



**FOCCO ALLADI**

AC.AR.01/2010



# ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Productos Argentinos  
en el Mercado Chileno

Secretaría General de la ALADI

ALADI. Secretaría General. Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad. Productos Argentinos en el mercado Chileno. Montevideo: ALADI. Secretaría General, noviembre 2010. 12 p. (Foco ALADI. Análisis de Competitividad; no. AC.AR 01/10). – Material didáctico sobre comercio internacional.

1. Comercio Exterior. 2. Competitividad. 3. Argentina. 4. Chile. I. Título F.26.8(AR.01)2010

Reservados todos los derechos. Queda prohibida toda reproducción, total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, o cualquier idioma, bajo las sanciones establecidas por la Ley, sin previa autorización formal de sus autores.

*Nota: El propósito de este documento es sólo informativo y, por consiguiente, no puede entenderse, bajo ninguna circunstancia, que la Secretaría General asume responsabilidad alguna en relación a cualquier tipo de operación que un empresario realice o pretenda realizar respecto a los productos o mercados que se mencionan. En tal sentido, se recuerda que los cálculos efectuados son de carácter indicativo.*

*Por cualquier consulta o comentario diríjase al Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad de la Secretaría General de la ALADI ([dpcdc@aladi.org](mailto:dpcdc@aladi.org))*

## Tabla de contenido

Objetivo y alcances .....	4
Situaciones competitivas.....	5
Situación óptima.....	6
Oportunidades perdidas.....	7
Situación vulnerable.....	9
Productos en retirada.....	10

## Objetivos y alcance

La Secretaría General de la ALADI con el propósito de promover el comercio regional, presenta un análisis de competitividad de los productos argentinos en el mercado chileno. El mismo se ha realizado en base a información propia de acceso a los mercados y flujos de comercio, complementado con una metodología desarrollada por CEPAL\*.

En este contexto, se toma como indicador de la competitividad de un producto, la participación de las importaciones del mismo en el total de compras del país de destino. En este caso, un producto argentino es competitivo en el mercado chileno, cuando su participación en las importaciones totales de Chile aumenta, comparando el trienio 2007-2009, con respecto al 1998-2000. Los cambios en la competitividad de un producto pueden ser explicados considerando las variaciones que se producen en el posicionamiento y en la eficiencia.

### **Posicionamiento**

Por posicionamiento se entiende la participación de las importaciones de un producto en el total de las importaciones que fueron realizadas por Chile, con independencia de los países proveedores. El posicionamiento se califica como “favorable” cuando la participación de dicho producto aumenta en el total. Esta situación indica que las compras de Chile de ese producto en el mercado externo, crecen más rápidamente que las compras totales del país. En tanto, el posicionamiento será “desfavorable” cuando la participación disminuya.

### **Eficiencia**

La eficiencia se define como la relación que existe entre las importaciones de un producto originario de Argentina, en el total de las compras al exterior realizadas por Chile, del mismo producto.

La eficiencia se califica como “alta”, cuando aumenta la participación de las importaciones originarias de Argentina de un producto en el total de las importaciones de dicho producto por parte de Chile. Esto significa que los proveedores de origen argentino están aprovechando mejor las posibilidades que el mercado de destino brinda, en un contexto de ampliación del mismo y/o de sustitución de proveedores.

\* CEPAL, Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional, disponible en <http://www.cepal.org/magic>)

## Situaciones competitivas

Las diferentes situaciones competitivas por las que atraviesan los productos argentinos en el mercado chileno pueden ser agrupadas en cuatro principales, combinando los indicadores de posicionamiento y eficiencia. Las mismas se detallan a continuación y se resumen en el Cuadro N°1.

1 - Situación óptima: Un producto se encuentra en situación óptima cuando el consumo importado del mismo se amplía en el mercado chileno, y éstas oportunidades son aprovechadas por los productores argentinos. En término de los indicadores definidos, el posicionamiento es favorable y la eficiencia es alta.

2 - Oportunidades perdidas: En este caso, si bien el posicionamiento es favorable, por tanto el producto es dinámico, existen determinadas razones por las cuales la participación de los productos argentinos en el mercado chileno se ha ido reduciendo, con lo cual la eficiencia se cataloga como baja.

3 - Vulnerabilidad: Se trata de una situación en la cual, las importaciones de un producto por parte de Chile no han crecido al mismo ritmo que las importaciones totales, pero los productores argentinos han logrado mantener o incrementar su participación en las mismas, desplazando competidores.

4 - Retirada: En esta situación, el consumo del producto importado crece menos que el total y al mismo tiempo, los productores argentinos son desplazados por los productores de otros países.

**Cuadro N° 1 - Situaciones competitivas seleccionadas**

		<i>Variación de la Eficiencia</i>	
		<b>Alta (aumenta o es cero)</b>	<b>Baja</b>
<b>Variación del Posicionamiento</b>	<b>Favorable (aumento o es cero)</b>	<b>Óptima/Buena</b>	<b>Oportunidades perdidas</b>
	<b>Desfavorable</b>	<b>Vulnerabilidad</b>	<b>Retirada</b>

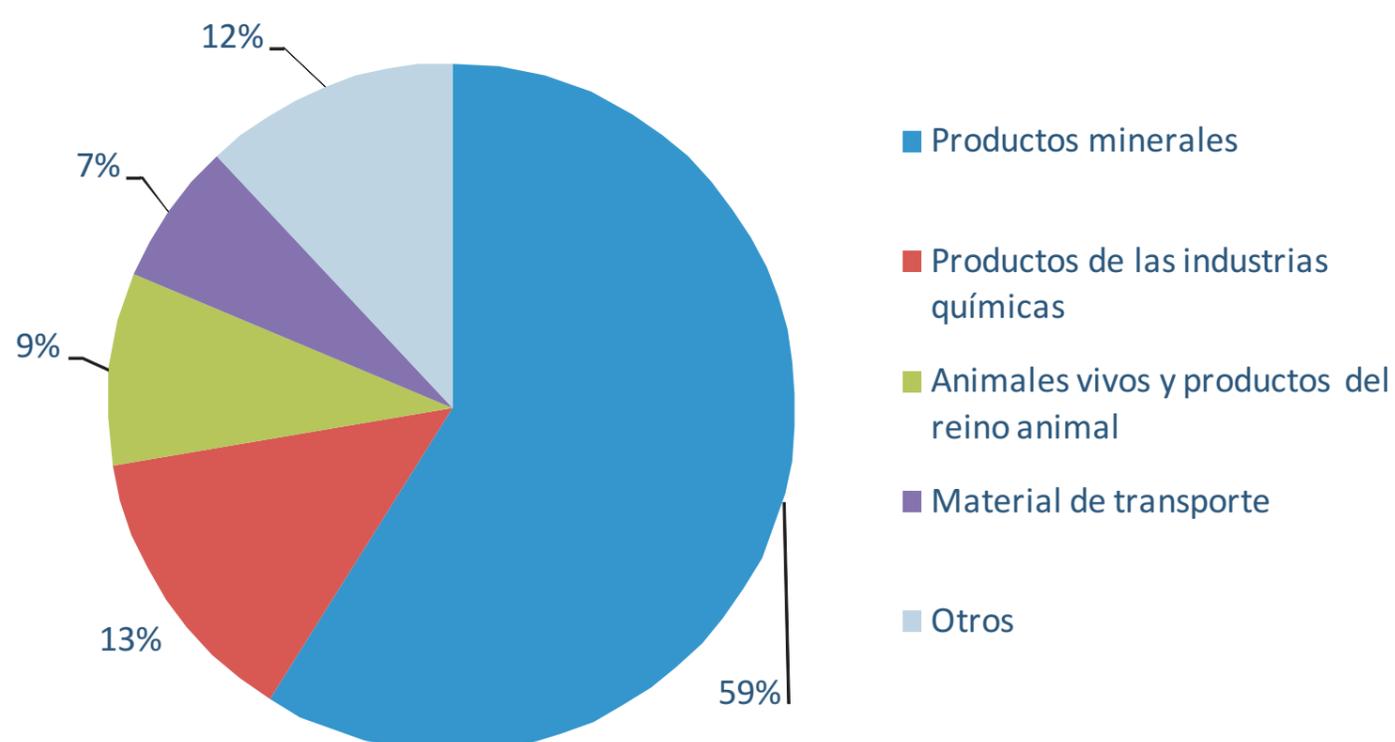
## Situación óptima

El conjunto de productos argentinos exportados a Chile en situación óptima, surgen de una demanda chilena dinámica y eficiencia argentina alta. Las situaciones identificadas en este caso pueden dividirse en dos categorías. Aquellos que ya se exportaban en el trienio 1998-2000, y los que ingresaron al mercado chileno en el último trienio considerado, que se denominarán “nuevos productos”.

La primera categoría de productos agrupa, entre otros, las habas de soja, las cajas de cambio, los desodorantes, las aceitunas, algunos vehículos y la carne de gallo o gallina sin trocear congelada.

Por su parte, el grupo compuesto por aquellos productos que han logrado insertarse con éxito en el mercado chileno en el período 2007-2009, se encuentra fundamentalmente compuesto por los productos minerales, los productos químicos, los animales vivos y productos del reino animal y el material de transporte, tal como puede observarse en el Gráfico N° 1.

Gráfico N° 1 - Sectores con productos en situación óptima



Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI, % de cada sector en el total de las importaciones de Chile desde Argentina, para el promedio del trienio 2007-2009

## Oportunidades perdidas

La situación que se ha denominado “oportunidad perdida” se encuentra configurada, en este caso, por dos circunstancias diferentes. En la primera de ellas, los productores argentinos en ninguno de los dos trienios analizados han logrado ingresar con sus productos al mercado chileno. Por tanto, Argentina no exportó a Chile un producto o conjunto de productos que éste país demanda de forma creciente del resto del mundo.

La segunda circunstancia corresponde a aquellos productos importados con demanda creciente en el mercado chileno, pero en la que los productores argentinos han visto reducida su participación como proveedores de los mismos.

⇒ **Sectores de productos con demanda chilena dinámica que Argentina no ha exportado a Chile en los trienios 2007-2009 y 1998-2000**

Algunas máquinas eléctricas, los productos minerales y de las industrias químicas y material de transporte, entre otros, componen parte de la canasta de productos en los cuales Argentina cuenta con oferta exportable, y Chile con una demanda creciente por importaciones, pero que el primero no ha exportado a Chile en los dos trienios considerados.

**Cuadro N° 2 - Sectores con oportunidades perdidas sin ventas a Chile en los trienios 2007-2009 y 1998-2000**

	Exportaciones de Argentina	Importaciones de Chile
Máquinas eléctricas	2.090.833.360	2.640.022.923
Productos minerales	7.321.669.654	1.720.671.726
Material de transporte	6.354.949.405	1.435.175.266
Productos de las industrias químicas	3.947.759.694	1.040.219.705
Plástico y caucho	1.638.138.659	676.637.324
Metales comunes	2.362.438.627	493.588.448
Materias textiles y sus manufacturas	434.239.861	393.290.006
Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre y tabaco	10.604.319.806	387.416.059
Productos del reino vegetal	10.688.737.290	333.037.536
Metales comunes y manufacturas de esos metales	543.067.135	227.981.586

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI  
Nota: Datos en dólares para el trienio 2007-2009

## Oportunidades perdidas

Por otra parte, los aceites crudos de petróleo, la carne bovina fresca o refrigerada deshuesada, las tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja, algunos tipos de trigo, constituyen los componentes principales de la canasta de productos en los cuales los productores argentinos no han podido aprovechar la fortaleza de la demanda chilena.



**Sectores de productos con demanda chilena dinámica y en los que Argentina redujo su importancia como proveedor**

Estos productos lograron ingresar al mercado chileno en el trienio 1998-2000, pero una década después no han podido mantener su posición en el mercado, aún cuando la demanda chilena hacia el resto del mundo es creciente.

### Cuadro N° 3 - Productos argentinos que redujeron su participación en las importaciones chilenas

	Exporta de Argentina	Importaciones de Chile	Importaciones de Chile desde Argentina
Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	1.792.950.123	1.309.220.950	825.873.355
Carne bovina fresca o refrigerada deshuesada	775.775.220	130.294.501	64.538.485
Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (soya), incluso molidos o en "pellets".	6.977.628.860	74.473.370	29.314.943
Los demás trigos, excepto el trigo durum	1.853.257.770	52.575.460	17.611.337
T- shirts y camisetitas de punto de algodón	9.572.721	33.492.972	577.456
Las demás bombas centrífugas	42.950.934	25.595.356	622.366
Las demás barras de acero, simplemente laminadas o extrudidas en caliente	25.223.155	25.411.807	125.314
Suéteres, pullovers y chalecos de fibras sintéticas o artificiales	2.961.230	25.203.254	152.482
Barras de hierro o acero con muescas, cordones, surcos o relieves, producidos en el laminado o sometidas a torsión después del laminado	14.478.730	21.141.420	7.242.303
Reactivos de diagnóstico o de laboratorio sobre cualquier soporte...	10.374.183	21.113.366	589.386

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI  
Nota: Datos en dólares para el trienio 2007-2009

## Situación vulnerable

Algunos productos agropecuarios, las compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos higiénicos similares, los alimentos para perros o gatos, los neumáticos para automóviles de turismo y las aleaciones de aluminio, podrían presentar dificultades para consolidar o ampliar su participación en el mercado chileno, ya que la demanda por importaciones de dichos productos crece a menor ritmo que el total. Por tanto, las posibilidades de expansión de los productos argentinos dependerán de la capacidad de los productores para desplazar tanto a oferentes locales como extranjeros.

### Cuadro N° 4 - Subpartidas en situación de vulnerabilidad

	Exportaciones	Importaciones de Chile	Importaciones de Chile desde Argentina
Los demás maíces, excepto para siembra	2.363.343.608	298.867.149	217.204.344
Compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos higiénicos similares	112.149.796	92.617.834	51.767.330
Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor	66.991.049	59.503.071	49.849.565
Preparaciones acondicionadas para la venta al por menor	62.350.772	52.280.733	37.856.276
Arroz semiblanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado	147.834.420	50.832.401	35.845.452
Productos laminados planos de hierro o acero sin alear de anchura superior o igual a 600 mm revestidos de aleaciones de aluminio y cinc	28.829.837	44.944.458	12.941.161
Neumáticos nuevos de caucho del tipo de los utilizados en automóviles de turismo (incluidos los vehículos de tipo familiar - "break" o "station wagon"- y los de carrera)	162.348.094	40.921.826	2.105.596
Aleaciones de aluminio	287.326.861	37.603.991	36.627.122
Cebada	181.610.412	22.304.352	22.205.814
Papas (patatas)*	101.461.391	21.730.380	9.912.965
Ruedas, sus partes y accesorios	16.116.904	21.083.356	990.722
Cajas de papel o cartón corrugados	24.617.978	20.326.881	14.988.758

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI  
 Nota: Datos en dólares para el trienio 2007-2009

## Productos en retirada

Los demás artículos de grifería y órganos similares, las grasas y aceites vegetales, el té negro, el arroz partido al igual que algunos productos químicos y plásticos, constituyen algunos de los productos para los que Argentina cuenta con oferta exportable, pero donde la demanda chilena por importaciones se redujo y los productores argentinos fueron desplazados por otros competidores, tal como se aprecia en el Cuadro N° 5.

A diferencia de la situación de vulnerabilidad, la participación de las importaciones de estos productos en el total de las compras chilenas en el mercado internacional descendió, en la comparación de los dos trienios considerados.

Cuadro N° 5 - Productos en retirada

	Exportaciones de Argentina	Importaciones de Chile	Importaciones de Chile desde Argentina
Los demás artículos de grifería y órganos similares	62.992.282	151.969.535	3.018.967
Poli(cloruro de vinilo) sin mezclar con otras sustancias	58.517.146	65.295.016	1.574.644
Los demás tapones y tapas, cápsulas para botellas tapones roscados sobretapas precintos y demás accesorios para envases de metal común, excepto tapas corona	13.294.591	36.576.620	5.231.900
Grasas y aceites, vegetales, y sus fracciones	3.806.908	34.643.253	3.966.706
Medicamentos que contengan otros antibióticos, excepto penicilina y sus derivados	46.010.178	28.269.322	1.732.893
Té negro (fermentado) y té parcialmente fermentado, presentados de otra forma	62.014.103	27.221.026	7.292.145
Isocianatos	32.804.825	26.917.277	1.591.342
Los demás poliéteres	16.985.154	25.275.644	6.198.333
Placas, láminas, hojas cintas tiras y demás formas planas autoadhesivas de plásticos, en rollos de anchura inferior o igual a 20 cm	23.059.048	23.556.701	1.503.143
Polipropileno	58.069.343	22.747.727	6.420.845
Las demás placas, láminas, hojas y tiras de plástico no celular de polímeros de propileno y sin refuerzo, estratificación ni soporte o combinación similar con otras materias	34.265.545	21.857.707	5.791.295
Arroz partido	17.430.240	10.160.962	7.264.107
Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado	14.374.874	9.500.890	3.287.110

Fuente: Elaborado en base a datos de la Secretaría General de la ALADI  
Nota: Datos en dólares para el trienio 2007-2009

## ALADI: Servicio de Apoyo al Empresario

• Para acceder al archivo de esta publicación, consulte en nuestro sitio web [www.aladi.org](http://www.aladi.org), en el cual también encontrará información, entre otros, sobre los siguientes temas:

- Acuerdos Comerciales
- Aranceles y Nomenclatura
- Preferencias y Regímenes de Origen
- Directorios de Importadores, Exportadores y Entidades Empresariales
- Productos de Inteligencia Comercial
- Estadísticas de Comercio Exterior
- Calendario de Ferias y Eventos
- Normativa sobre el Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos

## Portal PYMESLATINAS ([www.pymeslatinas.org](http://www.pymeslatinas.org))

Es un sitio regional gratuito, dirigido especialmente a la promoción del comercio entre las MIPYMES de la región y de éstas con el resto del mundo, pudiéndose:

- Publicar gratuitamente ofertas y demandas de productos y servicios de representación y distribución.
- Generar contactos con otras empresas, conocer eventos, acceder a noticias sectoriales de interés y realizar consultas técnicas.



Asociación Latinoamericana de Integración  
Associação Latino-Americana de Integração

Asociación Latinoamericana de Integración  
Cebollatí 1461, Código Postal 11200  
Montevideo - Uruguay  
Tel.: (598) 2410 1121 - Fax: (598) 2419 0649  
E-mail: [sgaladi@aladi.org](mailto:sgaladi@aladi.org)  
[www.aladi.org](http://www.aladi.org)