



## **COMPETITIVIDAD EN EL MERCOSUR DE TRES PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES DE EXPORTACION.**

**Claudia Andrea Alruiz Valenzuela  
Ingeniero Agrónomo**

### **RESUMEN**

El proceso de globalización de las economías en el mundo ha generado un creciente interés por determinar qué hace que un país sea competitivo a nivel internacional. La presente investigación mide la competitividad de los tres principales productos exportados por la agroindustria nacional (vino con denominación de origen, pasta de tomate y jugo concentrado de manzana), en el Mercado Común del Sur (MERCOSUR).

La competitividad se analizó a través de las estructuras cambiantes del mercado en períodos determinados, mediante la metodología basada en el programa computacional “Competitive Analysis of Nations” (CAN), creado por CEPAL; para así clasificar cada producto de acuerdo a su participación y atractivo de mercado y proponer posibles estrategias de desarrollo a seguir en el corto y mediano plazo.

Así, destaca la competitividad alcanzada por las exportaciones de pasta de tomate desde Chile en Argentina y Brasil, donde se propone el establecimiento de filiales de producción con tecnologías y capitales chilenos, en los cuales se desarrollen productos con mayor valor agregado, de manera de ser centros de producción, no tan sólo para el MERCOSUR, sino que además para cubrir otros mercados. Por el contrario, cabe mencionar la escasa competitividad de las exportaciones de vino chilenas en los países que forman Mercosur, indicando una pérdida de nicho comercial en ellos. Aquí, se propone principalmente el llevar a cabo una estrategia, en

el mercado argentino, consistente en el desarrollo de subsidiarias de producción provenientes de empresas chilenas, de manera de poder acceder a los mercados de exportación no tan sólo en MERCOSUR, sino que también a los mercados de los exportadores argentinos. Finalmente, las exportaciones de jugo concentrado de manzana desde Chile a los países de Mercosur se han mostrado estacionarias, por lo que se propone llevar a cabo una “estrategia de penetración de mercado” principalmente en países como Brasil, Paraguay y Uruguay.

## **ABSTRACT**

The process of globalization of the economies in the world has generated an increasing interest to determine what makes a country to become competitive in an international level. This current survey measures the competitiveness of the three main commodities (goods) exported by the local (Chilean) agroindustry (wine, tomatoe sauce and concentrated apple juice) to MERCOSUR (Southern Common Market).

This competitiveness was analysed studying the changing structures of the market, using a methodology or approach based on the computational program called "Competitive Analysis of Nations" (CAN) created by CEPAL; so in this way to be able to clasify each product (commodity) according to its participation and appeal in the market, and from here to propose possible strategies.

The results show the remarkable competitiveness reached by the Chilean tomatoe sauce exported to Argentina and Brazil, as well as the low competitiveness of the Chilean wine and concentrated apple juice exported to MERCOSUR. Finally, the strategies followed or suggested to introduce or put the Chilean tomatoe sauce in MERCOSUR are the creation or setting up of subsidiary companies for production in Argentina and Brazil. Regarding to wine, it is also suggested the creation or setting up of production subsidiary companies but just in Argentina. With regard to concentrated apple juice, a strategy of penetration of the market is proposed.