

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Guía de Mercado Multisectorial

Chile



I. Contenido

| | |
|---|----|
| I. Resumen Ejecutivo | 3 |
| II. Información General..... | 4 |
| III. Situación Económica y de Coyuntura | 4 |
| 3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas | 4 |
| 3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos..... | 5 |
| 3.3 Nivel de Competitividad..... | 6 |
| IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios..... | 7 |
| 4.1 Intercambio Comercial de bienes Chile – Mundo..... | 7 |
| 4.1 Intercambio Comercial Perú – Chile | 7 |
| V. Acceso al Mercado..... | 9 |
| 5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias | 9 |
| 5.2 Otros impuestos aplicados al comercio | 13 |
| VI. Oportunidades Comerciales | 13 |
| 6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales..... | 13 |
| 6.2. Productos con Potencial Exportador..... | 13 |
| VII. Tendencias del Consumidor | 17 |
| VIII. Cultura de Negocios..... | 18 |
| IX. Links de interés..... | 19 |
| X. Eventos Comerciales..... | 19 |
| XI. Bibliografía..... | 19 |

I. Resumen Ejecutivo

Chile, ubicado en el extremo suroeste de Sudamérica, tiene una población de 17,8 millones, de los cuales 43% tienen entre 25 y 54 años, que promedia índices de alfabetización, calidad de vida, crecimiento económico, desarrollo humano, esperanza de vida, globalización y PBI per cápita que se encuentran entre los más altos de América Latina.

Asimismo, ha sido una de las economías de más rápido crecimiento en América Latina en las últimas dos décadas; sin embargo, su dinamismo ha mostrado una fuerte desaceleración desde 2014 como consecuencia de las menores cotizaciones de los commodities a nivel internacional y una débil demanda externa, específicamente de cobre, por lo cual se espera una tasa de 1,4% para 2017.

La caída de los precios internacionales del petróleo y pérdida de confianza del consumo interno propició que las importaciones chilenas caigan a una media anual de 7,4% desde 2012. Las maquinarias y equipos eléctricos fueron la principal categoría de importación, representando casi la cuarta parte de las compras chilenas provenientes del exterior en 2016, lo cual se sustenta en la demanda de su industria manufacturera. Los principales proveedores son China (29% de participación), Estados Unidos (14%), Japón (9%), Corea del Sur (7%) y Brasil (5%); en tanto, Perú es el suplidor número 7º con una participación de 3%.

Las exportaciones peruanas a Chile sumaron US\$ 1 012 millones en 2016, de las cuales 38% pertenecieron al sector tradicional y 62% al rubro no tradicional. En los últimos años, los envíos al país sureño han mostrado una tendencia a la baja como consecuencia de una menor demanda, particularmente, de productos manufacturados y bienes intermedios. Por otro lado, las importaciones peruanas desde Chile mostraron un panorama similar y han decrecido a una media anual de 1,7% durante el periodo 2012 – 2016. Los principales productos chilenos comprados por Perú son los jureles congelados, polipropileno en formas primarias, manzanas frescas, bolas para molinos y autopartes.

II. Información General



Chile, ubicado en el extremo suroeste de Sudamérica, cuenta con límites con Perú al norte, Bolivia al nordeste, Argentina al este y el paso Drake al sur. Asimismo, tiene una región insular compuesta por el Archipiélago de Juan Fernández y las islas Desventuradas en el Pacífico Sur y la isla Salas y Gómez y la isla de Pascua, ubicadas en Oceanía.

Por otro lado, tiene una población de 17,8 millones, de los cuales 43% tienen entre 25 y 54 años, que promedia índices de alfabetización, calidad de vida, crecimiento económico, desarrollo humano, esperanza de vida, globalización y PBI per cápita que se encuentran entre los más altos de América Latina.

Santiago se posiciona como el centro de negocios más importante de Chile. La Región Metropolitana de la capital concentra poco más de 7 millones de pobladores, lo cual representan cerca del 40% de los habitantes del país. En otras regiones se desarrollan determinados sectores productivos, tales como la minería en la región norteña de Antofagasta y Calama o la pesca de acuicultura en el sur. Asimismo, se debe destacar la importancia que viene adquiriendo determinadas ciudades como Concepción y el eje Valparaíso – Viña del Mar.

III. Situación Económica y de Coyuntura

3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro N°1

| Indicadores Económicos | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017* |
|------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Crecimiento del PBI (%) | 4,0 | 1,9 | 2,3 | 1,6 | 1,4 |
| PBI per cápita ¹ (US\$) | 22 533 | 23 129 | 23 658 | 24 089 | 24 588 |
| Tasa de inflación (%) | 1,9 | 4,4 | 4,3 | 3,8 | 2,3 |
| Tasa de desempleo (%) | 5,9 | 6,4 | 6,2 | 6,5 | 7,0 |

Fuente: FMI / (*) Proyectado Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

a. Producto Bruto Interno total

Chile ha sido una de las economías de más rápido crecimiento en América Latina en las últimas dos décadas; sin embargo, su dinamismo ha mostrado una fuerte desaceleración desde 2014 como consecuencia de las menores cotizaciones de los commodities a nivel internacional y una débil demanda externa, específicamente de cobre, por lo cual se espera una tasa de 1,4% para 2017.

¹ PBI per cápita basada en paridad de poder adquisitivo (PPA)

Pese a ello, el consumo privado final (en términos reales) aumentó en 2,3% en 2016 y se espera que se continúe expandiéndose en los próximos años. Aunque la disminución de la inversión, especialmente en el sector minero, puede significar un problema potencial a mediano plazo.

b. Nivel de empleo

El desempleo fue de 6,5% en 2016 y se espera que se incremente a 7,0% durante el presente año. En abril de 2017, entró en efecto la nueva legislación laboral la cual se espera que impacte positivamente sobre este indicador a largo plazo.

c. Inflación

La inflación fue de 3,8% en 2016 y se espera una tasa de 2,3% en 2017, dentro del rango meta de 2% - 4% estipulada por el Banco Central, el cual bajó su tasa de interés de referencia en marzo de 2017.

d. Tipo de cambio

La divisa oficial de Chile es el peso chileno. A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y soles peruanos (PEN).

| | | |
|----------------------|---|----------------------|
| 1,00 USD | = | 624,760 CLP |
| Dólar Estadounidense | | Peso Chileno |
| 1 USD = 624,760 CLP | ↔ | 1 CLP = 0,001601 USD |
| 1,00 PEN | = | 191,970 CLP |
| Sol Peruano | | Peso Chileno |
| 1 PEN = 191,970 CLP | ↔ | 1 CLP = 0,005209 PEN |

Fuente: XE.com Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS – PROMPERU

3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos²

La economía chilena depende en gran medida de su sector minero, el cual representa el 40% de los ingresos por exportación, lo cual se evidencia en el hecho que CODELCO, la mayor empresa chilena, produce 10% del cobre a nivel mundial. Los precios del cobre alcanzaron su mínimo en seis años en 2015, obligando a CODELCO a aplazar sus planes de expansión e inversión, lo que propició una caída en la producción minera de 10,6% en 2016.

Por otro lado, el sector manufacturero representa el 13% del PBI y emplea al 11% de la mano de obra. Entre sus industrias más prominentes destacan el procesamiento agroalimentario y maderero, así como el sector químico. Las consecuencias de los altos niveles de endeudamiento de las principales empresas del país podrían resultar en serios problemas si se materializan riesgos a la baja. El valor real de la producción manufacturera bruta aumentó en 4,1% en 2016.

En tanto, el sector agropecuario emplea al 9,4% de la PEA y depende de la ganadería y del cultivo extensivo en la región central del país, siendo el Valle de Chile la principal zona agrícola. Sin embargo, las políticas públicas están buscando intensificar el desarrollo de sectores no tradicionales como la acuicultura, los alimentos kosher y la industria vitivinícola. Asimismo, los ganaderos de ovinos también continúan expandiéndose con enfoque en la exportación.

Finalmente, el sector servicios significa más de dos tercios del empleo y representa 63,7% del PBI. El valor real de los ingresos por turismo se incrementó en 2,2% en 2016 y se espera que continúe expandiéndose en 1,8% en 2017. El sector

² Euromonitor International: United Kingdom – Country Profile 2016 / CIA Worldfactbook
Inteligencia de Mercados

bancario se encuentra bien capitalizado; mientras que el retail se ha expandido regionalmente y varias de sus empresas se han convertido en “multilatinas”.

3.3 Nivel de Competitividad

A continuación se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Chile y para otros países similares.

Cuadro N°2: Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2017

| Criterios | Chile | Perú | México | Colombia | Costa Rica | Panamá | Venezuela |
|------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|------------|
| Facilidad de hacer negocios | 57 | 54 | 47 | 53 | 62 | 70 | 187 |
| Apertura de un negocio | 59 | 103 | 93 | 61 | 125 | 43 | 189 |
| Manejo permiso de construcción | 26 | 51 | 83 | 34 | 53 | 73 | 137 |
| Acceso a electricidad | 64 | 62 | 98 | 74 | 27 | 23 | 186 |
| Registro de propiedades | 58 | 37 | 101 | 53 | 52 | 84 | 129 |
| Obtención de crédito | 82 | 16 | 5 | 2 | 7 | 20 | 118 |
| Protección de los inversores | 32 | 53 | 53 | 13 | 165 | 70 | 175 |
| Pago de impuestos | 120 | 105 | 114 | 139 | 62 | 170 | 185 |
| Comercio transfronterizo | 65 | 86 | 61 | 121 | 71 | 53 | 187 |
| Cumplimiento de contratos | 56 | 63 | 40 | 174 | 125 | 145 | 137 |
| Insolvencia | 55 | 79 | 30 | 33 | 107 | 133 | 165 |

Fuente: Doing Business 2017

Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

El Perú se encuentra en la posición 54° en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Chile se ubica en la posición 57°. Cabe recalcar que Perú cayó una posición con respecto al ranking DB2016, mientras que Chile lo hizo dos.

El Gobierno ha privatizado la mayoría de empresas públicas a excepción de la Empresa Nacional del Petróleo (hidrocarburos) y CODELCO (cobre), la principal empresa de Chile, que permanecen bajo control estatal. Por otro lado, el país registra los mayores costos de energía en la región; sin embargo, se están resolviendo los cuellos de botella relacionados con la electricidad. En este sentido, se está creando un nuevo fondo de infraestructura para atraer a inversores privados.

Para generar mayores ingresos para financiar las reformas sociales, el gobierno espera aumentar las tasas impositivas corporativas de 20% (2014) a 25% en 2018 y viene eliminando varios incentivos fiscales que permiten a las empresas reinvertir sus utilidades libres de impuestos.

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1 Intercambio Comercial de bienes Chile – Mundo

Cuadro N°3: Intercambio Comercial de bienes Chile – Mundo
Millones de US\$

| Información Comercial de Chile | | | | | | | |
|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------------|------------|
| Indicadores | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | Var. % Prom. 16/12 | Var% 16/15 |
| Exportaciones | 77 965 | 76 684 | 76 639 | 63 360 | 59 884 | -6,4 | -5,5 |
| Importaciones | 80 067 | 79 173 | 72 344 | 63 038 | 58 804 | -7,4 | -6,7 |
| Balanza comercial | -2 101 | -2 489 | 4 295 | 322 | 1 080 | - | - |
| Intercambio comercial | 158 032 | 155 857 | 148 984 | 126 398 | 118 689 | -6,9 | -6,1 |

Fuente: GTA Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

A partir de 2013, las exportaciones de Chile han mostrado una tendencia a la baja como consecuencia directa de la menor cotización internacional del cobre y la desaceleración de la demanda exterior, especialmente de China, hasta alcanzar cerca de US\$ 60 mil millones en 2016, lo cual significó un decrecimiento medio anual de 6,4% en los últimos cinco años. De acuerdo a las perspectivas de Euromonitor, esta tendencia se revertiría en 2017, año en que las ventas chilenas al exterior se dinamizarían en 7,0% impulsadas por los mayores envíos de productos agropecuarios y pesqueros.

La caída de los precios internacionales del petróleo y pérdida de confianza del consumo interno propició que las importaciones chilenas caigan a una media anual de 7,4% desde 2012. Las maquinarias y equipos eléctricos fueron la principal categoría de importación, representando casi la cuarta parte de las compras chilenas provenientes del exterior en 2016, lo cual se sustenta en la demanda de su industria manufacturera. Los principales proveedores son China (29% de participación), Estados Unidos (14%), Japón (9%), Corea del Sur (7%) y Brasil (5%); en tanto, Perú es el suplidor número 7° con una participación de 3%.

4.1 Intercambio Comercial Perú – Chile

Cuadro N°4: Intercambio Comercial Perú – Chile
Millones de US\$

| Indicadores | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | Var. % 16/15 | Var. % Prom. 16/12 |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------|--------------------|
| Exportaciones | 2 030 | 1 685 | 1 544 | 1 078 | 1 012 | -6,1 | -16,0 |
| Importaciones | 1 192 | 1 275 | 1 232 | 1 161 | 1 112 | -4,2 | -1,7 |
| Balanza Comercial | 837 | 410 | 312 | -83 | -100 | N/A | N/A |
| Intercambio Comercial | 3 222 | 2 960 | 2 776 | 2 239 | 2 124 | -5,1 | -9,9 |

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

Las exportaciones peruanas a Chile sumaron US\$ 1 012 millones en 2016, de las cuales 38% pertenecieron al sector tradicional y 62% al rubro no tradicional. En los últimos años, los envíos al país sureño han mostrado una tendencia a la baja como consecuencia de una menor demanda, particularmente, de productos manufacturados y bienes intermedios.

Por otro lado, las importaciones peruanas desde Chile mostraron un panorama similar y han decrecido a una media anual de 1,7% durante el periodo 2012 – 2016. Los principales productos chilenos comprados por Perú son los jureles congelados, polipropileno en formas primarias, manzanas frescas, bolas para molinos y autopartes.

Cuadro N°5

| Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Millones) | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|
| SECTOR | 2015 | 2016 | Var.% 16/15 |
| TRADICIONAL | 388 | 389 | 0,4 |
| <i>Minero</i> | 277 | 317 | 14,8 |
| Cobre | 131 | 176 | 34,4 |
| Metales Menores | 103 | 108 | 4,2 |
| Zinc | 16 | 16 | 0,4 |
| Plomo | 21 | 12 | -43,3 |
| Resto | 5 | 6 | 16,2 |
| <i>Pesquero</i> | 68 | 47 | -30,4 |
| Harina De Pescado | 42 | 29 | -30,6 |
| Aceite De Pescado | 26 | 18 | -30,2 |
| <i>Petróleo Y Gas Natural</i> | 42 | 23 | -45,4 |
| Petróleo, Derivados | 42 | 23 | -45,4 |
| <i>Agrícolas</i> | 1 | 1 | 19,6 |
| Café | 1 | 1 | 19,1 |
| Resto | - | 0 | - |
| NO TRADICIONAL | 690 | 623 | -9,8 |
| Químico | 219 | 172 | -21,8 |
| Agropecuario | 135 | 144 | 6,4 |
| Metal - Mecánico | 94 | 90 | -4,6 |
| Minería No Metálica | 93 | 82 | -11,0 |
| Textil | 59 | 54 | -9,7 |
| Maderas Y Papeles | 38 | 38 | -2,0 |
| Sidero - Metalúrgico | 23 | 23 | 0,7 |
| Varios (Inc. Joyería) | 18 | 15 | -19,0 |
| Pesquero | 9 | 5 | -42,9 |
| Pieles Y Cueros | 1 | 1 | -33,9 |
| TOTAL GENERAL | 1 078 | 1 012 | -6,1 |

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Las exportaciones tradicionales (US\$ 389 millones) mostraron un ligero incremento de 0,4% como consecuencia directa de la mayor demanda de cobre (+ US\$ 45 millones) que pudo compensar las menores ventas de harina y aceite de pescado, así como de derivados del petróleo.

En contraste, los envíos no tradicionales (US\$ 623 millones) experimentaron un descenso de 9,8% como consecuencia de la menor demanda de manufacturas diversas, particularmente de los sectores químico, metal – mecánico y minería no metálica. Sin embargo, el sector agropecuario continuó mostrando un crecimiento sostenido al incrementar sus envíos en 6,4% debido al dinamismo de las exportaciones de alimentos procesados como cerveza de malta y fideos, así como de algunos productos frescos como las cebollas y mangos.

Cuadro N° 6

| Chile: Principales productos no tradicionales (US\$ Millones) | | | | | | | | | |
|--|--|------------|------------|------------|------------|------------|--------------------------|-----------------|--------------------|
| Partida | Descripción | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | Var. % Prom. 16/12 | Var. % 16/15 | % Part. 2016 |
| 6908900000 | Placas y baldosas de cerámica, barnizadas o esmaltadas | 34 | 61 | 51 | 64 | 56 | 13,2 | -12,9 | 9 |
| 2807001000 | Ácido sulfúrico | 117 | 89 | 54 | 73 | 44 | -21,9 | -40,1 | 7 |
| 1902190000 | Pastas alimenticias sin cocer | 18 | 20 | 19 | 21 | 21 | 4,8 | 2,5 | 3 |
| 3920209000 | Placas, láminas y tiras de polímeros de propileno | 15 | 15 | 13 | 14 | 13 | -3,9 | -7,9 | 2 |
| 0804400000 | Paltas frescas | 1 | 0 | 3 | 13 | 12 | 90,6 | -6,7 | 2 |
| 8702109000 | Vehículos automóviles para turismo | 13 | 27 | 10 | 14 | 12 | -1,8 | -15,6 | 2 |
| 2835250000 | Fosfato dicálcico | 19 | 20 | 15 | 14 | 10 | -14,4 | -24,5 | 2 |
| 8431490000 | Partes de máquinas trituradoras | 6 | 2 | 1 | 2 | 10 | 11,7 | 357,3 | 2 |
| 2203000000 | Cerveza de malta | 3 | 5 | 5 | 7 | 9 | 36,4 | 34,9 | 1 |
| 4011101000 | Neumáticos radiales | 2 | 6 | 5 | 7 | 8 | 53,6 | 25,4 | 1 |
| | Resto | 479 | 510 | 499 | 461 | 427 | -2,9 | -7,5 | 69 |
| | TOTAL | 707 | 756 | 675 | 690 | 623 | -3,1 | -9,8 | 100 |

Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Debido a la preponderancia del sector manufacturas, siete de los diez principales productos peruanos exportados a Chile pertenecen a este rubro. Las ventas de placas y baldosas cerámicas totalizaron US\$ 56 millones y han mostrado un crecimiento medio anual de 13,2% desde 2012; asimismo, productos como las paltas frescas han experimentado un fuerte dinamismo al aumentar sus envíos de US\$ 1 millón (2012) a US\$ 12 millones (2016).

V. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias³

El arancel general es de 6% para bienes procedentes de países que no cuenten con acuerdos comerciales con Chile. En caso de mercancías originarias de algún país con el cual Chile ha suscrito un TLC, el arancel puede ser cero o estar sujeto a un beneficio porcentual. Desde 2009 se encuentra vigente el Acuerdo de Libre Comercio entre Perú y Chile por el cual el comercio entre ambas naciones quedó totalmente liberalizado a partir del 01 de julio de 2016.

³ Examen de políticas comerciales Unión Europea. OMC
Inteligencia de Mercados

El pago de aranceles de importación se puede realizar solo cuando la declaración de importación (Declaración Única de Ingreso) haya sido realizada y validada por la Aduana. El pago se puede efectuar de manera electrónica a través del website de la Tesorería General de la República (www.tesoreria.cl) o por medio de bancos y entidades financieras habilitadas. El plazo máximo de pago es de 15 días desde la fecha de emisión de la declaración de ingreso.

Cuadro N° 7

| Chile: Aranceles a los principales productos no tradicionales exportados por el Perú | | | | | | |
|--|---------|---|---------------------------------|---|-------------|-------------------------|
| RK | Partida | Descripción | Posición de Perú como proveedor | Principales competidores (% Part.) | Arancel NMF | Preferencia Arancelaria |
| 1 | 690890 | Placas y baldosas cerámicas | 2° | China - 36% Brasil - 12% Argentina - 6% | 6,0% | 0% |
| 2 | 280700 | Ácido sulfúrico | 1° | México - 9% Japón - 9% España - 6% | 6,0% | 0% |
| 3 | 190219 | Pastas alimenticias sin cocer | 1° | Argentina - 13% Italia - 6% Costa Rica - 5% | 6,0% | 0% |
| 4 | 392020 | Placas y láminas de polímeros no celulares de propileno | 1° | Ecuador - 19% Colombia - 15% Bélgica - 7% | 6,0% | 0% |
| 5 | 080440 | Paltas frescas | 1° | México - 20% EE.UU. - 6% | 6,0% | 0% |
| 6 | 870210 | Vehículos automóviles para transporte de más de 10 personas | 18° | Brasil - 42% China - 34% Japón - 9% | 6,0% | 0% |
| 7 | 283525 | Fosfato dicálcico | 1° | China - 20% Alemania - 3% Túnez - 2% | 6,0% | 0% |
| 8 | 843149 | Partes de máquinas trituradoras | 4° | EE.UU. - 56% China - 7% Alemania - 7% | 6,0% | 0% |
| 9 | 220300 | Cerveza de malta | 4° | México - 40% EE.UU. - 34% Argentina - 6% | 6,0% | 0% |
| 10 | 401110 | Neumáticos radiales | 4° | China - 46% | 6,0% | 0% |

Brasil - 11%

Corea del S. - 8%

Fuente: SUNAT / Trademap/ www.acuerdoscomerciales.gob.pe

Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Medidas No Arancelarias

Está prohibida la importación a Chile de los siguientes productos:

- Vehículos usados (sin perjuicio de las franquicias establecidas en las normas vigentes)
- Motos usadas
- Neumáticos usados & recauchados
- Asbesto en cualquiera de sus formas
- Pornografía
- Desechos industriales tóxicos
- Mercancías peligrosas para los animales, la agricultura y salud humana que se encuentran prohibidas por el Ministerio de Salud, Ministerio de Agricultura y otros organismos del Estado, como algunos plaguicidas de uso agrícola, juguetes y artículos que contengan tolueno, adhesivos fabricados en base a solventes volátiles.
- Otras mercancías que de acuerdo a la normativa vigente se encuentren prohibidas de importar.

Productos que requieren certificación previa comercializaciónAlimentos

Para ingresar alimentos en Chile se debe contar con ciertos requisitos de acceso como las regulaciones sanitarias y fitosanitarias, las normas de etiquetado, las normas de envases y embalajes, así como otras normativas importantes. Para encontrar los requisitos que su producto en específico debe cumplir se recomienda visitar el siguiente [SAG](#).

Para consultar las regulaciones sanitarias y fitosanitarias específicas de un producto agrícola en particular, el usuario debe seguir en línea los siguientes pasos:

1. Seleccionar en el menú el tipo de producto que desea consultar (Frutas y hortalizas frescas, flores frescas cortadas, frutos secos, material de propagación, productos industrializados, etc.)
2. En la opción “Buscar por” seleccionar la búsqueda por nombre común o científico
3. En la opción “Siguiente” seleccionar el nombre común o científico del producto que desea exportar
4. Finalmente, seleccionar el país de origen desde donde se requiere importar el producto

De este modo, se podrá acceder a la siguiente información:

- Resoluciones
- Planes de Trabajo
- Habilitación de lugares de producción, plantas de empaque y/o tratamiento cuarentenario

Si el producto que busca no se encuentra en esta consulta es debido a que no se encuentra regulado. En caso desee saber más sobre el procedimiento para regular la autorización de ingreso a Chile de un producto de origen vegetal, debe llenar el Formulario N°01, Solicitud de Autorización de Importación de Artículos Reglamentados, y presentarlo en cualquier

Oficina SAG Sectorial o Regional del país. Para mayor detalle visitar [Guía de Requisito de Acceso de Alimentos a Chile 2016](#).

Productos eléctricos o que utilizan combustibles

El proceso de normalización y certificación para exportar instrumentos y aparatos eléctricos a Chile puede llegar a constituir una barrera técnica real debido al complejo entramado de normas y protocolos vigentes, así como los procedimientos formales que se deben seguir para obtener la certificación de la [Superintendencia de Electricidad y Combustibles](#), el organismo autorizado, que pueden demorar incluso hasta dos años. La SEC se encarga de estipular el sistema de certificación obligatoria, estableciendo los protocolos específicos para los productos eléctricos y de combustible, nacionales e internacionales, que se comercialicen en el país, deben seguir para su correcto desempeño de eficiencia y seguridad energética y autorizando a organismos de certificación y laboratorios de ensayo.

Fármacos y cosméticos

El Instituto de Salud Pública de Chile es la entidad competente en lo que respecta al control sanitario de productos farmacéuticos y cosméticos, ya sean importados o fabricados en el país. La solicitud de registro se encuentra disponible en el portal www.ispch.cl. Los ingredientes cosméticos deben cumplir las especificaciones de calidad que defina la autoridad sanitaria en el Reglamento de control de productos cosméticos DS 239 del año 2002. A través de la web del ISP se pueden consultar los cosméticos permitidos, prohibidos y de uso o concentración limitada, así como los colorantes, filtros solares y preservantes permitidos. El coste del registro de cosméticos y productos infantiles (menos de 6 años) es de aproximadamente US\$ 550 y el tiempo de realización del trámite es de cinco días desde que es presentada la solicitud y cancelado el correspondiente arancel. Sin embargo, el proceso puede llegar a retrasarse durante dos meses aproximadamente. En dicho registro se pueden realizar variaciones de aroma y de color, siempre y cuando la fórmula se mantenga idéntica.

Etiquetado y envasado

Los productos empacados deben estar marcados de forma que denoten calidad, pureza, ingredientes o mezclas, al igual que indicar el peso neto o medida de los contenidos. Asimismo, las etiquetas de los alimentos empaquetados o enlatados deben exhibir a detalle todos sus ingredientes, además de citar la presencia de aditivos, fechas de fabricación y vencimiento, junto al nombre del productor, empacador o distribuidor y del importador, en sus etiquetas en español; sin perjuicio de los requisitos de regulación específicos que se establezcan para cada tipo de alimento en particular. Por otro lado, se deberán convertir todos los tamaños y pesos de los contenidos netos al sistema métrico. En el país sureño, el Reglamento Sanitario de los Alimentos (Decreto Supremo N°977/96 del Ministerio de Salud) es la normativa vigente para su control y fiscalización.

Finalmente, desde noviembre de 2006, entró en vigor la normativa que obliga a indicar el aporte nutricional de todos los alimentos envasados y bebidas tanto para los productores locales como para los importadores. Los productores que no cumplan con la medida serán sancionados con penas que van desde multas en dinero y decomiso de la mercadería hasta la clausura del recinto.

Los pallets que ingresen con mercancías en el país, de acuerdo a la NIMF n° 15, deben haber sido expuestos a un tratamiento y sello (“timbrado”) que certifique que la madera está fumigada.

5.2 Otros impuestos aplicados al comercio

Chile aplica un IVA de 19% sobre el valor CIF. Asimismo, además del arancel general y el IVA algunos productos requieren el pago de:

- Derechos específicos: Aplicables a productos sometidos a bandas de precios como el trigo, la harina de trigo y el azúcar.
- Derechos antidumping y derechos compensatorios
- Los bienes usados son valorados usando como base el valor actual de productos similares. Para el cálculo de la base imponible, del valor de mercado se descuenta un 10% por año de uso, con un máximo de 70%. Dichos bienes deben pagar un recargo del 50% sobre el arancel general aplicable.
- Verificación de aforo: 1% sobre el valor CIF. Existe la posibilidad de diferir el pago, durante siete años, del derecho ad valorem para la importación de ciertos bienes de capital.
- Los productos de software pagan un impuesto de 30% (20% en caso de software a la medida)
- Impuestos para productos suntuosos: 15% sobre la base impositiva, afectando a la primera venta y a las ventas posteriores. Se consideran productos de lujo a los siguientes: Joyas, piedras preciosas naturales o sintéticas; alfombras y tapices finos; pieles finas; conservas de caviar y sucedáneos; artículos de oro, platino y marfil.
- Impuesto a las bebidas alcohólicas y productos similares: Aguas minerales, bebidas artificiales y jarabes (13%); vinos, champañas, sidra y cerveza (15%); y licores, pisco, whisky, aguardientes y destilados (27%).

VI. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

El Perú cuenta en la actualidad con un Acuerdo de Libre Comercio con Chile, el cual fue suscrito el 22 de agosto de 2006, y se encuentra vigente desde el 01 de marzo de 2009. Dicho Acuerdo constituye una ampliación del ACE N°38 de 1998 y desarrollado en el marco del ALADI. E

El cronograma de desgravación contenido en el ACE N° 38 dispone la eliminación de 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 tal sentido, el comercio entre ambos países quedó totalmente liberado a partir del 1 de julio del 2016.

Los aranceles preferenciales aplicados para distintos productos de la oferta exportable peruana pueden ser ubicados en la página web del SIICEX (www.siicex.gob.pe), en la sección de aranceles preferenciales.

6.2. Productos con Potencial Exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al mercado de Chile. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Chile (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, 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. De otra parte, 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.

Cuadro N° 8

Sector Agropecuario

| Partida | Descripción | Clasificación | Importaciones 2016 (Millones US\$) | Arancel Perú | Participación Competidores |
|---------|--|---------------|--|-----------------|---|
| '200410 | Patatas preparadas o conservadas sin vinagre, congeladas | Estrella | 77 | 0% | Bélgica - 48% Holanda - 26% Argentina - 16% |
| '180400 | Manteca, grasa y aceite de cacao | Estrella | 24 | 0% | Brasil - 68% C. Marfil - 18% Malasia - 6% |
| '081190 | Frutos comestibles varios, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados | Estrella | 22 | 0% | C. Rica - 16% México - 7% Canadá - 5% |
| '080440 | Paltas frescas | Prometedor | 18 | 0% | México - 20% EE.UU. - 6% |
| '090121 | Café tostado sin descafeinar | Prometedor | 16 | 0% | Italia - 37% EE.UU. - 19% Colombia - 11% |
| '200949 | Jugos de piña | Prometedor | 15 | 0% | Sudáfrica - 61% Tailandia - 29% Brasil - 5% |
| '200799 | Jaleas, mermeladas, purés y pastas de frutas | Prometedor | 12 | 0% | España - 34% Argentina - 13% China - 9% |
| '071120 | Aceitunas conservadas provisionalmente | Prometedor | 9 | 0% | Argentina - 20% Grecia - 1% |

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Pese a la desaceleración de la economía chilena en los últimos años, las ventas en valor de alimentos procesados en el país se expandieron en 3,6% en 2016. Si bien los consumidores están que demandan menores volúmenes, existe una creciente tendencia enfocada en lo premium y la indulgencia, especialmente entre los segmentos más jóvenes como los millennials. Como resultado de ello, muchas compañías se encuentran lanzando innovadores productos con alto valor agregado, particularmente, en categorías maduras y saturadas.

Por otro lado, una nueva legislación de etiquetado entró en vigor en junio de 2016. De acuerdo a este reglamento, productos con alto contenido de calorías, azúcar, grasas y sodio deben contar con una etiqueta negra que indiquen estas condiciones. Adicionalmente, productos calificados comúnmente como “comida chatarra” han sido prohibidos en las escuelas. En este contexto, se espera que las ventas de productos saludables y naturales se vean beneficiadas notablemente por lo cual se estima un crecimiento medio anual de 10% para el periodo 2016 – 2021.

Cuadro N° 9

| Sector Pesca & Acuicultura | | | | | |
|----------------------------|--|---------------|--|-----------------|---|
| Partida | Descripción | Clasificación | Importaciones 2016 (Millones US\$) | Arancel Perú | Participación Competidores |
| '160529 | Camarones y langostinos, preparados o coservados, en envases herméticamente cerrados | Prometedor | 16 | 0% | China - 78% Ecuador - 11% Vietnam - 10% |
| '030489 | Filetes de pescados congelados varios | Prometedor | 2 | 0% | China - 93% Namibia - 5% Vietnam - 2% |
| '030474 | Filetes congelados de merluza | Prometedor | 1 | 0% | China - 65% Argentina - 3% |

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Aunque Chile es un gran exportador de pesca de consumo humano directo, se ubica en la quinta plaza en lo relativo a importaciones de esta clase de productos a nivel de Latinoamérica con compras valorizadas en US\$ 202 millones. Las conservas, tanto de atún como de otras especies, son largamente los productos más demandados, seguidos por los langostinos congelados y procesados.

En cuanto a mercado interno, la mayor conciencia por el cuidado de la salud por parte de los chilenos y las políticas públicas del Gobierno han propiciado una disminución en el consumo de carnes rojas y sus procesados, lo cual ha impulsado las ventas de pescados y mariscos. Asimismo, el factor conveniencia ha impulsado la demanda de productos easy to cook por lo cual los principales actores del mercado se encuentran innovando utilizando especies ricas en omega 3 como insumo principal debido a su posicionamiento como proteína de alta calidad.

Cuadro N° 10

| Sector Textil - Confecciones | | | | | |
|------------------------------|---|---------------|--|-----------------|--|
| Partida | Descripción | Clasificación | Importaciones 2016 (Millones US\$) | Arancel Perú | Participación Competidores |
| '620640 | Camisas & blusas de fibras sintéticas o artificiales para mujeres | Estrella | 71 | 0% | China - 75% India - 7% España - 2% |
| '611120 | Prendas, de punto, de algodón para bebés | Estrella | 65 | 0% | China - 80% Bangladesh - 3% India - 3% |
| '610711 | Calzoncillos, de punto, de algodón para hombres | Estrella | 39 | 0% | China - 95% |

| | | | | | |
|---------|---|------------|----|----|---|
| | | | | | Bangladesh - 1% Pakistán - 1% |
| '610832 | Camisones & pijamas, de punto, de fibras sintéticas o artificiales para mujeres | Estrella | 18 | 0% | China - 96% Hong Kong - 1% Indonesia - 0,4% |
| '610821 | Bragas & calzones, de punto, de algodón para mujeres | Estrella | 21 | 0% | China - 81% India - 2% Bangladesh - 1% |
| '610462 | Pantalones & pantalones cortos, de punto, de algodón para mujeres | Estrella | 21 | 0% | China - 69% Bangladesh - 5% Argentina - 3% |
| '611241 | Bañadores, de punto, de fibras sintéticas o artificiales para mujeres | Prometedor | 22 | 0% | China - 88% Colombia - 6% Brasil - 1% |
| '620432 | Chaquetas, de punto, de algodón para mujeres | Prometedor | 13 | 0% | China - 77% Panamá - 5% India - 4% |
| '610721 | Camisones & pijamas , de punto, de algodón para hombres | Prometedor | 11 | 0% | China - 87% India - 7% Bangladesh - 2% |

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Chile se mantiene como el segundo importador mundial de prendas y complementos de vestir (US\$ 2 503 millones en 2016) ubicándose encima únicamente de México. Si bien es cierto, el grueso de las compras chilenas provienen de proveedores asiáticos como China, Bangladesh, India y Vietnam; Perú es el séptimo suplidor.

Durante los últimos cinco años, tanto las ventas en valor como en volumen de prendas de vestir en Chile no se han visto afectadas por la desaceleración de su economía; por el contrario, experimentaron un crecimiento medio anual de 5%. Asimismo, nuevas marcas internacionales ingresaron al mercado chileno, lo que ayudó a sustentar el dinamismo de las ventas. Entre las más importantes se encuentran H&M, Forever 21, Banana Republic, Under Armour & Carter's.

Cuadro N° 11

| Sector Manufacturas Diversas | | | | | |
|------------------------------|-------------------------------------|---------------|------------------------------------|--------------|---|
| Partida | Descripción | Clasificación | Importaciones 2016 (Millones US\$) | Arancel Perú | Participación Competidores |
| '300490 | Medicamentos para usos terapéuticos | Estrella | 603 | 0% | EE.UU. - 14% Alemania - 13% Canadá - 7% |
| '848180 | | Estrella | 202 | 0% | China - 31% |

| | | | | | |
|---------|---|----------|-----|----|---|
| | Artículos de grifería y órganos reguladores similares para tuberías | | | | EE.UU. - 25% Italia - 5% |
| '330300 | Perfumes y aguas de tocador | Estrella | 194 | 0% | EE.UU. - 39% España - 17% Francia - 15% |
| '392690 | Manufacturas de plástico varias | Estrella | 178 | 0% | China - 45% EE.UU. - 14% Italia - 5% |
| '690890 | Placas y baldosas de cerámica | Estrella | 185 | 0% | China - 36% Brasil - 12% Argentina - 6% |
| '732611 | Bolas y artículos similares para molinos | Estrella | 160 | 0% | China - 98% EE.UU. - 1% |
| '840999 | Partes identificables destinadas a motores de embolo | Estrella | 118 | 0% | EE.UU. - 43% Alemania - 7% Brasil - 5% |
| '721049 | Productos planos de hierro o acero sin alear | Estrella | 106 | 0% | China - 95% Turquía - 3% Brasil - 1% |
| '401110 | Neumáticos de caucho para automóviles de turismo | Estrella | 106 | 0% | China - 46% Brasil - 11% Corea - 8% |
| '330499 | Preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel | Estrella | 920 | 0% | Francia - 22% EE.UU. - 15% España - 9% |

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

VII. Tendencias del Consumidor

- **MÁS DEL 70% DE CHILENOS DICE COMER DE FORMA SALUDABLE.** Los principales argumentos que los encuestados señalan al momento de dar esta relevancia son el poder ingerir mayor cantidad de alimentos y nutrientes, viéndolo como una forma de renovar energías y lograr terminar de la mejor forma el día
- **UNA SOCIEDAD MÁS ABIERTA E INCLUSIVA.** Para 2020 dos factores clave definirán al mercado chileno: el cambio de la sociedad ultra conservadora por una más liberal y la inclusión de las clases más bajas a la cadena de consumo.

- **CRECIMIENTO DEL CRÉDITO DE CONSUMO.** Chile es una de las sociedades más bancarizadas de Latinoamérica, lo cual explica las 45,9 millones de tarjetas de crédito existentes equivalente a 2,7 tarjetas por habitante.
- **TENDENCIAS DE CONSUMO MÁS GLOBALES.** Entre los consumidores de la región, el perfil de los chilenos es el que más se acerca a los estándares globales. Por ejemplo existe una importante proporción de chilenos que optan por comer fuera de casa más seguido, los alimentos orgánicos han adquirido mayor popularidad y las ventas de libros sobre estilo de vida se han dinamizado.
- **SUSTITUIR EN VEZ DE REPARAR.** Los chilenos acostumbrados a reparar sus pertenencias durante décadas, ahora sustituyen sus productos tecnológicos cada vez más rápido. Ello, en parte, es explicado por la gran cantidad de tratados de libre comercio que ha firmado el país, lo que está haciendo los aparatos importados más asequibles.
- **EL AUGE DE LA AGROEXPORTACIÓN DISPARA LA DEMANDA DE MAQUINARIAS Y REPUESTOS.** El desarrollo de la actividad agrícola ha dinamizado la importación de bienes de capital y repuestos de maquinaria agrícola.

VIII. Cultura de Negocios⁴

En un contexto globalizado, la comunicación intercultural se ha convertido en una herramienta básica para los negocios que se realizan entre personas de diferentes grupos culturales. Esta permite comunicarse de forma óptima al tener en cuenta las necesidades básicas para tener éxito: entender el comportamiento y la forma de pensar de los demás.

Tener conocimiento sobre la cultura de un país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y consideración y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo.

En Chile, como en la mayoría de países de América Latina, las relaciones personales son altamente valoradas. Es usual que primero se busque conocer a la persona antes de hacer negocios y se suele negociar con directivos de mando medio.

El ambiente de la negociación es más formal que en otros países de América Latina y la toma de decisiones es muy jerárquica. Se suele tratar a los interlocutores de Señor/Señora o Don/Doña en vez de doctor, ingeniero o Licenciado¹⁵.

Las reuniones de negocios deben ser solicitadas con 2 o 3 semanas de anticipación y confirmadas días antes del día pactado. La negociación, a pesar de tener un ritmo rápido, se puede volver larga. Además, los chilenos no dudan en interrumpir si sienten que es necesario.

A continuación se detallan algunos consejos adicionales:

- Las tarjetas deben estar impresas en español en inglés, siempre.
- Las reuniones de negocios deben ser solicitadas con 1 o 2 semanas de anticipación.
- Se debe asistir puntualmente a las reuniones aunque la contraparte demore en llegar. Generalmente la tolerancia es de entre 5 y 15 minutos.
- La forma correcta de dirigirse es utilizando “señor” o “señora”, seguido del apellido paterno.
- El lenguaje y la elocuencia son características apreciadas en una conversación.

⁴ www.santandertrade.com

- No señale o realice gestos con el dedo. Utilice las manos para gesticular.
- Es común el saludo por medio de apretón de manos, y besos en ambas mejillas en el caso de las mujeres.
- No pierda la oportunidad de socializar al terminar la semana. Es común se invitado a tomar un café o a un partido de fútbol.
- Evitar comentar o preguntar sobre temas políticos entre Chile y Argentina.

IX. Links de interés

Cuadro N° 12

| Entidad | Enlace |
|---|---|
| Banco Central de Chile | http://www.bcentral.cl/ |
| Banco Estado de Chile | http://www.bancoestado.cl/ |
| Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile | http://www.minrel.gob.cl/ |
| Dirección de Promoción de Exportaciones - PROCHILE | http://www.prochile.gob.cl/ |
| Servicio Nacional de Aduanas de Chile | 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/ |
| Asociación de Exportadores de Fruta de Chile - ASOEX | http://www.asoex.cl/ |
| Servicio Agrícola y Ganadero de Chile - SAG | http://www.sag.gob.cl/ |

X. Eventos Comerciales

Cuadro N° 13

| Nombre Oficial del Evento Comercial | Sector | Lugar | Fecha | Enlace |
|-------------------------------------|--------------|------------|-----------------------------------|---|
| Espacio Food & Service 2018 | Alimentos | Santiago | Del 12 al 14 de setiembre de 2017 | http://www.espaciofoodservice.cl/ |
| Expocorma 2017 | Forestal | Concepción | Del 08 al 10 de noviembre de 2017 | http://www.expocorma.cl/ |
| Expomin 2018 | Industrial | Santiago | Del 23 al 27 de abril de 2018 | http://www.expomin.cl/ |
| Print Santiago 2018 | Editorial | Santiago | Del 09 al 11 de octubre de 2018 | http://www.printsantiago.cl/ |
| EDIFICA 2018 | Construcción | Santiago | Del 04 al 07 de octubre de 2018 | http://www.edifica.cl/ |

Fuente: Feriasinfo Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

XI. Bibliografía

- Trademap
www.trademap.org
- Euromonitor International
www.euromonitor.com
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Perú
www.sunat.gob.pe
- CIA, The World Factbook

- www.cia.gov
- **Fondo Monetario Internacional (FMI)**
www.imf.org
- **Global Trade**
<http://www.gtis.com/GTA/>
- **Market Access Map**
www.macmap.org
- **Doing Business**
www.doingbusiness.org
- **Acuerdos Comerciales del Perú**
www.acuerdoscomerciales.gob.pe
- **NFerias**
<http://www.nferias.com/>