa de crecimiento de las exportaciones de los países analizados en cuatro efectos.

Efecto del crecimiento del comercio internacional lo que indica que las exportaciones analizadas crecerán en la misma tasa que el crecimiento del comercio mundial.

Efecto de la composición de pauta donde se presenta cambio en la composición de las exportaciones sobre la concentración de mercadería de mayor o menor. Será obviada este efecto cuando se analiza un solo producto.

Efecto de destino de las exportaciones cuando se presenta cambios en la concentración de las exportaciones para mercados más o menos dinámicos. Será positivo si el país mantiene concentrado en los mercados con mayores dinamismos.

Efecto de la competitividad que es determinado por el efecto residual que se origina en la diferencia entre el crecimiento proporcional mundial y el crecimiento efectivo de las exportaciones de un país.

Resultados y discusión

La exportación de la soja ha tenido un crecimiento de forma constante, tomando como base el periodo de 2002/03 hasta 2013/14 ha crecido en un 56,7% el mercado importador de la oleaginosa. La responsabilidad se le atribuye en mayor grado al país emergente como China que en el periodo de 2002/03 importaba el 34% del total mundial y para el periodo 2013/14 alcanzó el 63%. Esto demuestra el potencial del país asiático y que este crecimiento ha sido aprovechado por los grandes productores como USA, Brasil, Argentina y Paraguay. A consecuencia del aumento de la demanda mundial de la oleaginosa, los países productores han aumentado su participación en el mercado mundial. Los líderes productores son USA, Brasil, Argentina y con un porcentaje menor se encuentra Paraguay.

Eso refleja que el aumento de la demanda de la soja en el mundo hace que los países productores se vean incentivados al aumento de la producción y como consecuencia se tiene la exportación de los excedentes. La soja a pesar de destinarse al consumo humano, también es utilizada para la nutrición animal, hecho que ha generado un aumento acelerado de su consumo por su alto valor nutricional. Según la OCDE (2013) la demanda de este producto seguirá en aumento por la necesidad de la población en consumir carne vacuna, considerando que para formular los balanceados utilizados para la producción bovina el componente más requerido es la soja.

En el año 2012 el Paraguay sufrió una sequía que disminuyó la producción y en consecuencia la exportación de soja, la cual se contrajo en un 38%; no obstante se debe resaltar que las exportaciones del complejo de la soja en el 2011 presentó un 80% de exportación de granos, en 2012 con 85% y en 2013 se tuvo una disminución a causa de la industrialización de la soja y con eso se llegó a exportar 66,6% de grano, y la misma situación se tuvo en el 2014, con una exportación de 62% de grano según la Cámara paraguaya de procesadoras y exportadoras de oleaginosas y cereales (CAPPRO, 2015).

En la Tabla 2 se representa el *market share* de Paraguay en cuanto a las exportaciones del grano de la soja, donde se puede observar que el país ha ido aumentando su participación en este sector del *commodity*, donde comenzó con 3,71% para el primer periodo de 2005 a 2008, a pesar de haber aumentado su exportación se contrajo su cuota, que en el segundo periodo de 2009 a 2011 cayó a 3,26%; no obstante, para el último periodo comprendido entre 2012 a 2014 ha aumentado a 3,91% de participación.

En la Tabla 3 se representa el resultado del CMS, donde se refleja la fuente de crecimiento de Paraguay, se observa para el segundo periodo comprendido entre los años 2009 a 2011 en comparación al primer periodo de 2005 a 2008, que el país aprovechó el crecimiento del mercado mundial, lo cual hizo que aumentara su

Tabla 1: Exportaciones de la soja en grano de los principales países por años (Miles de toneladas)

Exports	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14
United State	28.423	24.128	29.860	25.778	30.386	31.538	34.817	40.852	40.959	37.156	35.846	44.815
Brazil	19.734	19.816	20.136	25.900	23.485	25.364	29.987	28.578	29.951	36.257	41.904	46.829
Argentina	8.714	6.926	9.312	7.262	9.560	13.839	5.590	13.088	9.205	7.368	7.738	7.842
Paraguay	2.806	2.776	2.888	2.600	3.857	4.585	2.234	5.350	5.226	3.574	5.518	4.800
Canada	726	897	1.093	1.310	1.683	1.753	2.017	2.247	2.943	2.933	3.470	3.471
Other	776	1.261	1.250	1.578	1.840	1.695	2.206	2.662	3.418	4.869	6.058	5.178
Total	61.179	55.804	64.539	64.428	70.811	78.774	76.851	92.777	91.702	92.157	100.534	112.935

Fuente: Elaboración propia con datos de USDA (2014)

Tabla 2: Valor promedio de las exportaciones mundiales (países principales y Paraguay) de soja en el periodo de 2005 a 2014.

	2005 a 2008	2009 a 2011	2012 a 2014
Mercado mundial	89.728.786.335	118.347.673.584	163.468.142.597
Paraguay	3.328.839.281	3.860.758.963	6.390.822.631
Market Share (%)	3,71	3,26	3,91

Fuente: Elaborado por el autor a partir de datos de UNCOMTRADE (2015).

Tabla 3: Fuente de crecimiento de las exportaciones Paraguaya de la soja

	2005 a 2008 para 2009 a 2011	2009 a 2011 para 2012 a 2014
Crecimiento del mercado mundial	125,02	370,66
Destino de exportación	122,58	-403,83
Competitividad	-149,6	133,2

Fuente: Elaborado por el autor a partir de datos de UNCOMTRADE (2015)

exportación, siendo el efecto del mercado mundial un 125,02%, además el destino de la exportación fue positivo con un 122,58%. La ocurrencia de ese efecto fue por el aumento en cada destino en mayor proporción, a excepción de un mercado de destino Argentino que tuvo una retracción de 98% de importación mundial, pero fue compensado por otros destinos como Uruguay que ha aumentado 684% y resto del mundo 36% de las importaciones mundiales. Eso ayudó al país a que su destino sea positivo.

A pesar del dinamismo del mercado mundial y el destino de la exportación, el país podía mejorar su exportación, sin embargo fue negativa su competitividad por perder mercado importante como la de Argentina con 79,2% de las exportaciones en disminución, hace que impactara en su competitividad. Como también eso explica lo demostrado en la tabla 2, por la caída de cuota de mercado de Paraguay de 3,71% a 3,26 %, que manteniendo la competitividad, tendría que haber aumentado su cuota de mercado.

Se ha analizado la fuente del crecimiento del periodo del 2012 a 2014 para 2009 a 2011 respectivamente (Tabla 3); donde se observa que el Paraguay sigue aprovechando el crecimiento mundial donde arrojó un resultado positivo con 370,66%, producto del crecimiento de las exportaciones a nivel mundial; sin embargo, el destino fue negativo, consecuencia de la retracción de los destinos principales de Paraguay. No obstante, el país fue competitivo con 133,20%, en la exportación que ha aumentado su *market share*.

En Brasil fue realizado un análisis similar por Rocha y Mendoza (2004) en el periodo 1986-2000 para las exportaciones de grano de la soja, en el cual se destaca que la competitividad y el crecimiento mundial fueron los efectos que han contribuido para aumentar las exportaciones brasileñas y de la misma manera que el Paraguay tuvo un destino negativo, por exportar a países con menor dinamismo o estancado en cuanto a las exportaciones de dicho producto.

En ese sentido, el destino del grano de la soja del Paraguay fueron: Argentina, Uruguay y la UE, que representan para el primer periodo 23,9% del total de las importaciones mundiales, en el segundo periodo 16,2% y para el tercer periodo un 12,2% del total de las importaciones de la soja. A pesar de esto, guarda relación con lo mencionado anteriormente en donde el aumento de la importación de China hace que el dinamismo de las exportaciones cambie de curso; en ese sentido, se tiene que analizar la política comercial con China Popular para que el país pueda expandirse en ese mercado asiático por el hecho que el Paraguay no posee relación diplomática con dicho país. América del sur posee una dependencia directa del crecimiento económico de China, lo cual está sujeta a las exportaciones de

bienes básicos que América del sur lo provee, por esa razón (CEPAL, 2015) menciona que la desaceleración de la economía asiática en los últimos años de 2012 a 2014 hizo que América del sur se contrajera -1,1; -1,7; y -0,2% respectivamente.

A pesar de que el Paraguay no tenga relación directa con China, el país tiene una relación indirecta por depender de las dos grandes economías de la región sudamericana como Brasil y Argentina. El país puede mejorar su nivel de competitividad en el caso de contar con infraestructuras necesarias, además las agroexportadoras no contribuyen satisfactoriamente para auxiliar al Estado en el mejoramiento de las estructuras; la producción de la soja es la que menor aporta al fisco. Para eso, se necesita de una responsabilidad social de parte de los productores para que puedan ayudar al país a ser competitivo de manera integral y sostenible. En ese sentido, las tasas impositivas aplicadas al sector rural son muy bajas, que según Zárate (2011) en un análisis del sistema tributario paraguayo, en específico sobre los impuestos que se aplica al sector rural, que es el Impuesto a la Renta Agropecuaria- IMAGRO, actual Impuesto a la Renta de las Actividades Agropecuaria-IRAGRO, en año 2010 tuvo incidencia de 0,2% del ingreso tributario y el 0,03% del PIB.

Otro de los factores que se tiene en cuenta para la competitividad son los cambios climáticos, que afecta de manera directa a la producción de soja, en la cual Zhang, (2014) menciona que a raíz de los Cambios Climáticos, la producción agrícola sufrirá un efecto negativo en su rendimiento en todo el mundo, lo cual afectará las exportaciones de la misma, y en consecuencia la competitividad agrícola. En ese mismo estudio, se tuvo en cuenta para el sector rural de Paraguay, la falta de infraestructura logística y problema de su mediterraneidad con lo que se le suma como un componente más de costo. Según Muñoz (2012) los costos logísticos para los países mediterráneos son absolutamente exógenos por depender de la burocracia y la situación económica de los países de tránsito.

La tecnología será la clave para aumentar la ventaja comparativa y competitiva en los productos agrícolas, para paliar la dificultad de lo que el país padece, como la sequía, los problemas fitosanitarios, como así también las exigencias de los consumidores, por la necesidad de preservar la naturaleza, también las necesidad de preservar la cultura de la región, como el caso de los indígenas. La competitividad con que cuenta el país, ya se le atribuye a la tecnología y a la buena práctica agrícola, con la introducción de la soja transgénica y la práctica de la siembra directa (Molinas y Silvio, 2009). Además, se puede atribuir al aumento de la seguridad jurídica, nivel macroeconómico estable y un bajo nivel impositivo, factores que propician la inversión en el sector rural paraguayo.

Conclusiones

En este trabajo se constató la importancia del Paraguay en cuanto a proveedor de *commodities* de la soja, ocupando la cuarta posición en la exportación mundial.

Las exportaciones de la soja van creciendo aceleradamente desde la entrada de China al mercado mundial para dicho *commodities*. La soja ha crecido 56,7% desde el 2002/03 hasta 2013/14, debido a la gran participación de China, líder mundial en la importación de la soja, seguido por la UE, México entre otros en cuanto a exportaciones se tienen a USA, Brasil, Argentina y Paraguay. El aumento acelerado del consumo de la soja se debe a que la misma es utilizada en la formulación del balanceado para consumo animal.

Esa demanda aprovechada por el Paraguay para aumentar su *market share*. En el análisis del CMS, el crecimiento del Paraguay es debido al crecimiento mundial y el destino de la misma, no así el destino de la exportación. En cuanto a la competitividad en el segundo periodo en comparación al primer fue negativo, no así en el tercer en comparación al segundo periodo, en caso del destino fue negativo por la retracción de los mercados de la Argentina, UE y Uruguay. No obstante, el crecimiento se daba en la zona asiática, específicamente en China que tiene 63% de total de la importación en el 2013/14.

Bibliografías

1. **BRENES, E.R.; MONTROYA, D.; CIRAVEGNA, L.** (2014) Differentiation strategies in emerging markets: The case of Latin American agribusinesses. *Journal of Business Research*, 23:847-855.
2. **CAPECO. Cámara Paraguaya de Exportadoras y Comercializadoras de Cereales y Oleaginosas** (2014). Estadísticas. Disponible en: <http://www.tera.com.py/capeco/index.php> [Acceso: 02 de diciembre de 2014].
3. **CAPPRO. Cámara paraguaya de procesadoras y exportadoras de oleaginosas y cereales** (2015) Estadísticas. Disponible en: <http://cappro.org.py/estadisticas>. [Acceso: 15 de mayo de 2015].
4. **CEPAL. Comisión Económica para América Latina y el Caribe** (2015) Publicaciones Paraguay. Disponible en: <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/4/50484/EEE-Paraguay.pdf>. [Acceso: 16 de noviembre de 2016].
5. **FAO. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura** (2014) Perspectiva Alimentares. Disponible en: <http://faostat.fao.org>. [Acceso: 13 de octubre de 2014].
6. **GAITÁN, R.T.** (1997) La teoría del comercio internacional de Adam Smith. *Problemas del Desarrollo, Revista UNAM*, 7 (28), 135-152.
7. **JÚNIOR, V.J.W.** (2014) O mercado da soja no Brasil e na Argentina: semelhanças, diferenças e interconexões. *Século XXI-Revista de Ciências Sociais* [en línea], 4 (1), 114-161. Disponible en: DOI: <http://dx.doi.org/10.5902/2236672515647> [Acceso: 20 de julio de 2016].
8. **KRUGMAN, P.; OBSTFELD, M.; MELITZ M. J.** (2012) *Economía internacional: Teoría y política*. 9ª ed. Madrid. Pearson Education. 768 p.
9. **KRUGMAN, P. y OBSTFELD, M.** (2006) *Economía internacional: Teoría y política*. 7ª ed. Madrid. Pearson Education. 768 p.
10. **KUPFER, D.** (1992) "Padrões de concorrência e competitividade". 20º Encontro Nacional da ANPEC. Campos de Jordão, SP, 20: 10.
11. **LEAMER, E.E. y STERN, R.M.** (2006) *Quantitative International Economics*. Transaction Publishers. 32p.
12. **MAYORGA, S.J.Z. y MARTÍNEZ, A.C.L.** (2008) El nuevo comercio internacional. *Criterio Libre*, 6 (8), 73-86.
13. **MOLINAS, A.S. y SILVIO, A.** (2009) Importancia, potencialidades y desafíos del Sector Agro-Rural. Asunción-Paraguay. Disponible en: <http://www.ugp.org.py>. [Acceso: 10 de diciembre de 2014].
14. **MUÑOZ, J.C.** (2012) El transporte por la Hidrovía Paraguay-Paraná. *Boletín de la Bolsa de Comercio de Rosario, Revista Institucional*, 1515:28-32.
15. **OLIVEIRA, I.T.M.** (2007) *Livre Comércio versus Protecionismo: uma análise das principais teorias do comércio internacional*. Disponible en: <http://www.urutagua.uem.br/011/11oliveira.htm> [Acceso: 12 de enero del 2015]
16. **OCDE. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico** (2013) *Perspectivas Agrícolas 2023-2024*. OECD Publishing. Disponible en: http://dx.doi.org/10.1787/agr_outlook-2013-e [Acceso: 01 de noviembre del 2014].
17. **PORTER, M.** (1991) La ventaja competitiva de las naciones: Con comentario de José Luis Machinea. *Harvard Business America Latina (Reimpresión R0711L-E-2007)*. Buenos Aires: Vergara, 270 p.
18. **RICARDO, D.** (1817) *Princípios da economia e tributação: Traduzido por Paulo Henrique Ribeiro Sandroni*. Ed. Nova Cultural Ltda. São Paulo – SP. Do livro original: *On the Principles of Political Economy and Taxation*.
19. **ROCHA, L.E.deV. y MENDONÇA, T.G.** (2004) Desempenho das exportações de soja em grão: uma análise de constant-market-share. *Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural. SOBER*. Disponible en: <http://www.sober.org.br/palestra/12/03O182.pdf>. [Acceso: 12 de octubre de 2014].
20. **SMITH, Adam. Riqueza de las naciones** (1776). Madrid: Alianza, 1994, vol. 37, p. 67-72.
21. **TERSOO, P.** (2014) Agribusiness as a veritable tool for rural development in Nigeria. *International Letters of Social and Humanistic Sciences* [en línea], 3, 26-36. Disponible en: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=168567> [Acceso: 16 de Diciembre del 2015].
22. **USDA. United States Department of Agriculture** (2014) *World Markets and Trade*. Disponible en: <http://www.fas.usda.gov/data/livestock-and-poultry-world-markets-and-trade>. [Acceso: 01 de diciembre de 2014].
23. **UNCOMTRADE. United Nations Statistics Division** (2015) Database. Disponible en: <http://comtrade.un.org/> [Acceso: 05 de enero de 2015].
24. **ZÁRATE, A.** (2011) Análisis del sistema tributario Paraguayo. *Observatorio Fiscal y CADEP (Centro de Análisis y Difusión de la Economía Paraguaya) IMAGRO*, v. 2. 24 p.
25. **ZHANG, Y.** (2014) Modeling climate change impacts on the US agricultural exports. *Journal of Integrative Agriculture*, 13 (4):666-676