

FOCO ALLADI

AC.BR.03/2011

ANÁLISE DE COMPETITIVIDADE

Produtos Brasileiros no
Mercado Chileno

Secretaria-Geral da ALADI

ALADI. Secretaria-Geral. Departamento de Promoção do Comércio e Desenvolvimento da Competitividade. Produtos brasileiros no mercado chileno. Montevideú: ALADI. Secretaria-Geral, marzo 2011. 12 págs. (Foco ALADI. Análise de Competitividade; no. AC.BR. 03/2011). – Material didático sobre comércio internacional.

1. Comércio Exterior. 2. Competitividade. 3. Brasil. 4. Chile. I. Título F.26.8 (BR.03)2011.

Todos os direitos reservados. Proibida toda reprodução, total ou parcial, desta obra por qualquer meio ou procedimento, em qualquer idioma, sob as sanções estabelecidas por lei, sem prévia autorização formal de seus autores.

Nota: O propósito deste documento é somente informativo e, por conseguinte, não pode ser entendido, sob nenhuma circunstância, que a Secretaria-Geral se responsabiliza por qualquer operação que um empresário realize ou pretenda realizar em relação aos produtos ou mercados mencionados. Neste sentido, recorda-se que os cálculos apresentados são de caráter indicativo.

Para qualquer consulta ou comentário, contate o Departamento de Promoção do Comércio e Desenvolvimento da Competitividade da Secretaria-Geral da ALADI (dpcdc@aladi.org).

Tabla de contenido

Objetivos e alcances	4
Situações competitivas.....	5
Situação ótima.....	6
Oportunidades perdidas.....	7
Situação vulnerável.....	9
Produtos em retirada.....	10

Objetivos e alcances

A Secretaria-Geral da ALADI, com o propósito de promover o comércio regional, apresenta uma análise de competitividade dos produtos brasileiros no mercado chileno. A mesma foi realizada com base na informação própria de acesso aos mercados e fluxos de comércio, complementada com uma metodologia desenvolvida pela CEPAL*.

Neste contexto, toma-se como indicador da competitividade de um produto a participação das importações do mesmo no total. Neste caso, um produto brasileiro é competitivo no mercado chileno quando sua participação nas importações totais do Chile aumenta, comparando os triênios 2007-2009 e 1998-2000. As mudanças na competitividade de um produto podem ser explicadas considerando as variações no posicionamento e na eficiência.

⇒ Posicionamento

Por posicionamento entende-se a participação das importações de um produto no total das importações que foram realizadas pelo Chile, independente dos países provedores. O posicionamento será qualificado como “favorável” quando a participação desse produto aumentar no total. Esta situação indica que as compras do Chile desse produto no mercado externo crescem mais rapidamente que o total das compras do país. Por sua vez, o posicionamento será “desfavorável” quando a participação diminuir.

⇒ Eficiência

A eficiência é definida como a relação que existe entre as importações de um produto originário do Brasil no total das compras feitas ao exterior pelo Chile do mesmo produto.

A eficiência será qualificada como “alta” quando aumentar a participação das importações originárias do Brasil de um produto no total das importações desse produto pelo Chile. Isto significa que os provedores de origem brasileira estão aproveitando melhor as possibilidades que o mercado de destino oferece, em um contexto de ampliação do mesmo e/ou de substituição de provedores.

Situações competitivas

As diferentes situações competitivas pelas quais atravessam os produtos brasileiros no mercado chileno podem ser agrupadas em quatro principais, combinando os indicadores de posicionamento e eficiência. As mesmas são detalhadas a seguir e resumidas no Quadro N°1.

1 – Situação ótima: Um produto encontra-se em situação ótima quando o consumo importado do mesmo se amplia no mercado chileno, e estas oportunidades são aproveitadas pelos produtores brasileiros. Em termos dos indicadores definidos, o posicionamento é favorável e a eficiência é alta.

2 – Oportunidades perdidas: Neste caso, embora o posicionamento seja favorável -sendo o produto, portanto, dinâmico-, existem determinadas razões pelas quais a participação dos produtos brasileiros no mercado chileno foi se reduzindo, e a eficiência é catalogada como baixa.

3 – Vulnerabilidade: Trata-se de uma situação na qual as importações de um produto pelo Chile não cresceram no mesmo ritmo que as importações totais, mas os produtores brasileiros conseguiram manter ou aumentar sua participação nas mesmas, afastando competidores.

4 – Retirada: Nesta situação, o consumo do produto importado cresce menos que o total e, ao mesmo tempo, os produtores brasileiros são substituídos pelos produtores de outros países.

Quadro N°1 – Situações competitivas selecionadas

		Variação da Eficiência	
		Alta (aumento ou zero)	Baixa
Variação do Posicionamento	Favorável (aumento ou zero)	Ótima / Boa	Oportunidades perdidas
	Desfavorável	Vulnerabilidade	Retirada

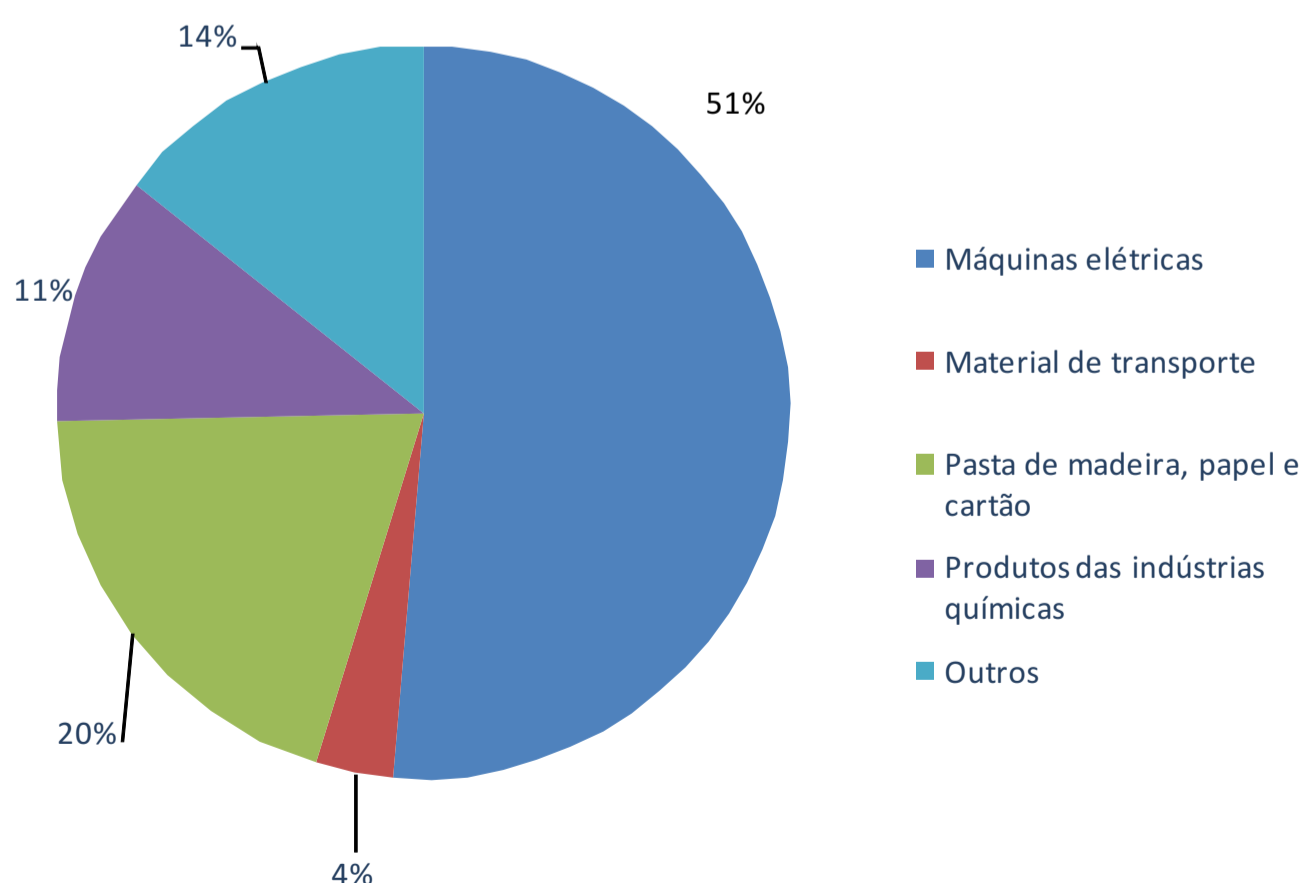
Situação ótima

O conjunto de produtos brasileiros exportados para o Chile em situação ótima surge de uma demanda chilena dinâmica e de uma eficiência brasileira alta. As situações identificadas neste caso podem ser divididas em duas categorias. Aqueles produtos que já eram exportados no triênio 1998-2000 e os que ingressaram ao mercado chileno no último triênio considerado, que serão denominados “novos produtos”.

A primeira categoria de produtos agrupa, entre outros, os tratores, o hidróxido de alumínio, o peróxido de hidrogênio, alguns produtos de toucador e produtos de fundição.

Por sua vez, o grupo composto por aqueles produtos que conseguiram ser inseridos com sucesso no mercado chileno no período 2007-2009 encontra-se fundamentalmente composto pelas máquinas elétricas, pasta de madeira, papel e cartão, produtos químicos e material de transporte, como pode ser observado no Gráfico N°1.

Gráfico N°1 – Setores com produtos em situação ótima



Fonte: Elaborado com base em dados da Secretaria-Geral da ALADI, % de cada categoria no total das importações do Chile originadas do Brasil vinculadas à mencionada situação, para a média do triênio 2007-2009.

Oportunidades perdidas

A situação denominada “oportunidade perdida” encontra-se configurada, neste caso, por duas circunstâncias diferentes. Na primeira delas, os produtores brasileiros, em nenhum dos triênios analisados, conseguiram ingressar seus produtos no mercado chileno. Portanto, o Brasil não exportou para o Chile um produto ou conjunto de produtos que este país demanda de forma crescente do resto do mundo.

A segunda circunstância corresponde àqueles produtos importados com demanda crescente no mercado chileno, mas na qual os produtores brasileiros viram reduzida sua participação como provedores dos mesmos.



Setores de produtos com demanda dinâmica que o Brasil não exportou para a Chile nos triênios 2007-2009 e 1998-2000

Alguns produtos da categoria material de transporte, produtos químicos, minerais, do reino vegetal e da indústria alimentícia, entre outros, compõem parte da cesta de produtos nos quais o Brasil conta com oferta exportável e o Chile com uma demanda crescente por importações, mas que o primeiro não exportou para o Chile nos dois triênios considerados.

Quadro N°2 – Setores com oportunidades perdidas sem vendas para a Chile nos triênios 2007-2009 e 1998-2000

	Exportações do Brasil (2007-2009)	Importações do Chile (2007-2009)	Preferência 2011*
Veículos de cilindrada superior a 3.000 cm ³	10.638.225	198.815.202	100
Veículos de cilindrada superior a 2.500 cm ³	16.672.632	65.643.492	100
Sorgo de grão	13.788.470	60.157.178	100
Outros grãos trabalhados (por exemplo: descascados, em pérolas, cortados ou partidos)	8.289.839	8.982.569	100
Catalisadores em suporte, tendo como substância ativa o níquel ou um composto de níquel	12.764.748	8.489.657	100
Minérios de prata e seus concentrados	3.009.344	7.543.875	100
Cafeína e seus sais	3.211.076	5.281.060	100
Abacaxis (ananases)	14.864.427	5.177.040	100
Melaços de cana	2.846.741	3.623.440	100
Sulfato de amônio	1.132.949	1.736.373	100
Metiloxirano (óxido de propileno)	42.510.364	1.641.314	100
Cebolas e chalotas ("échalotes")	3.237.165	1.110.432	100

Fonte: Elaborado com base nos dados da Secretaria-Geral da ALADI. Nota: média, em dólares. (*) Corresponde ao ACE 35. Descrição abreviada.

Oportunidade perdidas

Por outro lado, alguns dos produtos pertencentes ao reino animal, à indústria alimentícia, às indústrias do plástico, têxtil e de vestuário, máquinas elétricas e material de transporte constituem parte da cesta de produtos nos quais os produtores brasileiros não puderam aproveitar os pontos fortes da demanda chilena.

➔ **Setores de produtos com demanda chilena dinâmica e nos quais o Brasil reduziu sua importância como provedor**

Estes produtos conseguiram ingressar no mercado chileno no triênio 1998-2000, mas uma década depois não puderam manter sua posição no mercado, mesmo quando a demanda chilena para o resto do mundo foi crescente.

Quadro N°3 - Produtos brasileiros que reduziram sua participação nas importações chilenas

	Exportações do Brasil (2007-2009)	Importações do Chile (2007-2009)	Importações do Chile originadas no Brasil (2007-2009)	Preferência 2011*
Carnes desossadas de animais da espécie bovina, frescas ou refrigeradas	480.961.085	399.961.977	17.165.700	100
Tortas e outros resíduos sólidos, mesmo triturados ou em "pellets", da extração do óleo de soja	3.971.063.435	229.198.610	4.045.549	100
Polietileno de densidade igual ou superior a 0,94	441.428.613	208.034.044	59.524.823	100
Polietileno de densidade inferior a 0,94	533.046.788	185.919.405	30.642.457	100
Grupos eletrogêneos de motor de pistão, de ignição por compressão (motores Diesel ou semi-Diesel): de potência superior a 375 kVA	21.433.441	124.888.172	872.552	100
Camisetas («t-shirts») e camisetas interiores, de algodão	23.091.970	107.981.120	1.715.496	100
Produtos laminados planos, de ferro ou aço não ligado, de largura igual ou superior a 600 mm, laminados a quente, não folheados ou chapeados, nem revestidos, de espessura superior a 10 mm	214.029.489	95.285.689	19.863.989	100
Poli (tereftalato de etileno)	65.434.113	85.344.285	25.183	100
Calças, jardineiras, bermudas e "shorts" (calções): de algodão	10.699.099	83.714.174	499.522	100
Soja, mesmo triturada	9.695.286.788	46.373.012	37	100
Combinações de refrigeradores e congeladores ("freezers"), munidos de portas exteriores separadas	162.507.769	36.817.765	6.391.413	100

Fonte: Elaborado com base nos dados da Secretaria-Geral da ALADI. Nota: média, em dólares. (*) Corresponde ao ACE 35. Descrição abreviada.

Situação vulnerável

Alguns produtos brasileiros pertencentes aos setores de fabricação de máquinas elétricas, de plástico e borracha, químicos e alimentícios poderiam apresentar dificuldades para consolidar ou ampliar sua participação no mercado chileno, visto que a demanda por importações desses produtos cresce a menor ritmo que o total. Portanto, as possibilidades de expansão dos produtos brasileiros dependerão da capacidade dos produtores para substituir tanto os oferecedores locais como os estrangeiros.

Quadro N°4 - Subposições em situação de vulnerabilidade

	Exportações do Brasil (2007-2009)	Importações do Chile (2007-2009)	Importações do Chile originadas no Brasil (2007-2009)	Preferência 2011*
Outras torneiras, válvulas e dispositivos semelhantes	346.640.333	151.969.535	5.264.832	100
Carregadoras e pás carregadoras, de carregamento frontal	196.700.870	143.523.030	23.378.074	100
Veículos automóveis para transporte de mercadorias, de peso em carga máxima superior a 5 t, mas não superior a 20 t	428.467.023	142.833.029	68.354.465	100
Conversores estáticos	61.652.825	70.691.637	2.901.088	100
Alimentos para cães ou gatos, acondicionados para venda a retalho	22.641.272	59.503.071	4.887.243	100
Agentes orgânicos de superfície (exceto os sabões); preparações tensoativas, preparações para lavagem (incluídas as preparações auxiliares para lavagem) e preparações de limpeza, acondicionadas para venda a retalho	19.951.911	52.280.733	4.844.672	100
Arroz semibranqueado ou branqueado, mesmo polido ou brunido	143.993.463	50.832.401	1.760.506	100
Outras chapas, folhas, películas, tiras e lâminas, de plástico não alveolares, não reforçadas, não estratificadas, sem suporte, nem associadas de forma semelhante a outras matérias, de polímeros de etileno	54.597.386	45.821.537	6.394.150	100
Elevadores e monta-cargas	59.989.339	41.617.987	10.787.596	100
Outros calçados que cubram o tornozelo	171.448.474	31.445.794	5.204.928	100
Cabos coaxiais e outros condutores elétricos coaxiais	51.487.985	28.936.424	2.292.346	100
Produtos laminados planos de ferro ou aço não ligado, de largura igual ou superior a 600 mm, folheados ou chapeados, ou revestidos, estanhados, de espessura inferior a 0,5 mm	141.241.123	27.197.126	16.907.576	100
Café não torrado nem descafeinado	3.756.962.901	27.171.605	15.977.036	100
Compressores dos tipos utilizados nos equipamentos frigoríficos	612.317.404	26.600.912	16.087.430	100
Serviços de mesa e outros utensílios de mesa ou de cozinha	22.217.769	26.506.429	1.835.514	100

Fonte: Elaborado com base nos dados da Secretaria-Geral da ALADI. Nota: média, em dólares. (*) Corresponde ao ACE 35. Descrição abreviada.

Produtos em retirada

Alguns tipos de veículos e pneumáticos e peças para a indústria automotiva, os absorventes e tampões higiênicos, alguns tipos de papel e de reservatórios de alumínio, a manteiga e as roupas de toucador de algodão constituem alguns dos produtos para os quais o Brasil conta com oferta exportável, na qual a demanda chilena por importações se reduziu e os produtos brasileiros foram substituídos por outros competidores, como se observa no Quadro N° 5.

Diferentemente da situação de vulnerabilidade, a participação das importações destes produtos no total das compras chilenas no mercado internacional diminuiu, comparando os dois triênios considerados.

Quadro N°5 – Produtos em retirada

Descrição abreviada	Exportações do Brasil (2007-2009)	Importações do Chile (2007-2009)	Importações do Chile originadas no Brasil (2007-2009)	Preferência 2011*
Veículos de cilindrada superior a 1.500 cm ³ , mas não superior a 3.000 cm ³	2.885.826.601	854.697.481	79.627.450	100
Pneumáticos novos dos tipos utilizados em ônibus ou caminhões	540.955.614	118.401.159	30.874.621	100
Unidades de processamento, exceto as das subposições 8471.41 ou 8471.49, podendo conter, no mesmo corpo, um ou dois dos seguintes tipos de unidades: unidade de memória, unidade de entrada e unidade de saída	46.606.659	118.295.558	1.704.945	100
Eixos de transmissão, outras partes para sistemas de direção, etc.	838.257.088	105.617.576	8.479.396	100
Absorventes e tampões higiênicos, fraldas para bebês e artigos higiênicos semelhantes	29.689.849	92.617.834	4.628.575	100
Papel e cartão para cobertura, denominados «Kraftliner»: crus	171.289.630	72.518.565	17.354.018	100
Reservatórios de alumínio, de capacidade inferior ou igual a 300 litros, sem dispositivos mecânicos ou térmicos, mesmo com revestimento interior ou calorífugo: exceto recipientes tubulares, flexíveis	12.605.149	66.764.570	11.811.893	100
Isocianatos	17.589.337	26.917.277	5.819.292	100
Embreagens e suas partes	129.827.551	26.173.435	5.917.898	100
Sistemas de suspensão e suas partes (incluídos os amortecedores de suspensão)	142.328.054	25.238.207	2.190.876	100
Roupas de toucador ou cozinha, de tecidos atoalhados, de algodão	167.854.797	24.204.928	1.465.792	100
Manteiga, gordura e óleo, de cacau.	158.541.271	14.202.573	12.113.608	100
Aparelhos para cozinhar e aquecedores de pratos: a combustíveis gasosos, ou a gás e outros combustíveis	109.433.057	12.208.126	4.279.553	100

Fonte: Elaborado com base nos dados da Secretaria-Geral da ALADI. Nota: média, em dólares. (*) Corresponde ao ACE 35. Descrição abreviada.

ALADI: Serviço de Apoio ao Empresário

Para acessar o arquivo desta publicação, consulte nossa página web, www.aladi.org, na qual também encontrará informações, entre outros, sobre os seguintes temas:

Acordos comerciais
Tarifas e Nomenclaturas
Preferências e Regimes de Origem
Diretórios de Importadores, Exportadores e Entidades Empresariais
Produtos de Inteligência Comercial
Estatísticas de Comércio Exterior
Calendário de Feiras e Eventos
Normas sobre o Convênio de Pagamentos e Créditos Recíprocos (CCR)

Portal PYMESLATINAS (www.pymeslatinas.org)

É um site regional gratuito, orientado especialmente para a promoção do comércio entre as MPMEs da região e destas com o resto do mundo, sendo possível:

- Publicar gratuitamente ofertas e demandas de produtos e serviços de representação e distribuição.
- Gerar contatos com outras empresas, informar-se sobre eventos, acessar notícias setoriais de interesse e fazer consultas técnicas.



Asociación Latinoamericana de Integración
Associação Latino-Americana de Integração

Associação Latino-Americana de Integração
Cebollatí 1461, CEP 11200
Montevideú - Uruguai
Tel.: (598) 2410 1121 - Fax: (598) 2419 0649
E-mail: sgaladi@aladi.org
www.aladi.org