

2010

Guía de Mercado

CHILE

Documento especial para PROMO



Información general

Chile se encuentra ubicado en el extremo suroeste de América del Sur. Se extiende a lo largo de más de 4200 Km. de longitud, que va desde Perú hasta el Estrecho de Magallanes y con un ancho que no supera los 180 Km. Limita al norte con Perú, al este con Bolivia y Argentina, al oeste con el Océano Pacífico y al sur con la Antártica. Asimismo, ejerce soberanía sobre el Archipiélago Juan Fernández o la Isla de Pascua. La capital es Santiago de Chile.

Con una tasa de crecimiento anual de 0.9%, se estima que la población en el año 2010 la población chilena ascendió a 16.7 millones de habitantes, de los cuales el 88.0% vive en zonas urbanas. Del total de población, 22.7% se encuentra en el rango de 0 y 14 años, 67.9% se ubicó entre 15 y 64 años y el restante 8.8% en el rango de 65 años a más.

La población chilena es mayoritariamente de origen mestizo. Asimismo, existen grupos emigrantes provenientes del continente europeo, entre lo que destacan franceses, alemanes, italianos, etc.

El idioma oficial es el castellano, aunque algunas minorías hablan dialectos indígenas. En los negocios se utilizan tanto el castellano como el inglés.

La unidad monetaria es el peso chileno (CLP). Las equivalencias monetarias al 7 de abril de 2009 del peso chileno con el dólar norteamericano USD (Unidad Monetaria de los Estados Unidos) y de nuevos soles PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto¹.

1.00 CLP	=	0.00186220 USD
Chile Pesos		United States Dollars
1 CLP = 0.00186220USD		1 USD = 537.000 CLP

Tendencias económicas

Chile representa una de las economías más sólidas en América Latina, así como un modelo económico estable para los inversionistas extranjeros. Con una economía orientada al libre mercado, Chile viene registrando una tasa de crecimiento promedio de 4% durante el periodo 2000 – 2009. En los últimos años, la economía ha registrado una tasa baja de inflación y una tendencia positiva en el PBI, como resultado de los altos precios internacionales del cobre, ganancias por exportación sólidas (particularmente en el sector forestal, pesca y minería), y una creciente demanda en el consumo interno. Chile continúa atrayendo grandes inversiones directas del extranjero, pero muchas de las inversiones se concentran principalmente en sectores como gas, agua, electricidad y minería.

En 2009 la tasa de crecimiento de PBI fue de 1.5% afectado por la desaceleración de los niveles de consumo a nivel internacional. Se espera que esta cifra mejore durante el 2010, a pesar del terrible terremoto acontecido en febrero de 2010 en dicho país. La tasa de inflación se ha reducido en los últimos años y en 2009 fue de 1.6%.

¹ Para mayor información: www.xe.com

Cuadro Nº 1
Chile: Indicadores Económicos

Indicadores económicos	2008	2009	2010*	2011*
Crecimiento real del PBI (precios constantes) (%)	3.7%	1.5%	4.7%	6.0%
PBI per cápita (US\$)	10,197	9,525	11,428	12,344
Tasa de inflación (%)	8.7%	1.6%	1.9%	n.d.

* Según estimaciones del Fondo Monetario Internacional
Fuente: FMI – World Economic Outlook Database

Las principales actividades de Chile están relacionadas con el sector minero (cobre, oro y plata), el sector manufactura (alimentos procesados, químicos, madera y papel) y agricultura (vino, productos marinos y fruta, principalmente). La contribución del sector agrícola al PBI nacional es de 5.0%. En tanto que el sector industrial representa el 50.5% y el sector de servicios cerca del 44.7%. La dependencia de la economía en cuanto a los precios internacionales del cobre y la falta de un adecuado suministro de los alimentos representan los mayores problemas económicos para Chile.

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, de la "Facilidad de hacer negocios" (entre 181 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú como para Chile.

Cuadro Nº 2: Ranking Doing Business 2010

Criterios	Chile	Perú	Colombia	México	El Salvador	China	Vietnam
Facilidad de hacer negocios	49	56	37	51	84	89	93
Apertura de un negocio	69	112	74	90	121	151	116
Manejo permiso de construcción	67	116	32	37	128	180	69
Contrato de trabajadores	72	112	63	136	106	140	103
Registro de propiedades	42	28	51	99	46	32	40
Obtención de crédito	71	15	61	61	43	61	30
Protección de los inversores	41	20	5	41	119	93	172
Pago de impuestos	45	86	115	106	134	125	147
Comercio transfronterizo	56	91	97	74	61	44	74
Cumplimiento de contratos	69	114	152	81	50	18	32
Cierre de una empresa	114	99	32	24	81	65	127

Fuente: Doing Business

El Perú se encuentra ubicado en la posición cincuenta y seis en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Chile se encuentra en la posición cuarenta y nueve. En Chile es mucho más rápido abrir un negocio y obtener los permisos de construcción correspondientes.

Regulaciones a las importaciones y aranceles

Chile viene aplicando desde hace varios años una política de apertura comercial e internacionalización. Para lograrlo ha negociado distintos acuerdos comerciales con sus

principales socios comerciales y ha aplicado una reducción y eliminación de barreras no arancelarias, licencias e impuestos específicos a la importación, así como requerimientos de tipo documental. Entre los acuerdos vigentes figuran los suscritos con Canadá, México, Unión Europea, Corea, China, India, Japón, Australia, Costa Rica, entre otros. Estos han permitido a Chile posicionar su oferta exportable, aprovechando ventajas arancelarias frente a otros países.

Desde el 1 de enero del 2003, el arancel general ha sido de 6.0% para muchos productos, considerándose uno de los más bajos en América Latina. Sin embargo, la Aduana de Chile se reserva el derecho a aplicar algunos precios mínimos para la valuación de las importaciones, pudiendo ser por ejemplo, el caso concerniente a ciertos productos agrícolas tales como trigo, aceite comestible y azúcar.

Se requiere obtener licencias si las importaciones de mercancías exceden los US\$ 3500 en valor. Por lo general, estas licencias de importación son otorgadas automáticamente por el Banco Central de Chile. El importador debe llenar una solicitud "*Informe de Importación*" emitido por el Banco Central y puede ser obtenido y procesado a través de cualquier banco comercial. Chile prohíbe la importación de algunas mercancías como los vehículos de segunda mano (excepto ambulancias, carros blindados, entre otros).

Se aplica un impuesto adicional a la importación de artículos de lujo. Los automóviles nuevos entran en esta categoría. Los vehículos que tengan una capacidad del motor superior a 1,500 cm³ están sujetos al 85.0% del valor CIF (por encima de US\$ 15,000.0). En cuanto a los artículos de lujo, la joyería está sujeta al 50.0% del valor aduanero. Existe asimismo un impuesto interno en bebidas alcohólicas, el cual se diferencia según el producto y existe una tasa menor para productos locales (25.0% en pisco frente al 50.0% del whisky y 40.0% para el coñac).²

La importación de productos pecuarios y agrícolas requiere el cumplimiento de exigencias sanitarias generales y específicas. Las generales especifican procedimientos de importación, de reconocimiento de países y zonas libres de enfermedades, y la habilitación de establecimientos de origen de los productos. Las exigencias específicas se establecen por especie y producto, y definen el estatus sanitario que debe tener el país o la zona de origen, el plantel o establecimiento de procedencia, el animal o el producto, así como las medidas de manejo de pre-embarque. Estas exigencias se encuentran en la página web del Servicio Agrícola y Ganadero de Chile www.sag.gob.cl

El Instituto de Salud Pública de Chile es la autoridad competente en materia de control sanitario de los productos farmacéuticos y cosméticos. Tanto los productos farmacéuticos como los cosméticos, ya sean importados o fabricados en el país, deben contar con la autorización sanitaria del Ministerio de Salud y ser registrados en el Instituto de Salud Pública previamente a su comercialización. Dicha autorización está supeditada al cumplimiento de las normas sanitarias aprobadas por el Ministerio de Salud.

Con el fin de garantizar la seguridad en el uso de los productos eléctricos y de aquellos que utilizan combustibles, la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC) de Chile exige la certificación obligatoria para todos los productos eléctricos y de combustibles, nacionales e internacionales, que se comercializan en el país. Fabricantes, importadores y/o comerciantes deben obtener un certificado de aprobación para su producto, con independencia de cuál sea su origen, otorgado por un Organismo de Certificación autorizado por la SEC. En términos generales, requieren certificación los productos comprendidos en cualquiera de estas categorías: electrodomésticos, materiales de baja tensión, iluminación, conductores e instrumentos de medida.

Todos los productos importados deben indicar el país de origen. En tanto que todos los alimentos empacados deben mostrar en un lugar visible la siguiente información: nombre (descripción del producto); país de origen; pureza o descripción de las materias primas mezcladas en el producto; así como su peso neto y volumen en unidades del sistema métrico. Cualquier producto destinado a ser comercializado en territorio chileno debe llevar las etiquetas

² FITA (The Federation of International Trade Associations)

en español para todos los ingredientes, incluso los aditivos, la fecha de fabricación y expiración de los productos, y el nombre del productor o importador.

Los alimentos y bebidas deben contener la siguiente información: nombre específico del producto (indicando la naturaleza, forma de empaque y presentación por ejemplo: mitades, partes, etc.); el peso neto o volumen (para los líquidos, en litros, mililitros o centímetros cúbicos; para los sólidos, en kilogramos o gramos); el nombre y la dirección del importador, agente, o representante; el número y fecha de permiso de importación concedidas por el Ministerio de Salud Pública; fecha de fabricación o empaquetado y la de vencimiento; los ingredientes principales en orden decreciente de proporción; los aditivos, especificando nombres; las instrucciones para el almacenamiento; y las instrucciones para el uso.

En el caso de los juguetes, el Ministerio de Salud establece normas técnicas para asegurar requisitos mínimos de seguridad en el uso de los mismos. Las etiquetas deben incluir información relacionada con el nombre genérico del producto, razón social y domicilio del productor, país de origen, entre otros. En tanto que para los productos del sector textil y calzado se debe tomar en cuenta el reglamento de rotulación, el cual puede encontrarse en la siguiente página web <http://www.bcn.cl/lc/lmsolicitadas/mini2>

Distribución y transporte de mercaderías

En Chile han alcanzado un gran desarrollo las cadenas de multitiendas y supermercados. Las primeras encuentran sus principales exponentes en Falabella, Almacenes París y Ripley. Estas cadenas cuentan con locales en muchas ciudades del país y venden productos de todo tipo, desde línea blanca hasta ropa interior, pasando por música, artículos deportivos, etc. Cabe señalar que estas firmas han iniciado alianzas estratégicas con cadenas farmacéuticas, de manera de explotar mejor el negocio de la venta a través de tarjetas de crédito propias.

Las cadenas de supermercados también han logrado una importante cobertura a lo largo del país. Sin embargo es D&S la cadena que tiene presencia importante tanto en la capital como en las regiones. Existen otros grupos como Santa Isabel que acentúa su presencia fuera de Santiago, mientras que Jumbo lo hace en esta ciudad. La situación actual indica que el mercado santiaguino está medianamente saturado, por lo que la tendencia de supermercados y multitiendas es a expandirse aún más a las regiones y el extranjero, especialmente Argentina.

Esta misma tendencia de expansión a regiones, se está produciendo con los malls, los que muchas veces se construyen junto con grandes supermercados y multitiendas. Actualmente existen 12 malls en Santiago, y otros 15 a lo largo del país, con una cobertura desde Iquique a Puerto Montt. Se cree que en regiones, el consumidor percibe el mall como un aporte a su ciudad, por lo que se identifica más con él.

En Chile existe una gran concentración de la distribución comercial. Dos grupos de supermercados D&S y CENCOSUD acaparan alrededor del 60% del mercado. Estos grandes grupos desarrollan su negocio a través de diversos tipos de establecimientos y suponen el principal canal de distribución de alimentación junto con el "catering" institucional, también muy concentrado (Sodexho Chile, Central de Restaurantes, Compass Catering (Eurest) y Casino Express). Ambos canales recurren de forma creciente a la importación directa, aunque existen importadores que trabajan en exclusiva para un gran supermercado.

Otros canales que tienen un alto grado de concentración son los grandes almacenes Falabella, Ripley, Almacenes París, Johnson's, La Polar y Hites; así como las farmacias Salcobrand, Ahumada y Cruz Verde controlan el 90% del mercado.

Los principales vendedores finales de muebles son también los grandes almacenes, algunas tiendas especializadas y los centros de muebles y bricolaje (Mueble Center, Easy y Sodimac). Los canales de comercialización de libros son la editorial, la empresa distribuidora, las librerías (cauce más importante) y las compras del Estado.

Se debe tener en cuenta que en la región metropolitana, donde se encuentra Santiago, está concentrada cerca del 40% del total de la población del país. En igual forma, los importadores, agentes o distribuidores centran sus labores en la capital Santiago, desde donde la mayoría

realiza la distribución de los productos importados a otras regiones del norte y sur del país.

En cuanto a los sistemas transporte, las principales carreteras son la carretera Panamericana (calle N°5) que atraviesa el país desde Norte a Sur, conectando el límite peruano con Puerto Montt, la carretera Transoceánica (ruta N°6) que conecta Valparaíso con la ciudad de Mendoza en Argentina. El extremo sur del país sólo es accesible por carretera desde Argentina. Actualmente, el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones coordina la modernización de las conexiones de carretera de Chile.

Chile posee un sistema muy desarrollado del transporte marítimo con más de 60 puertos públicos y privados y una gran parte del tráfico nacional e internacional transita a través de ellos. Entre los puertos más importantes caben señalar San Antonio, Valparaíso, Antofagasta, Iquique, Arica, y Talcahuano.

Tendencias del consumidor de Chile

Las buenas condiciones económicas, el acceso al crédito y la creciente multiplicación de la oferta de productos, han generado una creciente tendencia a un progresivo "pluriequipamiento de los hogares". Es decir, hay una preferencia por satisfacer las necesidades particulares de sus miembros bajo la nueva consigna: "a cada miembro del hogar su producto y su uso".

La inflación ha llevado a que los consumidores chilenos compren más en cada visita al supermercado y como consecuencia realizan menos visitas. Otra tendencia de consumo, se refiere al precio del producto, ya que alrededor del 42% de los chilenos orientan sus compras de acuerdo a este.

Adicionalmente, el menor tiempo del que dispone el consumidor ha llevado a las empresas a desarrollar una oferta de productos congelados más amplia. En Latinoamérica, según datos de Latin Panel, el 40.0% de los hogares compra comida preparada o congelada, mientras que en Santiago, este porcentaje llega al 26.0%. Aunque aún es incipiente en el mercado nacional, ya que en ciudades como Sao Paulo (Brasil) es de 61.0%, la categoría está tomando cada vez más fuerza.

Los chilenos no sólo están interesados en los productos básicos. Más del 50.0% de ellos compra productos electrónicos (por ejemplo, DVD, teléfonos móviles, equipos de música, computadoras). El aumento del poder adquisitivo de Chile les permite invertir más en salud y educación, dos elementos fundamentales para el futuro.³

Relaciones bilaterales Perú – Chile

En 1998 culminaron las negociaciones con Chile, suscribiéndose el Acuerdo de Complementación Económica (ACE). Este contempla un cronograma de desgravación que elimina en un plazo máximo de 18 años los derechos aduaneros y cargas equivalentes de carácter fiscal, monetario, cambiario o de cualquier otra naturaleza, para la formación de una Zona de Libre Comercio.

En 2005 se empezó a negociar la ampliación del ACE para incorporar nuevos temas y acuerdos dándole el formato de Tratado de Libre Comercio. Así, se incorpora un capítulo para que las compañías chilenas en el Perú y las firmas peruanas en Chile puedan exportar servicios. Segundo, se establece un memorándum de entendimiento para negociar marcos legales favorables a los inmigrantes de ambos países, sobre todo en el reconocimiento de títulos profesionales y técnicos. Tercero, se agregan cláusulas evolutivas (que pueden ir variando a medida que se negocia) en lo referente a servicios financieros y reconocimiento de títulos. Y, por último, queda incorporado el término migratorio "viajero de negocios", que facilitará a quienes visiten el país con proyectos comerciales, concretar sus actividades. Antes no era posible porque, o se obtenía una visa de turista que no permitía trabajar, o había que tramitar una visa de trabajo que era más difícil de conseguir. Este TLC entró en vigencia en marzo 2009.

El Perú cuenta con una embajada ubicada en la ciudad de Santiago y varios consulados localizados en ciudades como Santiago y Arica. (<http://www.conpersantiago.cl/>). En la página

³ FITA (The Federation of International Trade Associations)

Web indicada podrá acceder a información acerca de trámites, leyes, recomendaciones, información de contacto, etc.

Intercambio comercial Chile con el mundo

En 2009, el intercambio comercial de Chile con el mundo fue de US\$ 88,375 millones y registró una balanza comercial positiva de 11,572 millones. El menor intercambio comercial es explicado por la caída de las exportaciones (-28.2%) y las menores importaciones registradas (-32.0%) durante 2009. No obstante, la balanza comercial se mantiene positiva.

Cuadro Nº 3: Intercambio Comercial Chile – Mundo
(Cifras en miles de millones US\$)

Régimen	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones	38,598	55,884	65,788	69,580	49,974
Importaciones	29,788	34,750	42,714	56,475	38,402
Balanza	8,809	21,134	23,074	13,105	11,572
Intercambio	68,386	90,633	108,501	126,054	88,375

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas de Chile

Cabe indicar que las exportaciones chilenas han registrado un crecimiento promedio de 6.7% durante los últimos cinco años; mientras que las importaciones registraron una variación promedio de 6.6%,

El principal mercado de destino de las exportaciones chilenas es China (23%), seguido de Estados Unidos (11%) y Japón (9%). Perú ocupa la décimo primera posición y una participación de 2%.

En tanto que Estados Unidos es el principal proveedor de las importaciones chilenas (19%), seguido de China (13%) y Argentina (12%). Perú ocupa la décimo quinta posición y una participación de 2%.

Intercambio comercial Perú – Chile

El intercambio comercial entre el Perú y Chile se ha incrementado notoriamente desde la entrada en vigencia del Acuerdo de Complementación Económica Nº 38, suscrito en 1998. Con la puesta en marcha del programa de desgravación del Acuerdo de Complementación Económica (actualmente más del 80.0% del total del intercambio comercial goza de arancel cero), se ha logrado que nuestras exportaciones a Chile se incrementen significativamente.⁴ Además, se espera que el Tratado de Libre Comercio con Chile, el cual entró en vigencia el 1 de marzo de 2009, incremente el intercambio comercial con este país.

En 2009, Chile fue el noveno destino de las exportaciones peruanas totales. Luego de haber registrado una tendencia positiva, el intercambio comercial se redujo notablemente durante ese año. La crisis financiera internacional afectó los niveles de demanda y los volúmenes exportados. Así, las exportaciones de productos tradicionales hacia Chile disminuyeron 69.6%; mientras que las no tradicionales cayeron 21.9%.

Cuadro Nº 4
Intercambio Comercial Perú – Chile
(Cifras en millones de US\$)

Régimen	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones	1,093	1,401	1,695	1,745	730
Importaciones	574	780	837	1,126	948
Balanza	519	621	859	620	-218
Intercambio	1,667	2,182	2,532	2,871	1,679

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU.

⁴ Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú.

En 2009, las exportaciones del sector químico fueron las que registraron una mayor participación en el rubro no tradicional (31%), seguido de las exportaciones del sector metal mecánico (18%). En tanto que las exportaciones del sector agropecuario destacaron por registrar un incremento de 8.5% respecto al año anterior.

**Cuadro Nº 5: Exportaciones por sectores económicos hacia Chile
(Cifras en millones de US\$)**

Sector	2008	2009	Var. %
Tradicional	1,326	403	-69.6
Minería	921	300	-67.4
Cobre	199	91	-54.2
Hierro	0	0	0.0
Plata Refinada	2	4	88.6
Plomo	4	3	-36.6
Zinc	23	11	-52.7
Oro	0	2	0.0
Estaño	6	2	-74.6
Resto	686	188	-72.6
Pesquero	100	20	-79.5
Harina de pescado	29	5	-81.2
Aceite de pescado	70	15	-78.8
Petróleo y Derivados	301	80	-73.6
Crudo	168	31	-81.5
Derivados	134	49	-63.7
Agrícolas	4	2	-43.8
Algodón	0	0	-31.0
Azúcar	0	0	0.0
Café	4	2	-43.3
Resto	0	0	-99.1
No Tradicional	419	328	-21.9
Agropecuario	36	39	8.5
Textil	50	41	-18.4
Pesquero	6	2	-60.6
Químico	158	102	-35.5
Metal - Mecánico	40	59	46.8
Sidero - Metalúrgico	71	30	-58.1
Minería no metálica	23	26	14.3
Maderas y papeles	21	19	-8.2
Pieles y cueros	1	1	-34.8
Varios (Inc. Joyería)	12	8	-34.1
Total	1,745	730	-58.1

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU.

En 2009, se exportaron más de 1800 partidas arancelarias pertenecientes al rubro no tradicional. Destacaron los envíos de ácido sulfúrico a pesar de que estos registraron una variación negativa en 2009. De otro lado, destacan las mayores exportaciones de cartón testliner (US\$ 2 millones / 67.7% crecimiento); orégano (US\$ 2 millones / 29.9% crecimiento); vajilla y artículos de mesa (US\$ 2 millones / 31.1% crecimiento) y cloruro de potasio (US\$ 2 millones / 830.5% crecimiento).

**Cuadro Nº 6: Productos exportados hacia Chile
(Cifras en millones de US\$)**

Nº	Partida	Descripción	2008	2009	Var. (%)
1	2807001000	Ácido Sulfúrico	50	39	-21.6
2	6908900000	Pisos cerámicos	16	17	9.0
3	7325910000	Bolas y artículos similares para molinos de fundición de hierro	14	15	7.1
4	7228300000	Las demás barras laminadas	64	14	-77.7
5	2835250000	Fosfato dicalcico	22	12	-45.1
6	1902190000	Demás pastas alimenticias sin cocer	8	9	14.7
7	7228609000	Las demás barras de acero	0	8	
8	8431490000	Las demás partes de máquinas y aparatos de las partidas Nº 84.26,84.29 U 84.30	2	6	187.7
9	3920209000	Las demás placas, láminas, hojas y tiras de plástico de más de 25 micrones de	7	6	-19.1
10	2815120000	Soda Cáustica	18	6	-68.9
11	2401102000	Tabaco rubio sin desnervar	4	5	23.6
12	4818100000	Papel higiénico en bobinas	3	5	93.1
13	8904001000	Remolcadores	0	4	
14	8701200000	Tractores de carretera	0	4	
15	4911100000	Impresos publicitarios	3	4	
Otros			208	172	-17.5
Total			419	327	-22.0

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU.

Oportunidades Comerciales

Se identificaron los productos potenciales exportables a este mercado a través de la metodología de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina). Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Chile (del periodo comprendido entre 2005 y 2009). Con ambas variables se forman cuadrantes que se cruzan en el origen (0,0) y de esta forma se logra clasificar a los sectores y productos. Si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas; el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. Por otro lado, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Entre los productos identificados con potencial exportador en el sector agroindustrial están las aceitunas en conserva, galletas y jugos de frutas. En tanto que en el sector confecciones, la metodología indica oportunidades para las camisas de algodón para hombres y niños;

conjuntos de algodón y ropas de cama de algodón. En los siguientes cuadros se detallan los productos con potencial en el mercado chileno.

Cuadro N° 8: Productos potenciales en Chile: Sector Confecciones

Partida	Descripción	Clasificación
610910	T-shirts de punto de algodón	Consolidado
611120	Prendas y complementos de vestir para bebés de algodón	Consolidado
611020	Suéteres, pullovers y chalecos de algodón	Consolidado
610821	Bragas (Calzones) de algodón	Consolidado
610711	Calzoncillos de algodón	Consolidado
620520	Camisas para hombres o niños de algodón	Estrella
620462	Pantalones largos y cortos, shorts de algodón	Consolidado
620422	Conjuntos de algodón	Estrella
630253	Ropas de mesa de fibras sintéticas o artificiales	Prometedor

Cuadro N° 9 Productos potenciales en Chile: Sector Alimentos

Partida	Descripción	Clasificación
190219	Pastas alimenticias	Consolidado
200570	Aceitunas en conserva	Prometedor
220300	Cerveza de Malta	Prometedor
190531	Galletas de dulce	Prometedor
080550	Limonos	Prometedor
030749	Calamar congelado	Prometedor
200980	Jugos de otras frutas	Prometedor
121190	Orégano	Consolidado
210410	Preparaciones para sopas	Prometedor
030729	Las demás veneras	Prometedor
090111	Cafeína sin descafeinar	Consolidado

Contactos

- Banco Central de Chile <http://www.bcentral.cl>
- Banco del Estado de Chile <http://www.bancoestado.cl>
- Ministerio de Relaciones Exteriores <http://www.minrel.cl>
- Dirección de Promoción de Exportaciones - Prochile <http://www.prochile.cl>
- Servicio Nacional de Aduanas <http://www.aduana.cl>
- Cámara de Comercio de Santiago <http://www.ccs.cl/>
- Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile <http://www.cnc.cl/>
- Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA) www.sofofa.cl/
- Asociación de Exportadores de Chile (ASOEX) www.asoex.cl/
- Asociación de Exportadores de Manufacturas <http://www.asehma.cl/>

Fuentes

- The Federation of International Trade Associations (FITA)
- Fondo Monetario Internacional (FMI)
- Euromonitor
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú