

ESTUDIO DE MERCADO DE PAÑALES DESECHABLES PARA NIÑOS EN BOLIVIA

2016



AUTORIDAD DE FISCALIZACIÓN DE EMPRESAS

CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN.....	2
2	CARACTERIZACIÓN.....	3
2.1	Proceso de fabricación	3
2.2	Usos y tipos de pañales.....	5
2.3	Contexto internacional	6
2.3.1	Exportación e importación de pañales desechables en el mundo	6
2.3.2	Consumo	7
2.4	Importancia del sector en el contexto nacional	9
3	OFERTA.....	10
3.1	Tamaño y capacidad	10
3.2	Empaques	11
3.3	Presentaciones.....	11
3.4	Empresas participantes	11
3.5	Ingresos generados por la importación de pañales.....	12
3.6	Importaciones	14
3.7	Barreras de entrada.....	15
4	DEMANDA.....	15
4.1	Consumo de pañales en Bolivia.....	15
4.2	Demanda efectiva.....	16
4.3	Demanda potencial de pañales para niños	19
5	PRECIOS	20
5.1	Precio de pañales para recién nacido (RN)	21
5.2	Precio de pañales para niños talla pequeño (P).....	21
5.3	Precio de pañales para niños talla mediano (M)	22
5.4	Precio de pañales para niños talla Grande (G)	22
5.5	Precio de pañales para niños talla Extra Grande (XG).....	23
5.6	Precio de pañales para niños talla Extra Extra Grande (XXG)	24
6	CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE PAÑALES	24
7	CONCLUSIONES	25

1 INTRODUCCIÓN

El uso del pañal, prenda que apoya en la salud, comodidad y limpieza de los niños y adultos, apareció en la década de los 40 en Suecia, donde idearon los primeros pañales desechables¹. Este producto en esas épocas se constituía en un artículo de lujo y costoso². En los años posteriores la calidad de este producto mejoró, desarrollando mejoras en sus materiales. En los años 70 la competencia a nivel mundial enfrentó a una fuerte dinámica, aspecto que impactó en la baja en los precios, principalmente por el desarrollo de la tecnología e innovación en el diseño de los pañales.

Actualmente existe una diversidad de pañales para niños y adultos, que son utilizados según la edad, tamaño y peso de los niños y personas mayores que los requieren. Los mismos son más atractivos según las características que añaden a este producto, perfeccionando cada vez más la comodidad que brinda a los usuarios.

En tal sentido, es mucho más práctico el consumo de pañales prefabricados o desechables, respecto a los de franela, por la comodidad y facilidad que presentan. Por lo que se convirtió en una prenda de frecuente uso principalmente por los niños recién nacidos hasta los cuatro años.

Adicionalmente, este producto no solo mejoró el diseño para niños sino también alcanzó el desarrollo para el uso en adultos mayores que requieren de su uso³, por lo que, este mercado es estratificado también para el segmento de la población adulto mayor.

El objetivo del estudio de mercado está concentrado en analizar la estructura y la dinámica competitiva del sector de importación, distribución y comercialización de pañales desechables para niños en Bolivia.

El análisis se ha dividido en cinco numerales. El primero, dirigido a caracterizar el proceso productivo de fabricación de pañales, y una contextualización a nivel internacional. El segundo, identifica y analiza la estructura de mercado en relación a la oferta. El tercero, define la demanda de pañales para niños. El cuarto, analiza el comportamiento de los precios, tomando en cuenta sus principales determinantes y su evolución en el tiempo. Finalmente, el quinto, identifica los canales de comercialización y distribución.

Posteriormente, se presentan las conclusiones e implicaciones de política en materia de competencia resultantes del estudio, así como las recomendaciones correspondientes.

¹ Ver página web: www.bebesymas.com/otros/la-historia-del-panal.

² Bebes y más - Historia del pañal ver página web: <http://www.bebesymas.com/otros/la-historia-del-panal> y <http://www.reproduccionasistida.org/historia-de-los-panales-desechables/>

³ Prostate Cancer Foundation - Tratamiento de cáncer de próstata. Ver página web: http://www.pcf.org/site/c.leJRIRORepH/b.8586105/k.FD56/Disfunci243n_urinaria.htm.

2 CARACTERIZACIÓN

A continuación, se describe el proceso de producción de pañales desechables, así como de las condiciones de mercado, productos, concluyendo el análisis en la descripción de la evolución de sus principales variables.

2.1 Proceso de fabricación

El proceso de fabricación de este producto (Gráfico N° 1) se inicia con el ingreso de la *pulpa o celulosa* (material obtenido de la corteza de los árboles), en forma de cilindro, muy parecido a los rollos de papeles higiénicos. Este material previo a todo el proceso de fabricación es humedecido hasta un 10% mediante un pulverizador que arroja agua, evitando que la fibra llegue a dispersarse mejorando la integridad del núcleo absorbente.

Luego pasa al proceso de desfibrado, que es la parte de producción donde la celulosa es arrastrada por los rodillos para ingresar a un molino, para posteriormente reemplazar el grado de humedad con agua clorada, quedando nuevamente consistente la pulpa o celulosa de forma homogénea, fruto de este proceso se obtiene un material con mayor espesor y mucho más compacta.

Una vez desfibrado pasa a la cámara de formación del núcleo del pañal que recoge mediante los rodillos las fibras provenientes del molino mezclándolas con Polímero Súper Absorbente (micro-globitos absorbentes) que son los encargados de absorber y retener todos los líquidos, obteniendo nuevas capas absorbentes. En este proceso existe una combinación y mezcla de los residuos desfibrados y el polímero absorbente.

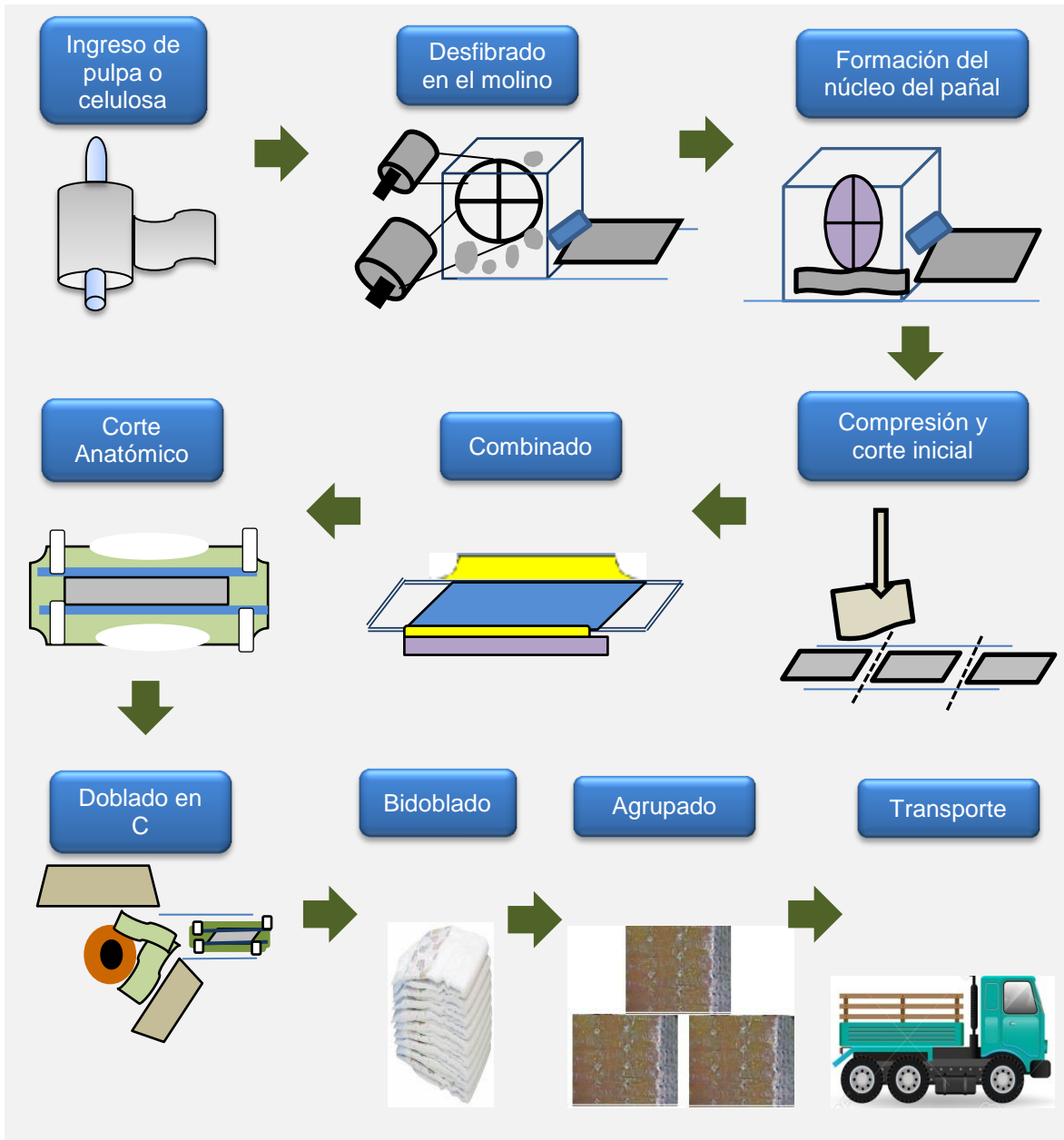
El siguiente paso consiste en trasladar el núcleo por medio de un tambor, extrayendo el aire evitando su deterioro, y se pega un papel al núcleo con adhesivo especial. Una vez realizado el anterior proceso se procede a la compresión del núcleo en la que se distribuye este material de manera homogénea y adecuada, para que después el núcleo sea dividido de forma individual para que sean distribuidas a cada uno de los pañales, proceso que se realiza mediante una cuchilla, dándole forma a la parte central del pañal.

En la parte del combinado se colocan los restantes materiales del pañal como ser: cubierta exterior, tela fobica, frontal, banda elástica, pulpa con polímero súper absorbente, tapa y licra de barreras. En el proceso de corte la cuchilla giratoria que realiza el corte anatómico del pañal determina las dimensiones y el ajuste de las piernas del usuario. Después se realiza un primer doblado para compactar proteger el producto de alguna contaminación que dañe al pañal.

Para el corte final se define la presentación definitiva del producto, al salir de esta etapa productiva ya están listos para el doblado final y su agrupado o empaque. Esta operación se realiza con el fin de obtener un correcto almacenamiento y doblado de los pañales por la mitad con la finalidad de proteger el área de la pulpa ante contacto o daño.

Los pañales entran en una máquina que los compacta y agrupan con la finalidad embolsarlos, en este proceso se realiza un control de calidad previo, para luego proceder al sellado y empaquetado en fundones. Una vez finalizado el proceso, los productos son almacenados según tipo y tamaño de pañal para ser distribuidos y vendidos.

Gráfico N° 1
Proceso de fabricación de pañal



Fuente: AEMP en base a información remitida por empresas importadoras de pañales.

Entre los principales materiales utilizados para la producción de pañales desechables se tienen:

- Cubierta exterior.- Que es la parte exterior del pañal de polietileno material que evitar que los líquidos salgan hacia afuera del pañal.

- Tisú.- Es el papel denominado “Tisú” que es usado como apoyo en el proceso de producción, y que permite mover los líquidos dentro del pañal.
- Pulpa.- Es la parte central del pañal y es usada en la construcción del pad o cuerpo absorbente. Le da la compactación y la potencia de absorción del pañal. El material empleado para fabricar este insumo es principalmente la madera de pino, por lo que se le considera un material biodegradable.
- El fenómeno de absorción se denomina capilaridad⁴ el cual se da entre las fibras, los espacios vacíos y el ángulo de tensión superficial con respecto al agua.
- Polímero súper absorbente (SAP) o poliacrilato de sodio: Este material ayuda a en la retención y capacidad de absorción de un pañal congelando y absorbiendo 800 veces su propia masa⁵, lo cual permite que los pañales sean delgados.
- Pegamentos o pega: Este material es usado para unir o pegar los insumos del pañal, como ser la Pulpa, SAP y Tisú y laterales elásticos.
- Tela no-tejida hidrofílica o tela filica: Es la parte del pañal que está en contacto con la piel del usuario, material permite que los líquidos puedan pasar para ser absorbidos por la pulpa.
- Elásticos o licras: Son utilizados para lograr un mejor ajuste del pañal, este material es fabricado de espuma de poliuretano, de hules sintéticos y de licra.
- Tapa Frontal: es utilizado para permitir múltiples re-aplicaciones de las cintas laterales sobre el pañal sin que exista la posibilidad de que se desgarre la película plástica.

2.2 Usos y tipos de pañales

El pañal es una prenda que brinda higiene y limpieza, principalmente utilizada por niños en edades entre los 0 a 4 años. Entre los diferentes tipos de pañales se pueden identificar los siguientes:

- **Pañal de franela o tela.-** Que sencillamente es una tela, un retazo de franela o de algodón que es doblada para que la persona que la usa no derrame líquidos en el trajín de las actividades, una vez manchado tiene que ser lavado para darle un nuevo uso.
- **Pañal desechable.-** Es un pañal pre fabricado y de fácil uso, su finalidad principal es la absorción de líquidos mediante la fibra y recubierta de polietileno, una vez manchado puede ser desechado.

⁴ Diccionario agrícola - Veeam Backup Free Edition - Fenómeno por el que la superficie de un líquido en contacto con un sólido se eleva o deprime según el líquido moje o no al sólido.

⁵ Ibídem (6).

- **Pañal ecológico.**- A raíz de la no degradación rápida de los pañales desechables se inventaron los pañales ecológicos que son fabricados con materiales naturales y reciclables, por lo que este pañal colabora con el cuidado del medio ambiente.
- **Pañales lavables o reutilizables**⁶.- Este producto es una mezcla de tela lavable por fuera con un interior de plástico y una parte desechable que se monta en el interior del calzón, este producto es fácilmente degradable y solo requiere cambios de la parte central del mismo para ser reutilizado.

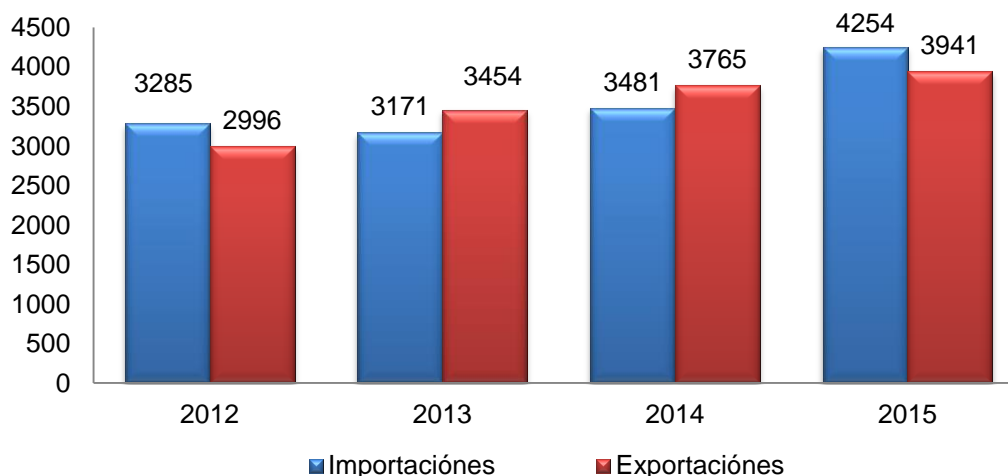
2.3 Contexto internacional

2.3.1 Exportación e importación de pañales desechables en el mundo

El mercado mundial de los pañales para niños se divide territorialmente en América del Norte, América Latina, Asia Pacífico y EMEA (Europa, Oriente Medio y África)⁷. Éste sector debe su reciente crecimiento al aumento de las tasas de natalidad, el crecimiento de la renta media disponible, el nivel de urbanización, junto con la creciente conciencia perteneciente a la asistencia sanitaria mundial. Todas estas tendencias demográficas están impulsando el crecimiento en el consumo de pañales desechables en todas las regiones geográficas.

El siguiente gráfico muestra la evolución de las exportaciones de pañales a nivel mundial, constatándose que existe un crecimiento continuo en su volumen que va de 2.996 mil toneladas, el año 2012, a 3.941 mil toneladas, el año 2015, con un crecimiento acumulado del 31,5%.

Gráfico N° 2
Exportaciones e importaciones de pañales en el mundo en miles de toneladas
Periodo: 2012-2015



Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

⁶ Bebes y más en web <http://www.bebesymas.com/compras-para-bebes-y-ninos/marcas-de-panales-lavables-o-reutilizables>.

⁷ Baby Diapers Market - Global Industry Analysis, Size, Share, Growth and Forecast 2011 – 2017.

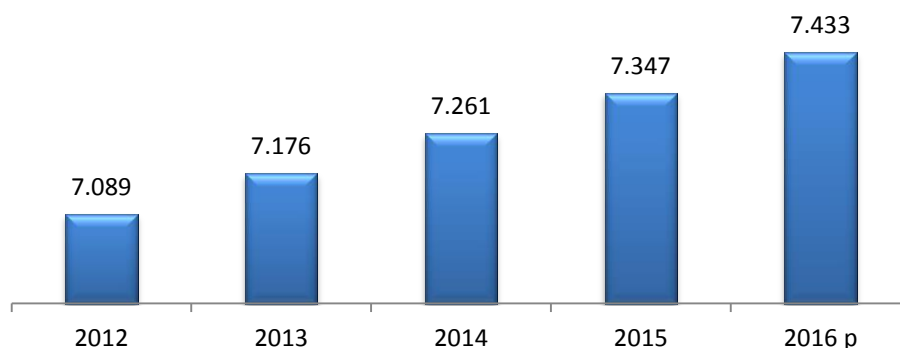
El primer país exportador a nivel mundial de pañales es China, debido a que la región de Asia Pacífico, cuenta con las mayores tasas de crecimiento. China cuenta con el 10,8% de las exportaciones, seguido de Alemania 9%, Polonia 7,2% y Turquía 6,3%, entre los más importantes⁸.

Por otra parte las importaciones mundiales llegaron a 3.284 mil toneladas el año 2012 y en el año 2015 a 4.253 mil toneladas, reflejando un crecimiento acumulado de 29,5%. Analizando estos datos se reporta que Alemania es el primer país importador de pañales⁹, teniendo el 5,4% de las importaciones totales en el mundo, seguida del Reino Unido con 5,2 %, Emiratos Árabes de América con 5,2% y China con el 5,1% del total de las importaciones.

2.3.2 Consumo

La población mundial, en la gestión 2012, llegó a 7.089,5 millones y el 2016 a 7.432,7 millones de habitantes presentando una tasa de crecimiento entre estos periodos de 4,8%.

Gráfico N° 3
Evolución de la población mundial, en miles de millones de habitantes
Periodo: 2012-2016(p)



(p): preliminar.
Fuente: Banco Mundial.

Del total de la población mundial, cerca de un cuarto (26,1%) de la población mundial está debajo de los 15 años de edad, 61,4% son de edad entre 15 a 59 años, y tan solo el 12,5% tienen arriba de 60 años.

Los niños lactantes a nivel mundial comprendidos entre los 0 y 4 años¹⁰, que se encuentran en edad de uso de pañal representan aproximadamente el 4,6% (3.381 millones) del total de la población, reflejando una demanda relevante en cantidad a nivel mundial.

⁸ En función al análisis de datos basados en estadísticas de UN COMTRADE.

⁹ Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

¹⁰ INICARE (2014) http://sp.chinaunicare.com/news_detail/newsId=37.html.

Cuadro N° 1
Población mundial proyectada de 0 - 4 años, en millones de habitantes
Periodo: 2016

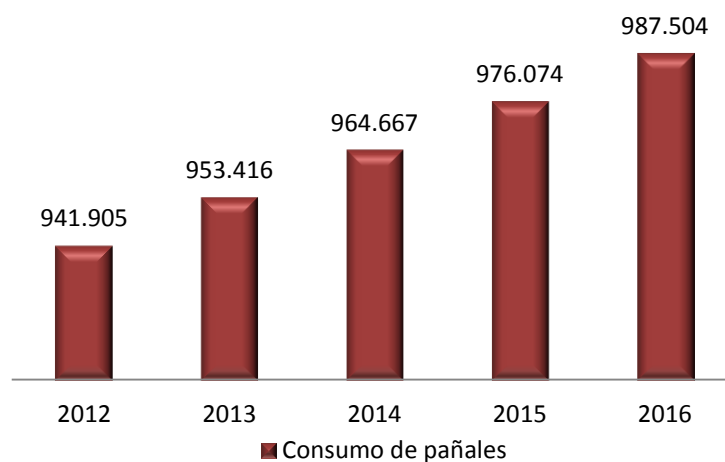
Población mundial	Total	Mujeres	Hombres
Población entre los 0 a 4 años	3.381	1.635	1.746

Fuente: United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. World Population Prospects: The 2015 Revision. (Medium variant). Ver en página web: <https://populationpyramid.net/es/mundo/2016/>.

Al respecto, estimando el consumo de pañales a nivel mundial para niños se estratifica a la población en edad de uso de pañal a nivel general entre los 0 hasta los 4 años, asumiendo que cada uno de los lactantes usa por lo menos en promedio 4 pañales desechables cada día¹¹, multiplicado por un año (365 días), se obtiene un aproximado del consumo mundial de pañales desechables por año.

Resultado de este análisis, se puede apreciar que en el mundo se estima que para el año 2016 se necesitarán alrededor de 987.504 millones de pañales en contraste al año 2012 que solo llegaría a los 941.905 millones, reflejando cifras importantes de consumo de este bien en todo el mundo. Por lo que se tiene un mercado de pañales desechables a nivel mundial dinámico, apoyado en la innovación de productos¹², representado el segmento de pañales desechables con una participación del 66%¹³ respecto a otros productos similares.

Gráfico N° 4
Consumo de pañales para niños a nivel mundial en millones de unidades
Periodo: 2012-2016



Fuente: Banco Mundial Elaboración en función a población mundial.

¹¹ INICARE (2014) http://sp.chinaunicare.com/news_detail/newsId=37.html.

¹² Baby Diapers Market - Global Industry Analysis, Size, Share, Growth and Forecast 2011 – 2017.

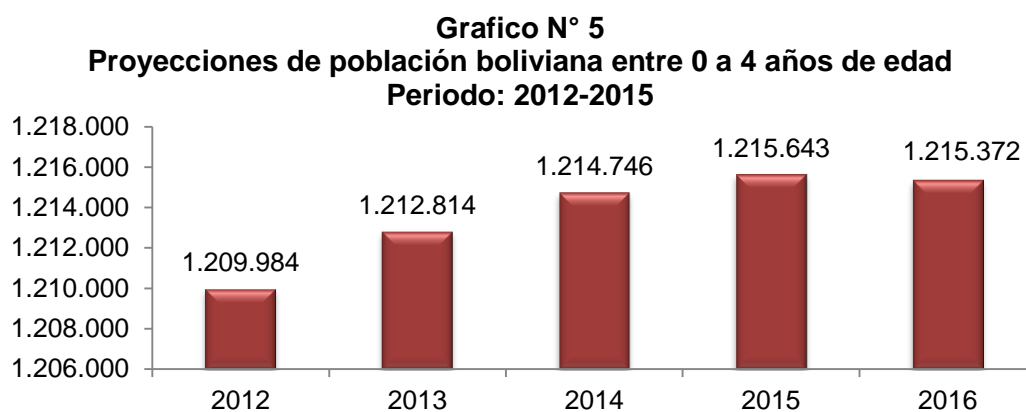
¹³ <http://www.transparencymarketresearch.com/pressrelease/baby-diapers-market.htm>.

A tal efecto las multinacionales o productoras de pañales como Procter & Gamble, Unicharm, Kimberly Clark, SCA Hygiene Products, Hengan, y Kao Corporation son las principales empresas que operan en la industria de los pañales para bebés en todo el mundo. De estas, Procter & Gamble y Kimberly Clark son quienes lideran el mercado global de pañales para bebés gracias a sus líneas de productos de amplio alcance¹⁴.

2.4 Importancia del sector en el contexto nacional

A nivel nacional, el uso de pañales se constituye en un bien de consumo cada vez más necesario, por la comodidad y limpieza que proporcionan a los niños. En tal sentido, los factores que impulsan el consumo de este producto son el incremento de la renta media disponible, el fenómeno de la urbanización, sumado a cambios culturales, sociales, económicos y mejoras en la calidad de vida, contribuyen a la demanda por pañales desechables.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) se observa que la población boliviana comprendida entre los 0 a 4 años fue incrementándose, presentando una tasa de crecimiento de 0,4% entre el 2012 y 2016.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Sin embargo el análisis de la población por edades según Cuadro N° 2 reflejan que si bien la población conjuntan entre 0 a 4 años crece lentamente, se tienen tasas negativas en la población de 0 años, recién nacidos.

Cuadro N° 2
Proyecciones de población entre 0 a 4 años de edad
Periodo: 2012-2020

Edad	2012	2013	2014	2015	2016
0	244.720	244.638	244.501	244.188	243.720
1	243.078	243.066	243.182	243.216	243.060
2	241.769	242.654	242.699	242.878	242.949
3	240.686	241.660	242.581	242.647	242.849
4	239.731	240.796	241.783	242.714	242.794

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

¹⁴ Baby Diapers Market - Global Industry Analysis, Size, Share, Growth and Forecast 2011 – 2017.

La caída de las tasa de crecimiento de la población de cero años se atribuye al progreso de la aplicación de nuevas técnicas anticonceptivas fácilmente accesible, por otra parte, la disminución del número de niños deseados, se da a consecuencia de los cambios económicos culturales y sociales.

Sin embargo, el decrecimiento de población en este segmento, no frenó la creciente demanda por pañales desechables especialmente para niños, ya que si bien no existió un representativo crecimiento poblacional, el incremento de ingresos generó en los periodos analizados un impacto favorable, reflejando un mayor gasto de consumo de los hogares a nivel general. Se pueda apreciar en el Cuadro N° 3, que el Gasto en Consumo de los hogares se incrementó en 42% entre el 2012 a 2013 por lo que se puede inferir que se adquiere mayor número de pañales por niño, destinando mayor gasto de los hogares en la adquisición de este producto.

Cuadro N° 3
Producto Interno Bruto a Precios Corrientes, en miles de bolivianos
Periodo: 2012-2015

Descripción	2012	2013	2014(p)	2015(p)
PIB a precios de mercado	187.153.878	211.856.032	228.003.659	228.014.119
Gasto de Consumo de Hogares	111.363.573	127.509.170	143.499.689	158.078.737

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.
(p) Dato Preliminar.

3 OFERTA

La oferta de pañales desechables, se caracteriza por tener una diferenciación que permite a los usuarios disponer de distintas variedades según la necesidad y economía. La diversidad de estos productos principalmente se caracteriza por su tamaño, presentaciones y su utilidad.

3.1 Tamaño y capacidad

Los pañales se clasifican por su tamaño y capacidad, en razón al diseño anatómico, que busca el ajuste de mejor forma del usuario, la edad, tamaño y peso.

Cuadro N° 4
Tipos de presentaciones de pañales desechables según tamaño y capacidad

Presentaciones	Tamaño	Capacidad
Recién nacido	RN	Desde 2 a 3 Kg
Pequeño	P	Desde 3 a 6 Kg
Mediano	M	desde 5 a 10 Kg
Grande	G	Desde 9 a 13 Kg
Extra Grande	XG	Desde 11 a 16 KG
Extra extra grande	XXG	Más de 15 Kg

Fuente: AEMP en base a información remitida por empresas importadoras de pañales.

3.2 Empaques

Una de las diferencias entre empresas oferentes, se encuentra en la cantidad de empaques que se presentan en el mercado, dado que el precio estará en función de la capacidad del empaque y la cantidad de unidades que tenga cada uno de ellos:

Cuadro N° 5
Cantidad de empaques de pañales para niños

Capacidad de Empaque	
20 Unidades	48 Unidades
24 Unidades	64 Unidades
28 Unidades	50 Unidades
34 Unidades	52 Unidades
36 Unidades	56 Unidades
44 Unidades	72 Unidades

Fuente: AEMP en base a información remitida por empresas importadoras de pañales.

3.3 Presentaciones

En este mercado, las presentaciones así como la innovación en la forma que tienen los pañales fue evolucionando, por lo que se desarrollaron nuevos diseños, los cuales cubren diferentes mercados, como es el caso de los pañales según sexo o los pañales en forma de interiores, estos últimos para que los niños dejen paulatinamente el uso de los pañales.

Todas estas características, incentivan a los consumidores a adquirir un número mayor de pañales en razón de que todas las variedades se pueden fácilmente acomodar a los diferentes estratos sociales y economías de las familias.

3.4 Empresas participantes

Caracterizando el mercado de pañales en Bolivia, se establece a los agentes económicos participantes, en función de la participación, niveles de concentración y las barreras de entrada. Las principales empresas dedicadas a la importación y comercialización de pañales desechables en Bolivia son:

- AIDISA BOLIVIA S.A
- KIMBERLY CLARK BOLIVIA S.A. (KIMBERLY).
- PROESA S.A. (PROESA).
- COMPANEX BOLIVIA S.A. (COMPANEX).
- PRODUCTOS SANCELA DEL PERÚ S.A.
- ASTRIX S.A.

Estas empresas son las más representativas del sub sector de los pañales, las cuales representan en conjunto el 90% de los ingresos totales del mercado de pañales, Estas empresas se constituyen en importadoras y comercializadoras de pañales debido a que aún no se registra en Bolivia empresa que fabrique estos productos.

3.5 Ingresos generados por la importación de pañales

De acuerdo a la información proporcionada por las empresas importadoras y comercializadoras de pañales desechables, se determinó las participaciones de mercado de cada una de ellas, en función a los ingresos por venta, durante el periodo 2012 - 2016, teniendo el siguiente detalle:

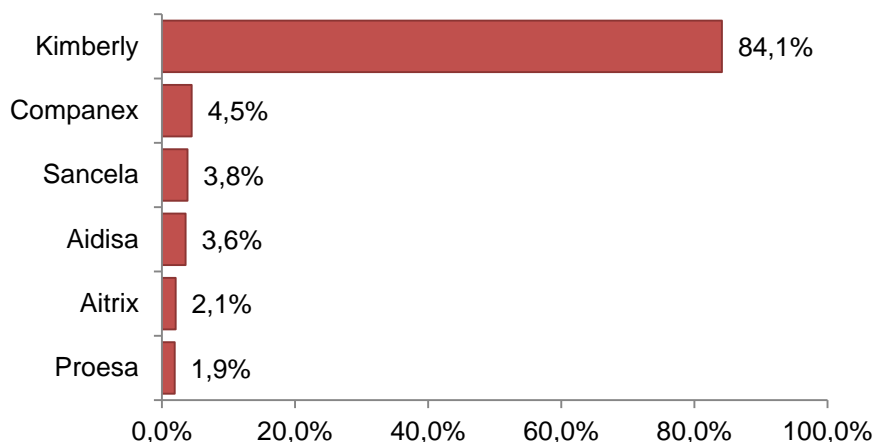
Cuadro N° 6
Evolución de participaciones de mercado de los ingresos por venta de pañales desechables, Bolivia
Periodo: enero 2010 a junio 2016

Gestiones	Aidisa	Astrix	Companex	Kimberly	Proesa	Sancela
2012	6.0%	2.0%	7.4%	75.8%	8.8%	
2013	4.4%	3.7%	8.4%	77.7%	5.8%	
2014	3.4%	5.4%	9.4%	73.3%	3.9%	4.7%
2015	3.9%	3.6%	5.8%	79.2%	2.8%	4.8%
2016	3.6%	2.1%	4.5%	84.1%	1.9%	3.8%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de importadoras de pañales.

La evolución de las participaciones de mercado durante el periodo comprendido entre enero de 2012 a junio de 2016 fue bastante variable, presentando tendencias decrecientes. Al respecto, AIDISA redujo su participación de 6,0% a 3,6%, ASTRIX tuvo una participación de 2,1%, en tanto que COMPANEX redujo su participación de 7,4% a 4,5% al igual que PROESA que el 2016 presenta el 1,9% en comparación con el 8,8% del año 2012. La empresa KIMBERLY fue la única empresa que incremento su participación de 75,8% a 84,1%.

Gráfico N° 6
Participaciones de mercado según ingresos por venta de papel higiénico
Periodo: 2016



Fuente: AEMP en base a datos papeleras y Aduana Nacional.

Por lo que se observa que KIMBERLY es la empresa que ostenta la mayor participación por ingresos por venta de pañales desechables con un 84,1%, en el primer semestre del 2016 seguido por COMPANEX con un 4.5%, de participación.

Por otro lado las participaciones de las restantes empresas importadoras y comercializadoras de pañales que realizan conjuntamente esta actividad económica en este mercado son marginales individualmente.

La doctrina de defensa de la competencia, establece que las cuotas de mercado son utilizadas generalmente como una aproximación del poder de mercado¹⁵ de una empresa¹⁶. Por el análisis de la participación de mercados, KIMBERLY es la empresa que ostenta la mayor participación de mercado respecto al resto de sus competidoras, pudiendo esta empresa disponer de poder de mercado.

Por otra parte, el índice Hirschmann - Herfindahl (HHI por sus siglas en inglés) es utilizado ampliamente para establecer el grado de concentración de un mercado, permitiendo observar un rango entre valores próximos a cero que representan la competencia perfecta y el máximo valor de 10.000 para el monopolio puro¹⁷.

El índice HHI, se calcula como la sumatoria de los cuadrados de las participaciones de mercado de todos los participantes importadores de pañales desechables:

$$HHI = (3,6)^2 + (2,1)^2 + (4,5)^2 + (84,1)^2 + (1,9)^2 + (3,8)^2 = 7.136$$

Cuadro N° 7
Índice Herfindahl–Hirschmann (HHI)

2016	AIDISA	AITRIX	COMPANEX	KIMBERLY	PROESA	SANCELA	TOTAL
%	3.6%	2.1%	4.5%	84.1%	1.9%	3.8%	100.0%
HHI	12.8	4.3	20.1	7,080.4	3.6	14.7	7,135.8

Fuente: AEMP en base a datos empresas importadoras de pañales y Aduana Nacional.

En ese sentido, el hecho de que el mercado de importación y comercialización de pañales desechables en Bolivia presente un índice HHI de 7.136, permite establecer que este mercado se encuentra altamente concentrado, y por consiguiente, presenta un mayor riesgo de que se genere algún tipo de conducta anticompetitiva.

¹⁵ Capacidad de incrementar precios de manera independiente.

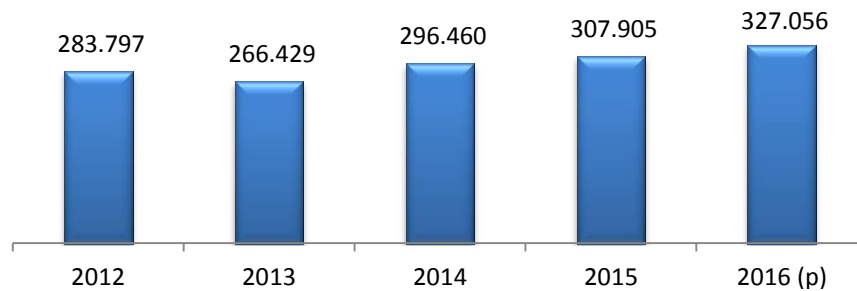
¹⁶ Recent Developments in Antitrust Theory and Evidence, Market Definition with Differentiated Products, R. Brenkers & F. Verboven, p. 153.

¹⁷ De acuerdo al Reglamento para la Graduación de Infracciones y Aplicación de Sanciones en el Marco del Decreto Supremo N° 29519 y su Reglamento, los mercados pueden ser catalogados como desconcentrados (HHI<1000), moderadamente concentrados (1000≤HHI≤2000) o altamente concentrados (HHI > 2000). Aprobado mediante Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°071/2014 de fecha 17/07/2014.

3.6 Importaciones

El siguiente gráfico, muestra los volúmenes totales de importación del resto del mundo a Bolivia en miles de unidades en el periodo 2012-2016, con una creciente entre la gestión 2013 a 2016. En promedio las importaciones en el periodo 2012-2016, fueron de 290.000 miles de unidades.

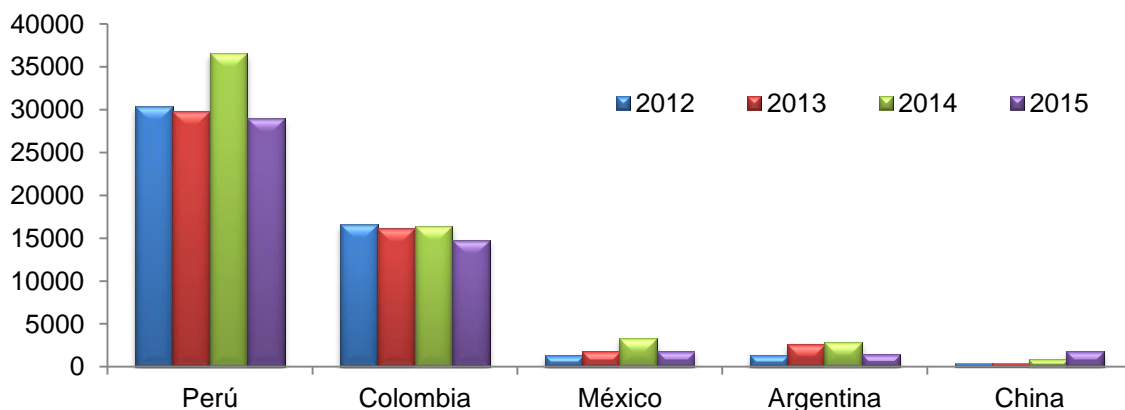
Gráfico N° 7
Importación de pañales en miles de unidades
Periodo: ene2012- jun2016



Fuente: AEMP en base a datos empresas importadoras de Pañal y Aduana Nacional.

Las importaciones realizadas a Bolivia, en el periodo 2012-2015, son del Perú, que se convierte en el primer proveedor de pañales, con una participación del 53,36%, el año 2015, seguido de Colombia con un 27,13, México con 3,38%, Argentina y China con porcentajes menores a 2%¹⁸.

Gráfico N° 8
Principales países que Exportan pañales a Bolivia, en miles de dólares
Periodo: ene2012- jun2016



Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

¹⁸ Basados en estadísticas de UN COMTRADE.

Del total de las importaciones desde Perú, los pañales para bebés representan el 5%; por lo que se constituye en el tercer producto de mayor importación, siendo los dos primeros el Diesel y las Barras de hierro o acero sin alinear¹⁹.

3.7 Barreras de entrada

Entre las principales barreras de entrada que se registran en este mercado para los competidores potenciales se tiene los siguientes:

- Economías de escala.- Constituyen una barrera de entrada alta debido a que en función a la cantidad de productos que se importen se reducirá el costo que conlleva la realización de transporte, aduana y otros trámites formales de importación.
- El capital de inversión.- Dependiendo del capital de inversión así como los contactos con las empresas productoras en cuanto a la adquisición de pañales representan barreras intermedias de ingreso.
- Márgenes.- Para los importadores y distribuidores o comercializadores de pañales es una barrera de entrada el establecimiento de márgenes de ganancias determinadas por los productores a la actividad de intermediación de este producto.

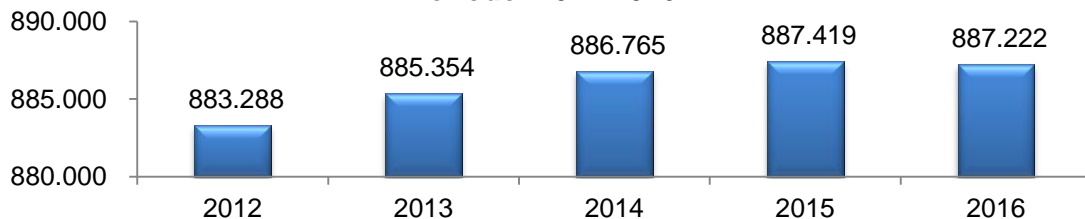
4 DEMANDA

La demanda en este mercado analiza la venta de pañales para niño, revelando la necesidad para el consumo de este producto y su disponibilidad en el mercado Boliviano.

4.1 Consumo de pañales en Bolivia

Respecto el volumen de venta de pañales desechables en Bolivia, no se tiene una cuantificación desarrollada para este sector, por lo que mediante la estratificación de la población en edad de consumo²⁰, se realizó la estimación de consumo de pañales desechables para niños en Bolivia, a partir de la población entre las edades de 0 a 4²¹ años.

Grafico N° 9
Estimación de consumo de pañales de la población de 0 a 4 años de edad en Bolivia, expresada en miles de unidades
Periodo: 2012-2016



Fuente: AEMP en base al INE (población entre 0 a 4 años).

¹⁹ Ibidem (20).

²⁰ La metodología es similar a la desarrollada para el cálculo de consumo de pañales de la población mundial.

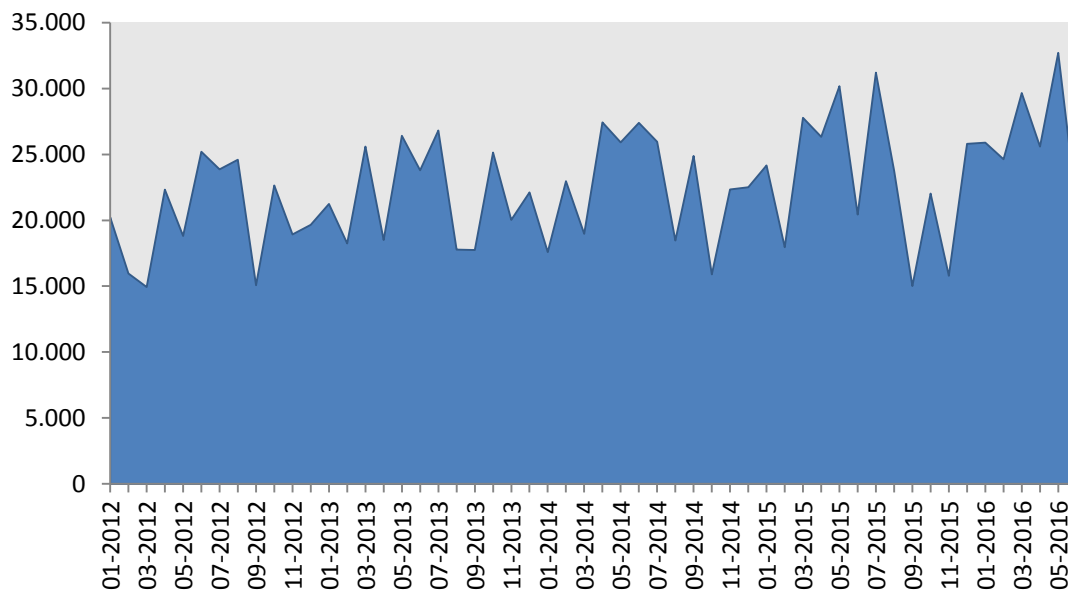
²¹ Pro-ecuador – Estudio de pañales desechables para bebes para Venezuela (2012)

Estimado el consumo de pañales desechables para niños, en el supuesto que se consuma mínimamente 2 unidades al día y ponderada por el consumo en un año se estima una cantidad de 887.222 miles de unidades en la gestión 2016.

4.2 Demanda efectiva

La información reportada por las empresas importadoras y comercializadoras de pañales, muestra que la demanda de pañales en el periodo de 2012 al segundo trimestre del 2016 se incrementó de 17.042 a 26.452 miles de unidades, mostrando un leve incremento. El Grafico N° 10 refleja que este producto no presenta tendencias lo que corrobora que el uso de este bien está en función de la población y como se señaló, el crecimiento población escasamente se incrementa, sin embargo y el consumo diario tiende a incrementarse.

Gráfico N° 10
Evolución de la demanda nacional de pañales para niños, en miles de unidades
Periodo: ene2012 - jun2016

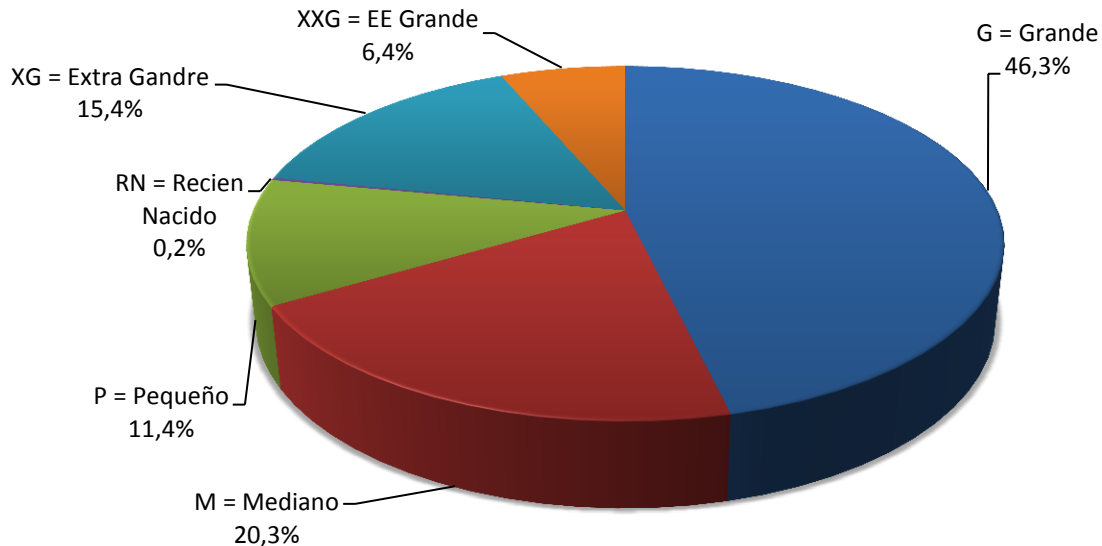


Pañal Niñ@s	2012				2013				2014				2015				2016	
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II
	17.042	22.111	21.176	20.406	21.690	22.901	20.776	22.427	19.840	26.909	23.099	20.246	23.296	25.643	23.320	21.204	26.723	26.452

Fuente: AEMP en base a información remitida por empresas importadoras y comercializadoras de pañales.

Los productos de mayor demanda en el mercado de pañales se pueden apreciar en el el siguiente gráfico, en las tallas Grande y Mediano, que representan el 46% y 20%, respectivamente.

Grafico N° 11
Demanda de infantes por talla, en porcentaje
Periodo: 2016



Fuente: AEMP en base a información remitida por empresas importadoras y comercializadoras de pañales.

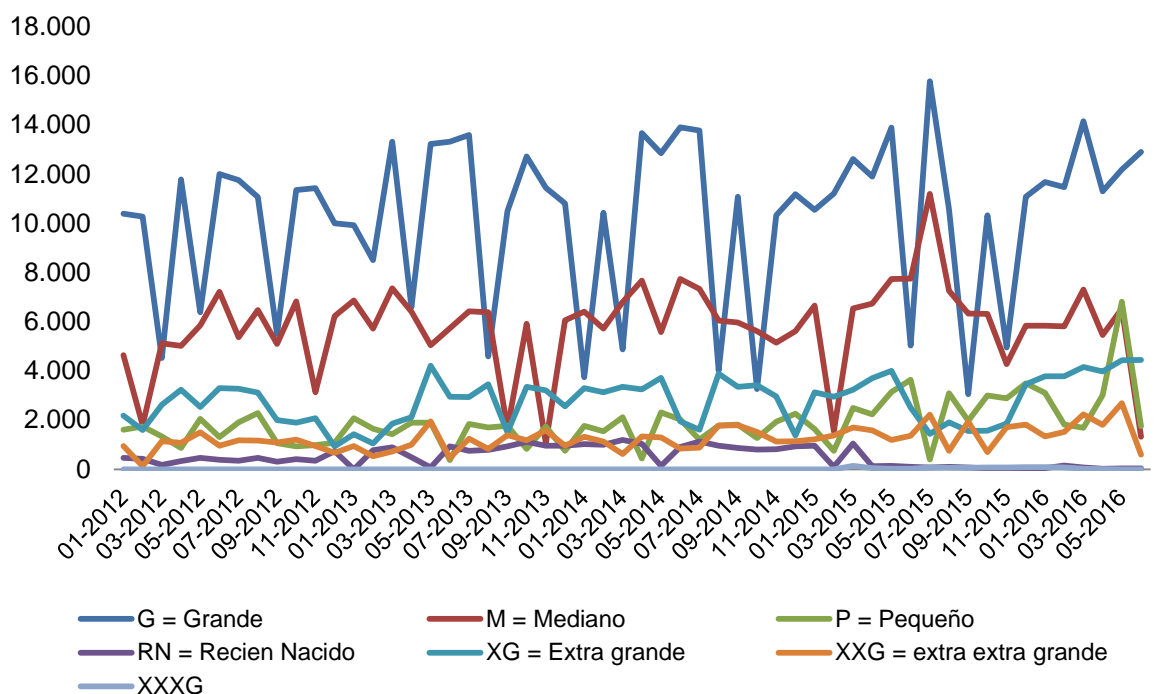
Un factor que incide en mayor demanda por las tallas Grande y Mediana en pañales para niños se debe a que muchas empresas no ofertan tallas superiores, por lo que los pañales mencionados tienen mayor capacidad y vienen para mayores tamaños, aspecto que adiciona la cantidad a estas tallas.

Otro factor que adiciona el consumo de esas tallas es que los usuarios de estas tallas están en desarrollo y crecimiento por lo que el uso de tallas pequeñas usualmente es de corto tiempo, por lo que, el uso de las tallas de recién nacidos y pequeños es transitorio, siendo que son rápidamente remplazadas por tallas mayores.

La talla extra grande (XG) y extra extra grande (XXG) si bien tienen un porcentaje relativamente significativo, no tienen alta demanda, ya que los niños de edades más altas no requieren este producto.

Observando la evolución de cantidad demanda de pañales por talla para niños, las fluctuaciones en el periodo analizado son evidentes, esto debido a la dinámica de comercialización, por lo que no existe una tendencia marcada en ninguna talla por otro lado, estos productos son comercializados en relación a stock de consumo recurrente al no ser estables en el tiempo.

Grafico N° 12
Evolución de la demanda nacional de pañales para niños por talla, expresada en miles de unidades
Periodo: ene2012 - jun2016



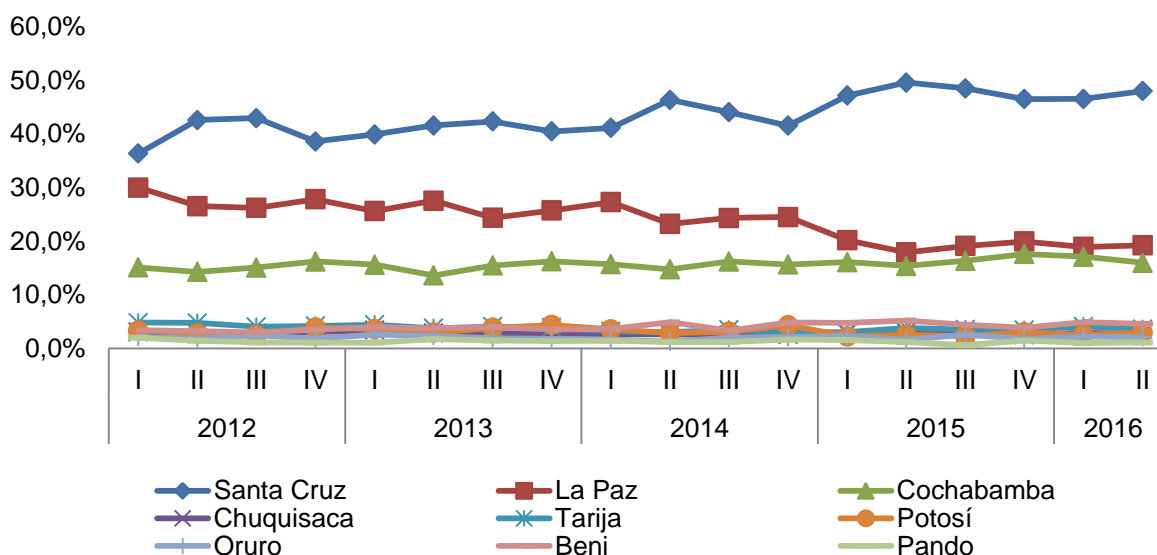
Talla	I-2012	II-2012	III-2012	IV-2012	I-2013	II-2013	III-2013	IV-2013	I-2014	II-2014	III-2014	IV-2014	I-2015	II-2015	III-2015	IV-2015	I-2016	II-2016
G	8.402.134	10.062.767	9.449.832	10.935.661	10.582.754	11.051.203	9.563.077	11.665.421	6.356.058	13.477.844	9.629.025	8.262.115	11.461.228	10.280.195	9.802.789	8.788.110	12.438.712	12.135.167
M	3.851.656	6.031.695	5.651.496	5.398.927	6.652.984	5.727.785	4.823.921	4.350.927	6.311.674	7.002.001	6.453.947	5.460.713	4.914.449	7.413.956	8.264.197	5.478.336	6.322.301	4.437.429
P	1.559.107	1.412.363	1.755.073	997.049	1.719.010	1.388.505	1.774.170	1.109.508	1.814.410	1.593.542	1.600.602	1.824.515	1.626.930	3.009.155	1.823.496	3.127.472	2.206.342	3.858.544
RN	359.400	399.000	375.267	499.200	837.200	500.958	826.203	1.011.530	1.072.515	698.341	983.305	852.347	706.891	124.158	84.894	24.597	89.936	32.190
XG	2.132.225	3.024.228	2.801.705	1.635.271	1.443.691	3.095.663	2.634.722	3.044.022	3.263.578	2.974.943	2.949.202	2.585.562	3.108.280	3.406.453	1.637.966	2.296.695	3.909.099	4.285.685
XXG	737.683	1.180.807	1.142.863	940.344	733.656	1.136.636	1.153.840	1.245.235	1.021.709	1.162.079	1.483.003	1.260.515	1.432.915	1.381.102	1.635.365	1.411.104	1.694.002	1.700.460

Fuente: AEMP en base a información remitida por empresas importadoras y comercializadoras de pañales.

Con relación a los porcentajes de participación de ventas por departamentos se observa que el departamento de Santa Cruz es el de mayor consumo de pañales, hecho que se refleja en toda la serie analizada, la misma presenta porcentaje superiores al 36%. El siguiente departamento con mayor consumo es La Paz, sin embargo el porcentaje registrado en primer trimestre de 2016 se redujo de 30% a 19,2% el segundo trimestre de 2016. Cochabamba es el tercer departamento con porcentajes representativos, el mismo mantuvo una tendencia estable que se encuentra entre 14% y 17%. Este aspecto tiene directa relación con la población en edad de demanda de pañales por departamento.

El resto de los departamentos (Chuquisaca, Tarija, Potosí, Oruro, Beni y Pando) muestran porcentajes que no superan el 5% siendo de todos ellos el que presenta menor demanda el departamento de Pando que solo tiene una participación del 1%.

Gráfico N° 13
Evolución de la demanda nacional de pañales por departamento en porcentaje
Periodo: ene2012 - jun2016



Año / Trim	2012				2013				2014				2015				2016	
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II
Santa Cruz	36,3%	42,6%	42,9%	38,6%	39,9%	41,5%	42,3%	40,4%	41,1%	46,3%	44,0%	41,5%	47,1%	49,6%	48,5%	46,5%	46,5%	47,9%
La Paz	30,0%	26,5%	26,2%	27,8%	25,6%	27,5%	24,3%	25,7%	27,2%	23,2%	24,3%	24,5%	20,2%	17,9%	19,1%	19,9%	18,9%	19,2%
Cochabamba	15,1%	14,3%	15,1%	16,2%	15,6%	13,6%	15,5%	16,2%	15,7%	14,7%	16,2%	15,6%	16,1%	15,3%	16,3%	17,6%	17,1%	15,9%
Chuquisaca	3,1%	2,7%	2,8%	3,0%	3,4%	2,9%	2,8%	2,8%	2,6%	2,6%	2,4%	2,6%	2,8%	3,0%	2,9%	2,5%	2,9%	2,7%
Tarija	4,8%	4,7%	4,0%	4,2%	4,4%	3,7%	4,0%	3,9%	3,1%	3,0%	3,5%	2,9%	3,0%	3,8%	3,5%	3,4%	4,1%	3,6%
Potosí	3,3%	2,8%	2,5%	3,9%	3,6%	2,9%	3,8%	4,3%	3,5%	2,8%	3,1%	4,3%	2,2%	2,5%	2,3%	3,0%	2,5%	2,9%
Oruro	2,1%	1,8%	2,5%	1,8%	2,5%	2,3%	1,9%	1,8%	1,6%	1,2%	2,0%	2,1%	2,3%	1,6%	2,5%	1,8%	2,2%	2,1%
Beni	3,4%	3,2%	3,0%	3,5%	3,9%	3,8%	4,0%	3,5%	3,6%	4,8%	3,3%	4,8%	4,7%	5,2%	4,4%	3,9%	4,9%	4,6%
Pando	1,9%	1,4%	1,1%	1,1%	1,1%	1,7%	1,4%	1,4%	1,4%	1,2%	1,2%	1,6%	1,6%	1,2%	0,6%	1,4%	1,0%	1,1%

Fuente: AEMP en base a información remitida por empresas importadoras y comercializadoras de pañales.

4.3 Demanda potencial de pañales para niños

La demanda potencial se define como el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en ciertas condiciones y tiempo determinado, la cual puede ser expresada en unidades físicas o monetarias²². Al respecto, la demanda potencial es estimada entre la cantidad de importaciones de pañales (Oferta) y la estimación de consumo de 0 a 4 años (Demanda).

Comparando estas variables, la oferta y demanda, en el tiempo se puede apreciar que la oferta tiene un comportamiento creciente, sin embargo, como estos bienes no son producidos en Bolivia y son importados, la dinámica del mercado refleja que el comercio y flujo de estos bienes están sujetos a los niveles de ventas que se pueda realizar (mayor

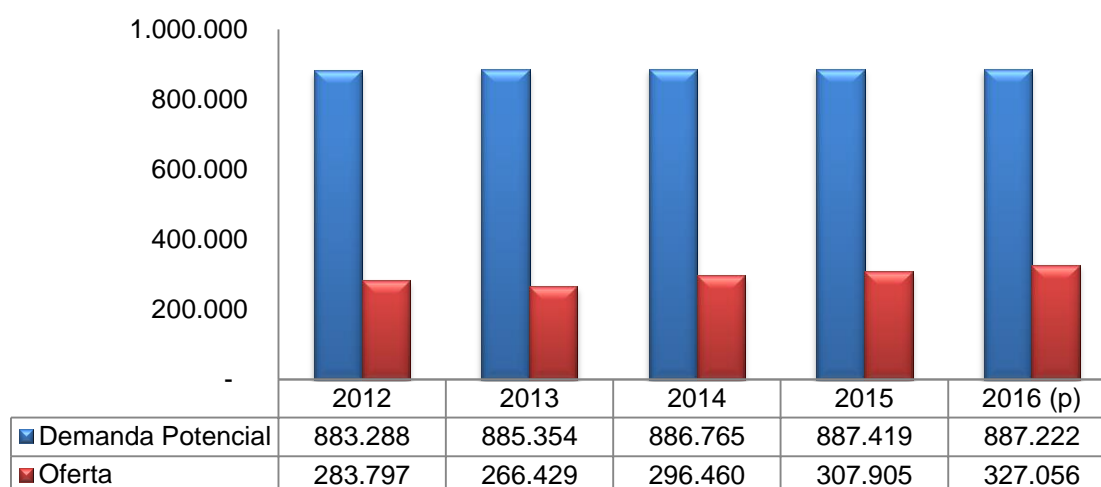
²² Rubira, Albert (2013). La demanda potencial y el mercado meta. Disponible en: <http://competitividadturistica.com/la-demanda-potencial-y-el-mercado-meta/>.

consumo mayor cantidad de importación) y cuando existe una saturación en el mercado la importación tiende a disminuir.

Por otra parte la demanda de este producto es estable y supera ampliamente la oferta dado que la población en edad de consumo de este producto requiere cada vez más un volumen mayor de pañales.

Dadas estas características en este mercado, se evidencia un considerable margen entre la oferta y demanda por lo que potencialmente la demanda estará sujeta a la población y el número de consumo de pañales, en consecuencia, este mercado es netamente comercial y dinámico entre la oferta y demanda.

Gráfico N° 14
Evolución de la demanda y oferta nacional de pañales, en miles de unidades
Periodo: 2012-2016



Fuente: AEMP en base a información remitida por empresas importadoras y comercializadoras de pañales.
(p) Proyectado

5 PRECIOS

Con el objeto de analizar los precios de los pañales para niños de 0 a 4 años en Bolivia se establecen los siguientes criterios:

- Precios de las presentaciones por talla (Recién Nacido RN, Pequeño P, Mediano M, Grande G, Extra Grande XG y Extra Extra Grande XXG).
- Productos con mayor demanda.
- Análisis del comportamiento de precios por departamento (La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Tarija, Chuquisaca, Oruro, Potosí, Beni y Pando).

Los precios que se presentan en este acápite, fueron estimados en función a los ingresos mensuales y volúmenes de ventas, reportados por las empresas importadoras y comercializadoras de pañales. Analizándose aquellos productos con mayor representatividad en el mercado nacional y desagregándolos por departamento. Los precios corresponden a los de comercialización al por mayor, es decir, el precio entre el importador y el distribuidor al por mayor hacia supermercados, tiendas o minoristas.

5.1 Precio de pañales para recién nacido (RN)

Los precios en la talla de recién nacido como se aprecian en el siguiente cuadro, tuvieron un comportamiento estable a nivel departamental, donde llegaron a reflejar un precio entre Bs 1,1 y 1,6 la unidad.

Cuadro N° 8
Evolución trimestral del precio de pañales por unidad para niñ@s talla RN por departamento en bolivianos
Periodo: ene2012 – jun2016

	I-2012	II-2012	III-2012	V-2012	I-2013	II-2013	III-2013	V-2013	I-2014	II-2014	III-2014	V-2014	I-2015	II-2015	III-2015	V-2015	I-2016	II-2016
Santa Cruz	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,3	1,3	0,9	1,5	1,4
La Paz	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,3	1,3	1,4	1,5	1,5
Cochabamba	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,6	1,6	1,6	1,5	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
Oruro	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1	1,3	1,3	1,4	1,4	1,5
Chuquisaca	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	1,4	1,5	1,5
Tarija	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
Potosí	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,5	1,5	1,6	1,5	1,5	1,5	1,5	1,4	1,4
Bani	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1	1,2	1,3	1,3	1,4	1,5	1,5
Pando	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,7	1,8	1,6	1,3	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5

Fuente: AEMP en base a información remitida por empresas importadoras y comercializadoras de pañales.

Los precios en los departamentos con mayor demanda (Santa Cruz, La Paz y Cochabamba) estuvieron entre los Bs 1,1, 1,1 y 1,3 por unidad, incrementándose en el primer trimestre de 2016 a Bs 1,4, 1,5 y 1,6, en cada departamento, respectivamente.

Por otra parte, el precio más alto se registra en el departamento de Pando, el cual fluctuó entre Bs 1,6 y 1,5 la unidad a lo largo del periodo de análisis. Por el contrario, los menores precios son registrados en Santa Cruz hasta el primer periodo de 2016, con un incremento a 1,4.

5.2 Precio de pañales para niños talla pequeño (P)

Analizando los precios de los productos más representativos para la talla pequeña, el precio a nivel nacional llega a fluctuar entre un rango de Bs 0,8 a 2,2 la unidad, siendo el precio promedio de Bs 0,8 por unidad. Los precios más estables son registrado en el departamento de Santa Cruz, en contraparte con los demás departamentos, que presentan fluctuaciones al alza entre el primer semestre del año 2014; sin embargo, los departamentos de La Paz y Pando en ese periodo reflejan reducción de los precios ya

que presentaron precios de 2,2 y 1,8 llegando a 1,1 y 1,3 Bs/unidad el segundo trimestre del 2016, respectivamente.

Cuadro N° 9
Evolución trimestral del precio de pañales por unidad para niñ@s talla P por departamento, en bolivianos
Periodo: ene2012 - jun2016

PAÑAL	I-2012	II-2012	III-2012	IV-2012	I-2013	II-2013	III-2013	IV-2013	I-2014	II-2014	III-2014	IV-2014	I-2015	II-2015	III-2015	IV-2015	I-2016	II-2016
Santa Cruz	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8
La Paz	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,3	2,3	1,9	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,1	1,1
Cochabamba	1,4	1,3	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,1
Oruro	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	1,1	1,3	1,4	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,2
Chuquisaca	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,6	0,9	1,0	1,2	1,3	1,3	1,2	1,4	1,3	1,3	1,3	1,3
Tarija	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,1	1,2	1,1	0,0	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
Potosí	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
Beni	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,6	0,9	1,2	0,8	1,3	1,3	1,3	1,2	1,3	1,3	1,3	1,3
Pando	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,4	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,3

Fuente: AEMP en base a información remitida por empresas importadoras y comercializadoras de pañales.

5.3 Precio de pañales para niños talla mediano (M)

El consumo de pañales para niños en la talla mediana, refleja precios superiores a Bs 1,1 los cuales convergieron a Bs 1,4 en el segundo trimestre de 2016, como se puede apreciar en el siguiente cuadro. Siendo que en el departamento de La Paz se puede evidenciar que los precios fueron reduciendo el cual el 2012 en promedio llegaron a 2,7 Bs y desde el último trimestre de la gestión 2016 bajaron a 1,4 de Bs.

Cuadro N° 10
Evolución trimestral del precio de pañales por unidad para niños talla M por departamento, en bolivianos
Periodo: ene2012 - jun2014

	I-2012	II-2012	III-2012	IV-2012	I-2013	II-2013	III-2013	IV-2013	I-2014	II-2014	III-2014	IV-2014	I-2015	II-2015	III-2015	IV-2015	I-2016	II-2016
Santa Cruz	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,3	1,4	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4
La Paz	2,7	2,7	2,3	2,7	2,3	2,7	1,8	2,3	2,4	2,3	1,9	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4
Cochabamba	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4
Oruro	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4
Chuquisaca	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4
Tarija	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4
Potosí	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	0,9	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4
Beni	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4
Pando	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	1,3	1,3	1,4	1,3	1,3	1,3	1,3	1,4

Fuente: AEMP en base a información remitida por empresas importadoras y comercializadoras de pañales.

5.4 Precio de pañales para niños talla Grande (G)

Los precios en la presentación de talla G son diferentes según departamentos, es así que el departamento de La Paz muestra que existió una disminución notoria de precio de 3,2 a

1,6 Bs/unidad el último semestre del 2016. Los precios del resto de los departamentos resultan ser mucho más homogéneos desde el cuarto trimestre de 2014 a segundo semestre del 2016.

Se pueden identificar departamentos como Chuquisaca y Tarija presentan precios relativamente homogéneos entre 1,7 y 1,6 Bs; Cochabamba, Santa Cruz y Oruro también presentan similar comportamiento variando en 1,4 a 1,6 Bs.

Cuadro Nº 11
Evolución trimestral del precio de pañales por unidad para niñ@s talla G por departamento, en bolivianos
Periodo: ene2012 – jun 2016

	I-2012	II-2012	III-2012	IV-2012	I-2013	II-2013	III-2013	IV-2013	I-2014	II-2014	III-2014	IV-2014	I-2015	II-2015	III-2015	IV-2015	I-2016	II-2016	
Santa Cruz	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,0	1,0	1,5
La Paz	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	2,8	3,1	2,6	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,6	1,6
Cochabamba	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	1,6	1,6	1,1	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
Oruro	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
Chuquisaca	1,7	1,7	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,7	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
Tarija	1,7	1,7	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,7	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
Potosí	1,7	1,7	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,7	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
Beni											1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7

Fuente: AEMP en base a información remitida por empresas importadoras y comercializadoras de pañales.

5.5 Precio de pañales para niños talla Extra Grande (XG)

Al respecto los precios de la talla extra grade se constituyen entre Bs 1,6 y 2,3 en el periodo; sin embargo, en el reporte de la empresas importadoras se registraron precios superiores que varían según el producto y presentación para esta talla, siendo una característica el corto tiempo en el mercado de estos productos por su lanzamiento reducido.

Cuadro Nº 12
Evolución trimestral del precio de pañales por unidad para niños talla XG por departamento, en bolivianos
Periodo: ene2012 - jun2016

	I-2012	II-2012	III-2012	IV-2012	I-2013	II-2013	III-2013	IV-2013	I-2014	II-2014	III-2014	IV-2014	I-2015	II-2015	III-2015	IV-2015	I-2016	II-2016	
Santa Cruz	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,1	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
La Paz	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,0	3,8	3,6	3,0	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
Cochabamba	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3
Oruro	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,1	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
Chuquisaca	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,2	1,3	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
Tarija	1,9	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,9	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
Potosí	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,2	1,3	1,9	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
Beni											1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9

Fuente: AEMP en base a información remitida por empresas importadoras y comercializadoras de pañales.

El departamento de Cochabamba se refleja el mayor precio 2,3 Bs y mantiene una tendencia estable en todo el periodo analizado, el departamento de La Paz en esta talla

muestra también precios decrecientes entre el primer semestre de 2012 y el último trimestre de 2016.

5.6 Precio de pañales para niños talla Extra Extra Grande (XXG)

Los precios en la talla extra extra grande son desde Bs 1,6 a 2,7 estos productos los más costosos del mercado, ya que la innovación y detalle de estos productos mejoró en los últimos años; si bien los precios expuestos en el siguiente cuadro, son los de mayor demanda existen precios superiores de hasta 3,5 Bs por unidad de pañal.

Cuadro N° 13
Evolución trimestral del precio de pañales por unidad para niños talla XXG por departamento, en bolivianos
Periodo: ene2012 - jun2016

	I-2012	II-2012	III-2012	IV-2012	I-2013	II-2013	III-2013	IV-2013	I-2014	II-2014	III-2014	IV-2014	I-2015	II-2015	III-2015	IV-2015	I-2016	II-2016
Santa cruz	1,6	2,4	2,4	2,5	2,5	2,5	2,6	2,6	2,7	2,7	2,5	2,2	2,2	2,2	2,3	2,2	2,2	2,2
La Paz	2,3	2,4	2,4	2,5	2,5	2,5	2,6	2,6	2,7	2,7	2,7	2,7	2,4	2,2	2,3	2,4	2,3	2,3
Cochabamba	1,6	2,4	2,4	2,5	2,5	2,5	2,6	2,6	2,7	2,7	2,4	2,2	2,2	1,5	2,3	2,4	2,4	2,4
Oruro	2,3	2,4	2,4	2,4	2,5	1,7	2,6	2,6	2,7	2,7	2,4	2,2	2,2	2,2	2,3	2,4	2,4	2,4
Chuquisaca											2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3
Tarija	2,3	2,4	2,4	2,4	2,5	2,6	2,6	2,6	2,7	2,7	2,4	2,3	2,1	2,2	2,3	2,4	2,4	2,4
Potosi											2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3
Beni											2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3
Pando																		

Fuente: AEMP en base a información remitida por empresas importadoras y comercializadoras de pañales.

6 CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE PAÑALES

Los canales de distribución de los pañales son diversos, siendo predominante el canal indirecto, debido a que no se registra producción nacional en Bolivia, las empresas distribuidoras y comercializadoras de pañales para niños diversifican los canales de distribución y ventas:

- **Canal indirecto**, medio en el cual interactúan uno o varios agentes económicos que comercializan los pañales desechables, este medio puede contar con diferentes intermediarios, los mismos tienen la labor de distribuir a almacenes o comerciantes mayoristas para posteriormente realizar la distribución a minoristas o detallistas, una vez atravesados los anteriores procesos finalmente se realiza la venta al consumidor final.

Gráfico N° 15
Canal de distribución indirecto



Fuente: AEMP en base a información de empresas importadoras y comercializadoras de pañales.

La secuencia de agentes económicos de este mercado se inicia con la importación de producto terminado el mismo es en una primera instancia adquirido por el importador, para posteriormente distribuirlo y comercializarlo a los mayoristas, supermercados, detallistas, sector público, farmacias, hospitales y mediante el canal horizontal, para finalmente llegar al consumidor final

7 CONCLUSIONES

En función a los objetivos planteados se concluye lo siguiente:

- El universo de empresas incluidas en el estudio se encuentra concentrado en seis (6) principales, constituyéndose como las más representativas del total de empresas que se dedica a este rubro.
- En la gestión 2016 se registra que el mercado a nivel nacional se encuentra altamente concentrado, producto del cálculo de cuotas de mercado por ingresos y estimando el Índice Hirschmann – Herfindahl (IHH), cuyo resultado alcanzó los 7.135 puntos.
- En Bolivia para el periodo 2012 a 2016, se destacan tres (3) tallas en pañales para niños, las Grandes (G) con el 46%, Medianas (M) con 20% y Pequeña (P) con 11%, revelando la preferencia dentro del mercado de pañales.
- A lo largo de estos últimos cinco (5) años se han presentado incrementos en la demanda, mostrando volúmenes de venta que fueron de 17,18 MM de unidades en enero de 2012 hasta los 26,80 MM de unidades en junio de 2016. Por otra parte, la demanda potencial de pañales desechables refleja que existe una brecha entre lo ofertado (importado) y la demanda de la población entre los 0 a 4 años por lo que aún se tiene una demanda insatisfecha de pañales.
- El espacio geográfico con mayor demanda en Bolivia de pañales desechables es el departamento de Santa Cruz, que aglomera en promedio el 43% de participación en todo el periodo analizado luego se encuentran La Paz con una participación de 24%, y finalmente Cochabamba con el 16%, siendo los departamentos con mayor población; en contra posición al resto de los departamentos los porcentajes de consumo de este bien se encuentran entre los 1% y 5%; registrándose la menor demanda en el departamento de Pando.
- En cuanto a los precios por tallas de los pañales desechables para niños en general las distintas tallas tienen precios relativamente homogéneos, los que se encuentran entre los Bs 1,1 a 1,6 por unidad para los Recién Nacidos (RN); 0,8 a 2,2 para la talla Pequeña (P); Bs 1,1 a 2,7 para la talla Mediana (M); Bs 1,4 a 3,4 para la talla Grande (G); Bs 1.6 a 3,6 para talla Extra Grande (XG); y finalmente Bs 2,4 a 3,6 para talla Extra Extra Grande (XXG).