

DEPARTAMENTO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS



GUÍA DE MERCADO MULTISECTORIAL

CHILE

2018



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.....	18
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.

Chile ha sido una de las economías de mayor crecimiento en Latinoamérica de las últimas dos décadas. Durante este periodo, el ingreso per – cápita del país se duplicó en términos reales. De acuerdo al Banco Mundial, la pobreza también se redujo del 26% (2000) a 8% (2016); sin embargo, la desigualdad de ingresos es la más elevada de la región.

Luego de cuatro años consecutivos de sostenido decrecimiento, las importaciones chilenas mostraron un ligero avance de 1,1% en 2017 como consecuencia de la mayor demanda de hidrocarburos como aceites crudos de petróleo y gas natural, fuentes clave para asegurar el suministro energético del país. Los principales proveedores son China (22% de participación), Estados Unidos (18%), Brasil (9%), Argentina (5%) y Alemania (4%); en tanto, Perú es el suplidor número 14° con una participación de 1,5%.

Las exportaciones peruanas a Chile sumaron US\$ 1 042 millones en 2017, 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; sin embargo, se pudo notar un punto de inflexión en 2017, año en el cual los envíos se incrementaron en 2,8% debido a las mayores ventas de gas natural, productos metal – mecánicos y agropecuarios.

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 alrededor de 7 millones de personas, 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	2014	2015	2016	2017	2018*
Crecimiento del PBI (%)	1,9	2,3	1,6	1,4	2,5
PBI per cápita* (US\$)	21 956	22 217	22 337	22 409	22 731
Tasa de inflación (%)	4,4	4,3	3,8	2,3	2,7
Tasa de desempleo (%)	6,4	6,2	6,5	7,0	6,8

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

a. Producto Bruto Interno total

Chile ha sido una de las economías de mayor crecimiento en Latinoamérica de las últimas dos décadas. Durante este periodo, el ingreso per – cápita del país se duplicó en términos reales. De acuerdo al Banco Mundial, la pobreza también se redujo del 26% (2000) a 8% (2016); sin embargo, la desigualdad de ingresos es la más elevada de la región.

Como consecuencia de la debilidad de la demanda externa y los menores precios del cobre, el crecimiento del PBI chileno promedio 2% en los últimos años, muy por debajo de las tendencias históricas. Asimismo, la desaceleración en el consumo y la disminución en lo que respecta a inversión extranjera impactaron negativamente el desempeño del país. Pese a ello,

la economía chilena muestra positivas perspectivas a mediano plazo y se espera que el PBI real se expanda en 2,5% en 2018.

b. Nivel de empleo

El desempleo fue de 7,0% en 2017 y se espera que se disminuya ligeramente a 6,8% 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 2,3% en 2017 y se espera una tasa de 2,7% en 2018, ambas dentro del rango meta del Banco Central estipulado entre 2% y 4%. En la actualidad, la política monetaria chilena es claramente acomodaticia, lo cual se refleja en tasas de interés más bajas que las registradas históricamente.

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	=	605,857 CLP	
Dólar Estadounidense		Peso Chileno	
1 USD = 605,857 CLP	↔	1 CLP = 0,0016506 USD	
1,00 PEN	=	186,053 CLP	
Sol Peruano		Peso Chileno	
1 PEN = 186,053 CLP	↔	1 CLP = 0,0053748 PEN	

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

3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos¹

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; asimismo, el inicio de la huelga de trabajadores durante el primer trimestre del año anterior propició una caída en la producción cuprífera en 2017.

Por otro lado, el sector manufacturero representa 11% del PBI y emplea 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 cayó en 0,6% en 2017.

En tanto, el sector agropecuario emplea al 9,5% 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. Sin embargo, las condiciones climáticas adversas ralentizaron el crecimiento del sector en 2017.

¹ Euromonitor International: United Kingdom – Country Profile 2016 / CIA Worldfactbook
Inteligencia de Mercados

Por último, la importancia del sector servicios se ha incrementado constantemente en los últimos años y representa alrededor del 64% del PBI. El valor real de los ingresos por turismo aumentó 4,3% en 2017 y se anticipan ganancias de 2,6% en 2018. El sector bancario chileno se encuentra bien capitalizado y muestran positivos índices de liquidez y rentabilidad; aunque se está implementando un esquema más estricto de supervisión financiera basada en los requisitos de Basilea III. Por otro lado, en el sector minorista varias empresas exitosas han dejado atrás el mercado nacional y 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 2018

Criterios	Chile	Perú	México	Colombia	Costa Rica	Panamá	Uruguay
Facilidad de hacer negocios	55	58	49	59	61	79	94
Apertura de un negocio	65	114	90	96	127	39	61
Manejo permiso de construcción	15	61	87	81	70	88	161
Acceso a electricidad	44	63	92	81	21	18	50
Registro de propiedades	61	44	99	60	49	83	112
Obtención de crédito	90	20	6	2	12	29	68
Protección de los inversores	57	51	62	16	119	96	132
Pago de impuestos	72	121	115	142	60	180	106
Comercio transfronterizo	68	92	63	125	73	54	151
Cumplimiento de contratos	56	63	41	177	129	148	112
Insolvencia	52	84	31	33	131	107	66

Fuente: Doing Business 2018

Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

El Perú se encuentra en la posición 58° en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Chile se ubica en la posición 55°. Cabe recalcar que Perú cayó cuatro posiciones con respecto al ranking DB2017, mientras que Chile escaló 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 aumentó las tasas impositivas corporativas de 20% 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	2013	2014	2015	2016	2017	Var. % Prom. 17/13	Var% 17/16
Exportaciones	76 770	75 113	62 181	60 597	65 883	-3,8	8,7
Importaciones	79 347	72 849	62 496	58 808	59 483	-7,0	1,1
Balanza comercial	-2 578	2 263	-314	1 788	6 400	-	-
Intercambio comercial	156 117	147 962	124 677	119 405	125 365	-5,3	5,0

Fuente: GTA Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Durante el periodo 2013 - 2016, las exportaciones de Chile mostraron una tendencia a la baja debido a las menores cotizaciones de los commodities y la desaceleración de la demanda exterior, especialmente de China; sin embargo, en 2017, se pudo notar una recuperación en sus envíos, los cuales experimentaron un crecimiento interanual de 8,7% como consecuencia de la apreciación del cobre y el buen desempeño mostrado por los productos pesqueros básicamente.

De similar modo, luego de cuatro años consecutivos de sostenido decrecimiento, las importaciones chilenas mostraron un ligero avance de 1,1% en 2017 como consecuencia de la mayor demanda de hidrocarburos como aceites crudos de petróleo y gas natural, fuentes clave para asegurar el suministro energético del país. Los principales proveedores son China (22% de participación), Estados Unidos (18%), Brasil (9%), Argentina (5%) y Alemania (4%); en tanto, Perú es el suplidor número 14° con una participación de 1,5%.

4.1 Intercambio Comercial Perú – Chile

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

Indicadores	2013	2014	2015	2016	2017	Var. % 17/16	Var. % Prom. 17/13
Exportaciones	1 685	1 544	1 078	1 012	1 042	2,8	-11,4
Importaciones	1 275	1 232	1 161	1 112	1 161	4,4	-2,3
Balanza Comercial	410	312	-83	-100	-120	N/A	N/A
Intercambio Comercial	2 960	2 776	2 239	2 124	2 201	3,6	-7,1

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

Las exportaciones peruanas a Chile sumaron US\$ 1 042 millones en 2017, 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; sin embargo, se pudo notar un punto de inflexión en 2017, año en el cual los envíos se incrementaron en 2,8% debido a las mayores ventas de gas natural, productos metal – mecánicos y agropecuarios. Por otro lado, las importaciones peruanas desde Chile mostraron un panorama similar y se recuperaron en 4,4% en 2017. 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	2016	2017	Var.% 17/16
TRADICIONAL	389	391	0,5
<i>Minero</i>	317	260	-18,1
Cobre	176	125	-28,9
Metales Menores	108	108	-0,1
Zinc	16	20	27,1
Plata	3	4	23,2
Resto	15	3	-77,5
<i>Pesquero</i>	47	62	31,5
Harina De Pescado	29	33	10,8
Aceite De Pescado	18	30	65,1
<i>Petróleo Y Gas Natural</i>	23	67	194,6
Petróleo, Derivados	23	67	194,6
<i>Agrícolas</i>	1	1	-1,0
Café	1	1	-2,3
Resto	0	0	266,1
NO TRADICIONAL	623	651	4,4
Químico	172	162	-5,7
Agropecuario	144	150	4,2
Metal - Mecánico	90	103	14,0
Minería No Metálica	82	84	1,4
Textil	54	59	9,9
Maderas Y Papeles	38	47	24,2
Sidero - Metalúrgico	23	25	5,7
Varios (Inc. Joyería)	15	14	-1,9
Pesquero	5	7	50,2
Pieles Y Cueros	1	0	-43,0
TOTAL GENERAL	1 012	1 042	2,9

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Las exportaciones tradicionales (US\$ 391 millones) mostraron un ligero incremento de 0,5% como consecuencia directa de la mayor demanda de gas natural (+ US\$ 24 millones) y aceite de pescado (+US\$ 12 millones) que pudo compensar las menores ventas de cobre.

En tanto, los envíos no tradicionales (US\$ 651 millones) experimentaron una expansión de 4,4% como consecuencia de la mayor demanda de manufacturas diversas, particularmente de los sectores metal – mecánico, minería no metálica y

maderas & papeles. Asimismo, el sector agropecuario continuó mostrando un crecimiento sostenido al incrementar sus envíos en 4,2% debido al dinamismo de las exportaciones de alimentos procesados como aceite de palma, cerveza de malta, leche evaporada y aceitunas conservadas provisionalmente.

Cuadro N° 6

Chile: Principales productos no tradicionales (US\$ Millones)									
Partida	Descripción	2013	2014	2015	2016	2017	Var. % Prom. 17/13	Var.% 17/16	% Part. 2017
6908900000	Placas y baldosas cerámicas	61	51	64	56	45	-7,3	-19,5	7
2807001000	Ácido sulfúrico	89	54	73	44	26	-26,4	-40,2	4
1902190000	Pastas alimenticias sin cocer	20	19	21	21	16	-5,5	-25,8	2
2523100000	Cementos sin pulverizar	-	6	11	7	13	-	81,6	2
3920209000	Envases flexibles de polipropileno	15	13	14	13	13	-3,2	-2,4	2
1511900000	Aceite de palma	0,4	7	8	6	11	132,3	82,7	2
2203000000	Cerveza de malta	5	5	7	9	11	24,8	25,9	2
2835250000	Fosfato dicálcico	20	15	14	10	10	-15,2	0,9	2
0804400000	Paltas frescas	0,5	3	13	12	10	113,5	-19,8	2
7326110000	Bolas para molinos	0,5	3	6	3	9	111,9	268,1	1
	Resto	545	499	459	441	485	-2,9	10,0	75
	TOTAL	756	675	690	623	651	-3,7	4,4	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\$ 45 millones y representan 7%; asimismo, productos como las paltas frescas han experimentado un fuerte dinamismo al aumentar sus envíos de US\$ 500 mil (2013) a US\$ 10 millones (2017).

V. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias²

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.

² 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	1°	China - 26% Brasil - 13% Argentina - 7%	6,00%	0%
2	280700	Ácido sulfúrico	1°	México - 18% Corea Sur - 14% Japón - 9%	6,00%	0%
3	190219	Pastas alimenticias sin cocer	1°	Argentina - 32% Italia - 9% Costa Rica - 5%	6,00%	0%
4	252310	Cementos sin pulverizar, Clinker	2°	Corea Sur - 46% Tailandia - 7% China - 7%	6,00%	0%
5	392020	Placas y láminas de polímeros no celulares de propileno	1°	Ecuador - 21% Colombia - 14% Bélgica - 7%	6,00%	0%
6	151190	Aceite de palma y sus fracciones	1°	Malasia - 29% Colombia - 19% Indonesia - 9%	6,00%	0%
7	220300	Cerveza de malta	4°	EE.UU. - 47% México - 29% Alemania - 7%	6,00%	0%
8	283525	Fosfato dicálcico	1°	China - 16% Alemania - 4% Túnez - 3%	6,00%	0%
9	080440	Paltas frescas	1°	México - 5% Israel - 2%	6,00%	0%
10	732611	Bolas y artículos similares para molinos	3°	China - 98%	6,00%	0%

EE.UU. - 1%
Sudáfrica - 0,2%

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 comercialización

Alimentos

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 "Siguiendo" 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 2017 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'200410	Patatas preparadas o conservadas sin vinagre, congeladas	Estrella	82	0%	Bélgica - 50% Holanda - 27% Argentina - 12%
'080390	Plátanos frescos	Estrella	73	0%	Ecuador - 99% Bolivia - 0,4% Filipinas - 0,2%
'180400	Manteca de cacao	Estrella	22	0%	Brasil - 77% C. Marfil - 14% Malasia - 5%
'090121	Café tostado sin descafeinar	Prometedor	21	0%	Italia - 34% Reino U. - 16% EE.UU. - 15%
'080550	Limonos frescos	Prometedor	12	0%	EE.UU. - 47% Colombia - 10%
'200949	Jugo de piña, sin fermentar, incl. Con adición de azúcar	Prometedor	11	0%	Tailandia - 46% Brasil - 27% Sudáfrica - 23%
'080440	Paltas frescas	Prometedor	11	0%	México - 5% Israel - 2%
'071120	Aceitunas conservadas provisionalmente	Prometedor	8	0%	Argentina - 20% Grecia - 2%

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

A pesar de que la economía chilena se ha venido desacelerando en los últimos años, el motor del crecimiento de las ventas de alimentos ha sido básicamente la “premiumización”; es decir, las mayores preferencias por productos de mayor calidad y que, incluso, podrían considerarse dentro de la categoría specialty o gourmet. Asimismo, con la implementación de las regulaciones de etiquetado, se espera que a largo plazo la demanda de productos saludables, particularmente aquellos que ofrezcan ingredientes 100% naturales y credenciales nutricionales como “sugar free” o “fat free”, se dinamicen notablemente por lo que se espera que las ventas de esta clase de productos se vean beneficiadas notablemente con un crecimiento medio anual de 10% para el periodo 2016 – 2021.

En este contexto, productos de la oferta exportable peruana como frutas frescas (plátanos orgánicos, paltas y limones) podrían tener amplias posibilidades de expansión en la plaza sureña. Del mismo modo, las aceitunas conservadas y los cafés especiales mostrarían un alto potencial de demanda en los segmentos premium / gourmet. Finalmente, la creciente apertura de tiendas especializadas en productos orgánicos y superfoods, muestra el mayor inter

Cuadro N° 9

Sector Pesca & Acuicultura					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2017 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'160420	Preparaciones y conservas de pescado (exc. Entero o en trozos)	Estrella	51	0%	Colombia – 48% Tailandia – 26% Ecuador – 12%
'030617	Langostinos congelados	Estrella	36	0%	China – 56% Ecuador – 36% Argentina – 1%
'160529	Langostinos preparados o conservados	Prometedor	9	0%	China – 79% Tailandia – 12% Ecuador – 9%

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\$ 253 millones en 2017, lo que significó un crecimiento interanual de 24,4%. Este comportamiento ha sido consecuencia de una mayor demanda de conservas de pescado, tanto de atún como de otras especies, y de 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 y gourmet, 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
'610342	Pantalones y shorts, de punto, de algodón para hombres	Prometedor	21	0%	China - 64% Camboya - 9% Malasia - 6%
'610462	Pantalones y shorts, de punto, de algodón para mujeres	Prometedor	20	0%	China - 72%

					Bangladesh - 5% Camboya - 2%
'620444	Vestidos de fibras artificiales para mujeres	Prometedor	18	0%	China - 65% India - 17% Italia - 2%
'611420	Prendas de vestir especiales para uso profesional o deportivo	Prometedor	10	0%	China - 71% Bangladesh - 11% Turquía - 2%
'621111	Bañadores para hombres o niños	Prometedor	10	0%	China - 91% Indonesia - 1% Bangladesh - 1%

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

Chile se mantiene como el segundo importador latinoamericano de prendas y complementos de vestir (US\$ 2 320 millones en 2017) 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 sétimo 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 2017 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'300490	Medicamentos para usos terapéuticos	Estrella	603	0%	EE.UU. - 14% Alemania - 13% Canadá - 7%
'848180	Artículos de grifería y órganos reguladores similares para tuberías	Estrella	202	0%	China - 31% 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

- **EL PODER MILENNIAL.** Los millennials representan el 48% de la población chilena por lo cual se han convertido en el principal foco de los nuevos lanzamientos y desarrollos de productos. Además, son el motor de las compras online en el país.
- **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.
- **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 Negocios³

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.
- 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/

³ www.santandertrade.com

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