

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

información

2013

Guía de Mercado

CHILE

Sectores de importancia



*prom*  
perú

## **Contenido**

---

- 1. Resumen ejecutivo**
- 2. Situación económica y de coyuntura de Chile**
- 3. Comercio exterior de Chile**
  - 3.1 Intercambio comercial de Chile-Mundo**
    - 3.1.1. Intercambio comercial de bienes**
    - 3.1.2. Intercambio comercial de servicios**
  - 3.2. Intercambio comercial Perú- Chile**
- 4. Acceso a mercados**
  - 4.1 Barreras arancelarias**
  - 4.2 Barreras no- arancelarias**
  - 4.3 Propiedad Intelectual y Propiedad Industrial**
  - 4.3 Distribución y transporte de mercaderías**
- 5. Cultura de negocios**
- 6. Oportunidades comerciales**
  - 6.1. Consumo en Chile por líneas de productos**
  - 6.2. Oportunidades en el sector alimentos**
  - 6.3. Oportunidades en prendas de vestir y calzado**
  - 6.4. Oportunidades en el sector minero**
  - 6.5. Oportunidades en el sector construcción**
  - 6.6. Oportunidades en el sector software**
  - 6.7. Oportunidades en el sector editorial**
  - 6.8. Oportunidades en el sector de centros de contacto**
  - 6.9. Oportunidades en el sector de servicios de arquitectura**
- 7. Acuerdos comerciales de Chile**
- 8. Acuerdo para evitar la doble imposición**
- 9. Links de interés**

## 1. Resumen ejecutivo

La economía chilena es una de las más sólidas y pujantes de América Latina. En 2012, el PBI de chileno tuvo un incremento de 5.3%, el segundo mayor crecimiento de la región; y se proyecta que este país continuará en crecimiento aunque porcentajes menores a los experimentados recientemente (4.2% en 2013).

Las importaciones chilenas de bienes sumaron US\$ 70,566 millones en 2012, con lo cual registró un aumento promedio anual de 6.2% entre los años 2008 y 2012. Los principales proveedores de este país, en 2012, fueron Estados Unidos (22.0% del total), China (17.7%), Argentina (7.5%) y Brasil (7.3%).

En el caso de los servicios, en 2012, las importaciones chilenas fueron US\$ 13,500 millones, 8.8% menos que el año anterior. Cabe señalar que las compras externas de Chile de otros servicios (distintos al transporte y el turismo) sumaron US\$ 3,367 millones en 2011 (13.2% más que en el año 2010), y representaron 24.8% de las importaciones totales de servicios de este país.

Las exportaciones peruanas a Chile, el año 2012, aumentaron 2.4% al sumar US\$ 1,996 millones, aunque el 65.3% de estas ventas correspondió a productos tradicionales (cobre, molibdeno y petróleo principalmente). Sin embargo, son las exportaciones con valor agregado las que vienen incrementándose en forma sostenida a Chile y, entre los años 2008 y 2012 aumentaron en 13.4% en promedio anual.

Chile fue el quinto mercado a nivel mundial para los productos no tradicionales peruanos, y se constituyó en un destino fundamental para varios sectores de exportación del Perú, así Chile fue principal mercado para el sector químico, el tercer mercado para los sectores metalmeccánico y, maderas y papeles, y el cuarto mercado para el sector minero no metálico.

En 2012, las exportaciones peruanas no tradicionales a Chile sumaron US\$ 693 millones, 14.1% más que el año anterior. Los sectores que tuvieron los mayores valores de venta fueron químico (US\$ 271 millones), textil (US\$ 79 millones), agropecuario (US\$ 76 millones) y metalmeccánico (US\$ 74 millones). Mientras que los que registraron incrementos significativos en las exportaciones a este país, en 2012, fueron químico (US\$ 61 millones adicionales), siderometalúrgico (US\$ 29 millones) y minería no metálica (US\$ 10 millones).

Chile es un mercado de 17.1 millones de consumidores, los cuales tienen uno de los mayores poderes de compra de América Latina. Este país brinda importantes oportunidades de negocio a los productos peruanos porque tenemos un idioma común, cercanía geográfica y cultural, además la mayoría de productos peruanos negociados en el acuerdo comercial entre el Perú y Chile (ACE 38 y ALC) ya ingresan con arancel cero al mercado chileno. Por ello en esta guía se presenta las oportunidades de negocios que brindan los sectores de alimentos, prendas de vestir y calzado, minero, construcción y software.

## 2. Situación económica y de coyuntura

La economía chilena es una de las más sólidas y pujantes de América Latina. En 2012, el PBI de chileno tuvo un incremento de 5.3%, con lo cual fue el segundo país de la región con mayor crecimiento después del Perú (6.3%).

Este aumento de la producción en Chile, en 2012, se dio principalmente por un escenario externo más benigno a lo esperado y por el aumento de la demanda interna (7.1% de variación), impulsada por la creciente confianza de los consumidores y las empresas. Cabe señalar que los sectores productivos que más crecieron, el año pasado, fueron comercio, comunicaciones y construcción<sup>1</sup>.

**Cuadro N°1**

Indicadores Económicos en Chile						
	2008	2009	2010	2011	2012*	2013**
Crecimiento real del PBI (%)	3.3	-1.0	6.1	6.0	5.3	4.2
PBI per cápita (US\$)	10,677	10,229	12,658	14,972	16,604	17,861
Tasa de inflación (%)	7.1	-1.4	3.0	4.4	3.1	2.3
Tasa de desempleo (%)	7.8	9.6	8.2	7.2	6.5	7

Fuente: Business Monitor. Elaboración: PROMPERÚ. \*Estimado, \*\*Proyectado

Se proyecta que la economía de Chile continuará en crecimiento en los próximos años, pero en porcentajes menores a los experimentados en 2012 y 2011; lo cual se dará por el menor dinamismo de la demanda interna y un débil crecimiento en el resto del mundo<sup>2</sup>. A pesar de ello, Chile seguirá siendo uno de los países con mayor dinamismo de América Latina, y el PBI chileno aumentará 4.2% y 4.6% en 2013 y 2014, respectivamente.

## 3. Comercio exterior de bienes

### 3.1 Intercambio comercial Chile – Mundo

#### 3.1.1 Intercambio comercial de bienes

En 2012, el intercambio comercial de bienes de Chile con el mundo ascendió a US\$ 147,357 millones (0.5% más que en 2011), mientras que el superávit comercial (US\$ 6,225 millones) fue considerablemente menor al registrado en años previos, en vista de la disminución de las exportaciones en 4.6% y el aumento de las importaciones en 6.6%.

**Cuadro N°2**

Intercambio Comercial Chile - Mundo (Cifras en millones de US\$ )							
Indicadores	2008	2009	2010	2011	2012	Var. % Prom	Var. % 12/11
Exportaciones	69,180	49,974	67,225	80,465	76,791	2.8	-4.6
Importaciones	56,475	38,402	52,560	66,207	70,566	6.2	6.6
Balanza	12,705	11,572	14,666	14,258	6,225		
Intercambio Comercial	125,654	88,375	119,785	146,673	147,357	4.3	0.5

Fuente: Datamyne. Elaboración: PROMPERÚ

<sup>1</sup> BBVA Research –Situación Chile

<sup>2</sup> BBVA Research –Situación Chile

Las importaciones chilenas de bienes sumaron US\$ 70,566 millones en 2012, con lo cual registró un aumento promedio anual de 6.2% entre los años 2008 y 2012. Los principales proveedores de este país, en 2012, fueron Estados Unidos (22.0% del total), China (17.7%), Argentina (7.5%) y Brasil (7.3%).

Los países de América Latina representaron 29.0% del total de estas compras chilenas en 2012, y el Perú explicó 2.9%. Esta situación que indica que nuestro país tiene posibilidades importantes de aumentar las ventas al mercado chileno, especialmente de productos con valor agregado, dado que este tipo de productos solo explica 34.7% del total exportado por el Perú al vecino país del sur.

De acuerdo a estudios especializados, las importaciones de bienes en Chile continuaran incrementándose aunque a un menor ritmo que el registrado en los últimos años. Este crecimiento será impulsado por el consumo interno, tanto a nivel de las empresas como de las familias.<sup>3</sup>

### 3.1.2 Intercambio comercial de servicios

El intercambio comercial de servicios entre Chile y el mundo sumó US\$ 26,800 millones en 2012, con lo cual experimentó un aumento de 16.2% respecto al año anterior. Cabe señalar que históricamente este país ha tenido una balanza de servicios negativa, y el último año este déficit alcanzó US\$ 200 millones.

Cuadro Nº 3

Intercambio de Servicios Chile - Mundo (Cifras en millones de US\$ )							
Indicadores	2008	2009	2010	2011	2012*	Var. % Prom	Var. % 12/11
Exportaciones	10,700	8,500	10,800	12,400	13,300	6.1	7.3
Importaciones	11,900	10,500	12,600	14,800	13,500	3.4	-8.8
Balanza	-1,200	-2,000	-1,800	-2,400	-200		
Intercambio Comercial	22,600	19,000	23,400	27,200	26,800	4.6	16.2

Fuente: Business Monitor. Elaboración: PROMPERÚ.

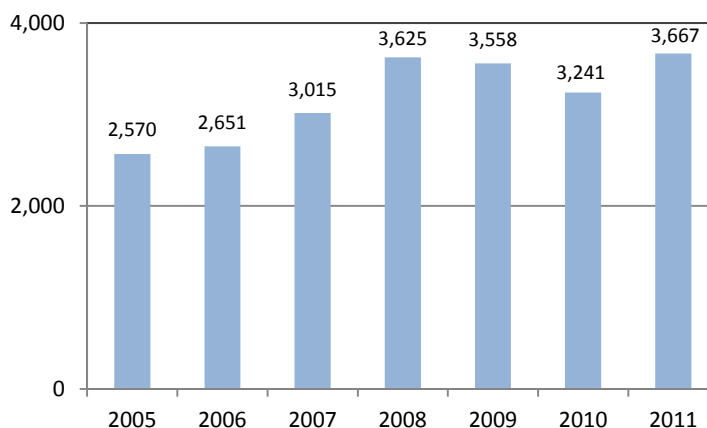
En 2012, las importaciones chilenas de servicios fueron US\$ 13,500 millones, 8.8% menos que el año anterior; mientras que entre los años 2008 y 2012, estas compras aumentaron 3.4% en promedio anual. Por otro lado, estudios especializados señalan que, en los próximos años, los servicios crecerán en Chile a un ritmo mayor al del resto de sectores.<sup>4</sup>

Según cifras de la UNCTAD, las importaciones chilenas de otros servicios (distintos al transporte y el turismo) sumaron US\$ 3,367 millones en 2011 (13.2% más que en el año 2010), y representaron 24.8% de las importaciones totales de servicios de este país.

<sup>3</sup> Business Monitor International

<sup>4</sup> BBVA Research – Situación Chile

**Gráfico N° 1**  
**Importaciones chilenas de otros servicios**  
**(no se incluye transporte ni turismo)**  
**Millones de US\$**



Fuente: UNCTAD

### 3.2 Comercio entre el Perú y Chile

El comercio de bienes entre el Perú y Chile, en 2012, totalizó US\$ 3,188 millones y fue superavitaria para nuestro país en US\$ 803 millones. Las exportaciones peruanas al país del sur, el año 2012, aumentaron 2.4% al sumar US\$ 1,996 millones, aunque el 65.3% de estas ventas correspondió a productos tradicionales (cobre, molibdeno y petróleo principalmente).

**Cuadro N°4**

<b>Intercambio Comercial Perú - Chile</b> <b>(Cifras en millones de US\$ )</b>							
<b>Indicadores</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>Var. % Prom</b>	<b>Var. % 12/11</b>
Exportaciones	1,745	731	1,373	1,948	1,996	3.6	2.4
Importaciones	1,126	948	1,004	1,288	1,192	1.5	-7.4
Balanza	620	-218	370	661	803		
Intercambio Comercial	2,871	1,679	2,377	3,236	3,188	2.8	-1.5

Fuente: Sunat. Elaboración: PROMPERÚ

Sin embargo, son las exportaciones con valor agregado las que vienen incrementándose en forma sostenida a Chile y, entre los años 2008 y 2012 aumentaron en 13.4% en promedio anual. De esta manera en 2012, Chile fue el quinto mercado a nivel mundial para los productos no tradicionales peruanos, y se constituyó en un destino fundamental para varios sectores de exportación del Perú, así Chile fue principal mercado para el sector químico, el tercer mercado para los sectores metalmecánico y, maderas y papeles, y el cuarto mercado para el sector minero no metálico.

En 2012, las exportaciones peruanas no tradicionales a Chile sumaron US\$ 693 millones, 14.1% más que el año anterior. Los sectores que tuvieron los mayores valores de venta fueron químico (US\$ 271 millones), textil (US\$ 79 millones), agropecuario (US\$ 76 millones) y metal-mecánico (US\$ 74 millones). Mientras que los que registraron incrementos significativos en las exportaciones a este país, en 2012, fueron químico (US\$ 61 millones adicionales), sidero-metalúrgico (US\$ 29 millones) y minería no metálica (US\$ 10 millones).

Cuadro Nº 5

<b>Exportaciones a Chile por sectores económicos (Cifras en millones de US\$ )</b>			
	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>VAR % 12/11</b>
<b>Tradicional</b>	<b>1,341</b>	<b>1,302</b>	<b>-2.9</b>
Mineros	911	630	-30.9
Cobre	596	334	-44
Plomo	1	1	-47
Zinc	15	17	7.1
Estaño	2	2	33.9
Resto	297	276	-6.9
Pesquero	126	129	2.8
Harina de pescado	73	72	-1.4
Aceite de pescado	53	58	8.6
Petróleo y gas natural	302	539	78.7
Petróleo en crudo	210	285	35.4
Petróleo derivados	91	254	178.5
Agrícolas	2	4	87.1
Café	2	4	90.1
<b>No Tradicional</b>	<b>608</b>	<b>693</b>	<b>14.1</b>
Químico	209	271	29.3
Textil	76	79	4.1
Agropecuario	82	76	-7.4
Metal-mecánico	80	74	-6.5
Sidero-metalúrgico	33	63	87.1
Minería no metálica	42	53	25
Maderas y papeles	51	48	-6.6
Pesquero	20	15	-25.2
Varios (inc.joyería)	13	15	11.1
<b>TOTAL</b>	<b>1,948</b>	<b>1,996</b>	<b>2.4</b>

Fuente: Sunat. Elaboración: PROMPERÚ

#### 4. Acceso a mercados

##### 4.1 Barreras arancelarias

Actualmente, gran parte de la oferta peruana ingresan con arancel cero al mercado chileno en el marco del acuerdo comercial firmado entre el Perú y Chile (ACE 38), lo que corresponde aproximadamente al 95% de los productos negociados en este acuerdo. El resto de productos peruanos negociados en el ACE 38 tendrán acceso a Chile libres del pago de aranceles a partir del 1 de julio de 2013<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú)

El Acuerdo de Complementación Económica (ACE N° 38) entre Perú y Chile entró en vigencia el 1 de julio de 1998, y estableció una listas de desgravación de aranceles inmediata, de 5, 10, 15 y 18 años, además de la eliminación de medidas no arancelarias.

Posteriormente, se decidió ampliar el ACE 38 e iniciar, en 2005, las negociaciones de un Acuerdo de Libre Comercio (ALC), el cual mejora y amplía las disciplinas comerciales, incorpora temas de inversiones y de comercio transfronterizo de servicios y establece un sistema más efectivo de solución de controversias comerciales. Además, contiene cláusulas evolutivas para negociar servicios financieros, compras públicas, tratamiento de zonas francas y turismo, entre otros. Este acuerdo está vigente desde el 1 de marzo de 2009.

Chile aplica un arancel general del 6.0% a las importaciones de la mayoría de productos, y por ende tiene una de la estructuras arancelarias más bajas en América Latina. Sin embargo, la Aduana de Chile se reserva el derecho a aplicar algunos precios mínimos para la valuación de las importaciones.

#### **4.2 Barreras no arancelarias**

Se requiere obtener licencias si las importaciones de mercancías exceden los US\$ 3,500 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 que puede ser obtenido y procesado a través de cualquier banco comercial.

Los textiles son permitidos previa obtención de un certificado que acredite el "no contenido de aquellos tintes considerados nocivos y prohibidos", según el Environment (Protection Act) de 1986. Dicho certificado ha de ser facilitado por un laboratorio acreditado en la National Accreditation Agency del país de origen, previo envío de las mercancías.

#### **4.3 Propiedad Intelectual y Propiedad Industrial**

En el TLC Perú – Chile ambos países se comprometieron en proteger la propiedad intelectual dentro de su legislación nacional comprometiéndose a que la defensa de tales derechos no constituya obstáculos al comercio entre ambas naciones.

La ley chilena ampara por igual los derechos de los autores chilenos y extranjeros domiciliados en Chile. Establece, a su vez, que los autores extranjeros no domiciliados en el país gozan de la protección que les sea reconocida en las convenciones internacionales y tratados que Chile ha suscrito y puesto en vigencia.

La cautela de la propiedad intelectual en Chile está a cargo del Departamento de Derechos Intelectuales o DDI. El DDI asigna el término propiedad intelectual a los derechos de autor sobre obras literarias y artísticas y al igual que la legislación peruana incluye el concepto a los derechos conexos (artistas, intérpretes, ejecutantes y productores fonográficos). El derecho de autor no vela la aplicación práctica o el aprovechamiento industrial de la invención intelectual, aspecto que recae en la figura de la propiedad industrial.

La propiedad industrial en Chile se refiere en otras, a las marcas comerciales, inventos, diseños industriales, modelos de utilidad, etc., y están bajo la competencia del Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI) del Ministerio de Hacienda chileno.

Pese a ello, se puede inscribir como obra literaria, el texto que explique el funcionamiento de



un sistema pero, la inscripción mencionada no protege al autor respecto del uso que terceros puedan hacer de la idea expresada sino, del escrito en sí.

### **Registro de Marcas**

El registro de marcas se realiza ante el ente competente, en este caso, el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial o INAPI. Lo primero que se debe hacer es presentar la solicitud respectiva, que debe de contener protección para productos, servicios, establecimientos comerciales, establecimientos industriales o frases de propaganda, establecido la o las clases para que se pide protección con la actividad específica dentro de las respectiva clase. Luego, se hace un examen formal a la solicitud para comprobar si cumple o no los requisitos legales. Aprobado el examen formal, se publica la solicitud en el diario oficial chileno a efectos de que terceros puedan oponerse a la misma.

Por último, haya habido oposición o no, el INPI hace un examen profundo para comprobar que la solicitud de marca no trasgrede alguna de las causales legales. Pasado y aprobado este último examen formal, el Director Nacional del INAPI otorga la resolución administrativa que concede la marca y ulterior registro de la misma. En caso de ser denegada la solicitud de marca se puede apelar ante el Tribunal de Propiedad Industrial.

#### **4.4 Distribución y transporte de mercaderías**

Chile tiene una población de 17 millones de personas, y más de un tercio de ellas residen en Santiago, capital del país. La ciudad de Santiago tiene 6.7 millones de habitantes, y un PBI total de US\$ 104,781 millones y está catalogada como la tercera ciudad de América Latina con mejores condiciones para hacer negocios.

Otra ciudad importante por su población y peso en la economía chilena es Valparaíso, la cual cuenta con 1 millón de habitantes y un PBI total US\$ 13,699 millones. Además, se debe considerar que las regiones del norte de Chile, donde la actividad minera es fundamental, y son las más cercanas a nuestro país (Arica, Tarapacá, Antofagasta, Atacama) cuentan con un PBI per cápita por encima de la media chilena; lo cual significa importantes oportunidades de exportación para la oferta peruana, especialmente de las regiones del sur del Perú.

Chile ha sido pionero en América Latina en el desarrollo de intermediarios con alta eficiencia y fuertes marcas, tales como las tiendas por departamentos Falabella y Ripley, y los que actualmente tienen presencia en otros países de la región como Argentina, Perú, Colombia.

En cuanto a los sistemas transporte, las principales carreteras son la carretera Panamericana que atraviesa el país desde Norte a Sur, conectando el límite peruano con Puerto Montt, la carretera Transoceánica que conecta Valparaíso con la ciudad de Mendoza en Argentina. El extremo sur del país sólo es accesible por carretera desde Argentina.

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<sup>6</sup>.

### **5. Cultura de negocios**

---

<sup>6</sup> Ministerio de Transporte Chile

Mantener algún contacto o reunión previa con las personas que van a participar en la reunión es muy importante para el negociador chileno. Para obtener una cita se recomienda solicitarla con dos semanas de anticipación y reconfirmar este compromiso.

Otro detalle importante a mencionar es que los chilenos son generalmente puntuales, aunque usted o su colega chileno pueden llegar tarde aproximadamente por 15 minutos sin inconveniente, sin embargo no es recomendable llegar 30 minutos después de la hora pactada.

Un firme apretón de manos es normal en los encuentros de negocios. El contacto visual directo es importante, además es importante siempre dirigirse a su interlocutor con sus apellidos y los títulos que ostentan.

Los chilenos mantienen la formalidad en todo lo que hacen, pues consideran que al momento de negociar términos de un contrato se debe tener la seriedad del caso para que no existan malentendidos.

## 6. Oportunidades comerciales

Chile es un mercado de 17 millones de consumidores, los cuales tienen el mayor poder de compra de América Latina (US\$ 18,354 de PBI per cápita –PPA)<sup>7</sup>. Este país brinda importantes oportunidades de negocio a los productos peruanos porque tenemos un idioma común, cercanía geográfica y cultural, además más de 4,000 productos peruanos ingresan a Chile con arancel cero en el marco del ACE 38 y el Acuerdo de Libre Comercio (ALC) que tenemos con este país.

Por otro lado, se debe considerar que las regiones del norte de Chile, donde la actividad minera es fundamental, y son las más cercanas a nuestro país (Arica, Tarapacá, Antofagasta, Atacama) cuentan con un PBI per cápita por encima de la media chilena; lo cual significa importantes oportunidades de exportación para la oferta peruana, especialmente de las regiones del sur del Perú.

### 6.1 Consumo en Chile por líneas de productos

El consumo privado en Chile ascendió a US\$ 161,210 millones en 2012, con lo cual registró un aumento del 8.6% con relación al año anterior. Mientras que en el último quinquenio este consumo se incrementó en 10.5% en promedio anual.

Se proyecta que el consumo privado en Chile continuará creciendo y, este año lo hará en 9.2%, y en 2014 en 4.8%.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> FMI. PBI per cápita PPA Chile: US\$ 18,354 PBI per cápita PPA Perú: US\$ 10,679

<sup>8</sup> Business Monitor International.

**Cuadro Nº 6**  
**Consumo en Chile**  
**Millones de US\$**

<b>Categorías</b>	<b>2,008</b>	<b>2,009</b>	<b>2,010</b>	<b>2,011</b>	<b>2,012</b>
Gastos en alimentos y bebidas no alcohólicas	18,412	17,612	20,857	24,252	26,059
Gasto en alimentos	16,601	15,887	18,820	21,891	23,530
Gastos en bebidas no alcohólicas	1,811	1,725	2,037	2,361	2,529
Gastos en ropa y calzado	6,906	6,822	8,906	10,915	11,724
Gastos en ropa	4,857	4,771	6,206	7,581	8,120
Gastos en calzado	2,049	2,051	2,700	3,334	3,604
Gastos en vivienda	16,350	15,863	19,171	22,587	24,241
Gastos en mantenimiento y reparación de vivienda	2,050	1,986	2,398	2,822	3,026
Gastos en artículos y servicios para el hogar	9,028	8,421	10,366	12,367	13,474
Gastos en muebles, accesorios, alfombras	1,753	1,644	2,033	2,435	2,662
Gastos en textiles para el hogar	418	352	403	447	457
Gastos en electrodomésticos	1,510	1,426	1,747	2,078	2,279
Gastos en vajilla, utensilios, cristalería	411	360	424	485	509
Gastos en hardware, DIY Goods	2,232	2,074	2,547	3,032	3,296
Gastos en productos de salud y servicios médicos	8,222	8,321	10,302	12,433	13,791
Gastos en transporte	18,456	15,532	19,071	22,748	24,754
Gastos en compra de carros, motocicletas y otros	9,238	8,131	10,321	12,681	14,161
Gastos en servicios de transportes	4,242	3,357	3,920	4,454	4,631
Gastos en comunicaciones	3,881	3,764	4,776	5,817	6,450
Gastos en equipos de telecomunicaciones	856	808	1,002	1,193	1,295
Gastos en servicios de telecomunicaciones	3,011	2,945	3,762	4,612	5,143
Gastos en recreación y ocio	6,349	6,104	7,449	8,839	9,631
Gastos en equip. audiovideo, fotografía, proces. información	3,187	3,157	3,929	4,743	5,244
Gastos en servicios culturales y de recreación	987	862	981	1,089	1,117
Gastos en periódicos, revistas, libros, papelería	283	248	280	307	311
Gastos en educación	5,104	5,309	6,495	7,658	8,454
Gastos en hoteles y catering	3,272	2,912	3,488	4,127	4,433
Gastos en catering	2,610	2,414	2,831	3,307	3,500
Gastos en alojamiento	662	497	657	820	933
Gastos en bienes y servicios varios	9,079	8,444	10,396	12,360	13,437
Gastos en cuidado personal	3,840	3,632	4,529	5,447	5,981
Gastos en joyería, platería, relojes, artículos de viaje	618	550	653	750	790
<b>Consumo privado</b>	<b>108,099</b>	<b>102,147</b>	<b>125,007</b>	<b>148,502</b>	<b>161,210</b>

Fuente: Euromonitor. Elaboración: PROMPERÚ.

## 6.2 Oportunidades en el sector alimentos

En 2012, el consumo de alimentos y bebidas no alcohólicas en Chile sumó US\$ 26,059 millones (7.4% más que el año anterior), y representó 16.2% del gasto total de las familias; además registró un incremento del 9.1% en promedio anual en los últimos cinco años. Por otro lado, el consumo per cápita de estos productos en Chile, en 2012, fue uno de los más altos de América Latina al ascender a US\$ 1,496.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Euromonitor

A nivel de subsectores, en 2012, la comida tuvo un mercado de US\$ 23,530 millones, (7.5% de variación respecto al año 2011) y las bebidas no alcohólicas de US\$ 2,529 millones (7.1%). En general el mercado de comidas ha crecido en mayores porcentajes que el de bebidas no alcohólicas en este país en los últimos años.

Se proyecta que el consumo chileno de alimentos y bebidas no alcohólicas en Chile continuará en aumento, aunque a menores tasas a las registradas en años recientes (6.2% en promedio anual hasta el año 2013). Este incremento será impulsado por el mayor poder adquisitivo de la población chilena, lo cual llevará a una mayor demanda de productos alimenticios procesados y oportunidades de lanzar nuevos e innovadores productos con valor agregado<sup>10</sup>.

Las importaciones chilenas de alimentos sumaron US\$ 4,072 millones en 2012, con lo cual se incrementó en 3.9% con relación al año anterior.

### Productos envasados

- En términos de volumen, se espera que las ventas de alimentos envasados registren un ligero descenso en los próximos cinco años, ya que los consumidores con mayor poder de compra están optando por productos frescos o congelados, que se perciben como más saludables.
- Una gran proporción de las ventas en Chile de alimentos envasados corresponde a productos pesqueros, y entre ellos las conservas de jurel explican el 85% debido a su bajo precio y a la importante popularidad que tienen.
- Los productos pesqueros envasados fueron los más dinámicos en el año 2012, al incrementar sus ventas en 7.0% respecto al 2011.
- El precio promedio de los productos envasados en Chile aumentó 5.0% en 2012, debido al alza de precios de los productos más importantes como los tomates envasados y los productos pesqueros envasados.

### Productos congelados

- En 2012, las ventas de pescados y mariscos congelados crecieron 8.0%. Éste crecimiento se explicó por la búsqueda de los consumidores de productos más saludables y prácticos, particularmente filetes de pescado, nuggets con formas (de pescados y dinosaurios).
- El precio promedio de los productos pesqueros congelados se incrementó en 8.0% debido a la escasez de materias primas.
- Los productos congelados especialmente desarrollados para niños han demostrado un buen desarrollo.
- Las ventas de productos congelados en Chile seguirán en crecimiento, por el cambio de los estilos de vida, donde las personas tienen menos tiempo para sus actividades diarias. Se espera que esta tendencia lleve al incremento de las ventas de productos congelados como verduras, pescados y mariscos.
- Se proyecta que las ventas de comida ready to eat y de comida a base de pescados y mariscos congeladas aumentarían en 6.0% y 5.0%, respectivamente.

---

<sup>10</sup> Business Monitor International

**Snacks**

- El mercado de los snacks salados y dulces, en Chile, experimentó un crecimiento, en 2012, del 10% en valores y del 6% en volumen.
- Ésta industria está ofreciendo cada vez más productos saludables, esto ha hecho que la industria sea cada vez más dinámica y abra un segmento para pequeñas empresas que aprovechen éstas oportunidades.

**Repostería.**

- En Chile el mercado de productos de repostería se ha consolidado en grandes participantes, con puntos de venta que no pueden competir en precio como las cadenas de supermercados.
- En 2012, el volumen de venta de los productos de repostería aumentó 2.0%, alcanzando 1.7 millones de toneladas, y en valor lo hizo en 4.0%.
- Actualmente, entre 4,000 y 4,300 panaderías operan en Chile, liderados por Ideal (parte del conglomerado mexicano Bimbo), Panaderías Castaño y San Camilo.

**Jugos**

- Las ventas de jugos de fruta llegaron a US\$ 327 millones en 2011, y el estimado para el año 2012 es de US\$ 361 millones y se espera que en 2013 llegue a US\$ 398 millones.

**Mercado para los alimentos ligados a la gastronomía peruana**

Alrededor de 120 restaurantes de comida peruana hay actualmente en Chile, además este mercado se ubica como el principal destino de las franquicias peruanas de gastronomía, según lo señalado por la Cámara Peruana de Franquicias. Por ejemplo, en Chile se encuentran los restaurantes “Astrid y Gastón”, “Alfresco”, “La Mar”, “Osaka” “Pardo’s Chicken”, “China Wok”.

Los pioneros en promocionar nuestra cocina en el mercado chileno fueron los peruanos residentes en ese país, y especialmente las empleadas domésticas de origen peruano que laboran con las familias chilenas. Las investigaciones especializadas señalan que los inmigrantes peruanos en Chile son entre 100,000 y 140,000 personas, mientras que de acuerdo a la Subsecretaría del Trabajo cerca de 50,000 peruanas trabajan como nanas en Chile y representan 15.0% del total de personas dedicadas a esta actividad en el país del sur.

Los productos propios de la gastronomía peruana que se exportan a Chile son, principalmente, limón sutil, cerveza Cusqueña, gaseosa Inca Kola, pisco, panetón, choclo congelado, sillau, pulpa de lúcuma, chifles, jugo de limón, pulpa de chirimoya, quinua, chocolate sublime.

A continuación se muestra productos alimenticios con oportunidades de ventas en el mercado chileno

**Cuadro N° 7**  
**Importaciones chilenas de alimentos**  
**(enero – noviembre)**  
**Millones de US\$**

Partida	Producto	2011	2012	Var. %
220300	Cerveza de malta	47	70	48.7
160414	Conservas de atunes, listados, bonitos enteros	46	50	9.2
100630	Arroz semiblanqueado, blanqueado, pulido	37	42	13.7
80390	Bananas	34	40	15.5
180500	Cacao en polvo, sin azucar o edulcorante	35	34	-2.4
170490	Bombones, caramelos, confites demás sin cacao	30	32	8.6
160419	Demás conservas de pescado (jurel)	33	28	-13.0
090111	Café sin tostar, sin descafeinar	32	27	-14.7
180690	Demás chocolates y preparaciones con cacao	27	27	-1.1
210390	Salsas, condimentos, sazónadores	22	25	15.8
190531	Galletas dulce	21	25	22.6
190590	Galletas saladas	25	24	-0.5
160420	Preparaciones, conservas de pescado grated (atún, merluza)	26	24	-7.9
190219	Pastas (spageti, macarronis) sin cocer, sin rellenar	62	21	-65.7
030617	Camarones, langostinos congelados	15	19	28.0
	Resto	4,118	4,461	8.3
	<b>Total</b>	<b>4,608</b>	<b>4,951</b>	<b>7.4</b>

Fuente: DATaAMYNE. Elaboración: PROMPERÚ

### 6.3 Oportunidades en prendas de vestir y calzado

En 2012, el consumo de prendas de vestir y calzado en Chile alcanzó US\$ 11,724 millones (7.4% más que el año anterior), de los cuales US\$ 8,120 millones correspondió a prendas de vestir (7.1% de variación anual) y US\$ 3,604 millones a calzado (8.1%)<sup>11</sup>.

En los últimos cinco años, el consumo de prendas de vestir y calzado se incrementó en Chile en 14.1% en promedio anual; con lo cual se convirtió en la línea de producto que más creció en ventas en el vecino país del sur. Las compras de calzado aumentaron ligeramente más que las de prendas de vestir, en el periodo analizado, al registrar cada una de ellas 15.2% y 13.7% de incremento promedio anual, respectivamente.

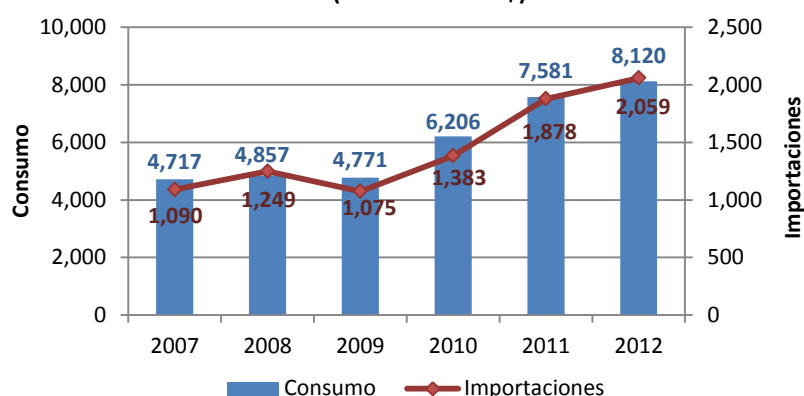
Las importaciones de prendas de vestir de Chile, en 2012, totalizaron US\$ 2,059 millones, 9.6% más que el año 2011. De este total US\$ 1,054 millones correspondió a prendas de vestir de tejido plano y US\$ 1,005 millones a prendas de vestir de tejido de punto. Cabe señalar que en los últimos cinco años las importaciones de los productos de tejido plano aumentaron 12.6% en promedio cada año y las de punto en 14.1%.

Chile importó US\$ 1,005 millones a prendas de vestir de tejido de punto en 2012 (10.3% de incremento con relación al año 2011). Las principales prendas de vestir de punto compradas en el exterior por Chile, en 2012, fueron t-shirts y camisetas interiores de algodón (US\$ 162 millones), sueters, pullovers de fibras sintéticas (US\$ 140 millones), sueters, pullovers de

<sup>11</sup> Euromonitor

algodón (US\$ 124 millones), t-shirts y camisetas interiores de demás materiales (US\$ 116 millones) y prendas de vestir para bebés de algodón (US\$ 51 millones). Mientras que las importaciones chilenas de tejido de punto que Chile aumentó significativamente, el año pasado, fueron de sueters, pullovers de algodón (46.4% de incremento con relación al año 2011), t-shirts y camisetas interiores de algodón (9.4%) y t-shirts y camisetas interiores de demás materiales (9.7%).

**Prendas de Vestir: consumo e importaciones**  
(Millones de US\$)



**Cuadro Nº 8**  
**Importaciones chilenas de prendas de vestir**  
Millones de US\$

Partida	Producto	2011	2012	Var.%
610910	T-shirts , camisetas de punto de algodón	149	162	9.4
620342	Pantalones, shorts de algodón para hombres, niños	131	144	10.5
611030	Sueters, pullovers de punto de fibras sintéticas	147	140	-4.6
620462	Pantalones, shorts de algodón para mujeres, niñas	120	138	15.3
611020	Sueters, pullovers de punto de algodón	85	124	46.4
610990	T-shirts , camisetas de punto de demás materiales	106	116	9.6
620520	Camisas de tejido plano de algodón para hombres, niños	54	63	16.8
611120	Prendas de vestir para bebés de punto de algodón	52	51	-1.3
620343	Pantalones, shorts de fibras sintéticas para hombres, niños	38	47	24.5
620640	Blusas, camisas de tejido plano de fibras sintéticas, artificiales para mujeres niñas	23	35	52.2
621133	Conjunto de deporte, entrenamiento de fibras sintéticas, artificiales para hombres, niños	30	32	7.1
620630	Blusas, camisas de tejido plano de algodón para mujeres, niñas	25	26	4.9
620463	Pantalones, shorts de fibras sintéticas para mujeres, niñas	24	26	6.5
610510	Camisas de punto de algodón para hombres, niños	23	25	5.1
610711	Calzoncillos de punto de algodón	21	21	2.8
	Resto	852	908	6.6
	<b>Total</b>	<b>1,878</b>	<b>2,059</b>	<b>9.6</b>

Fuente: DATaAMYNE. Elaboración: PROMPERÚ

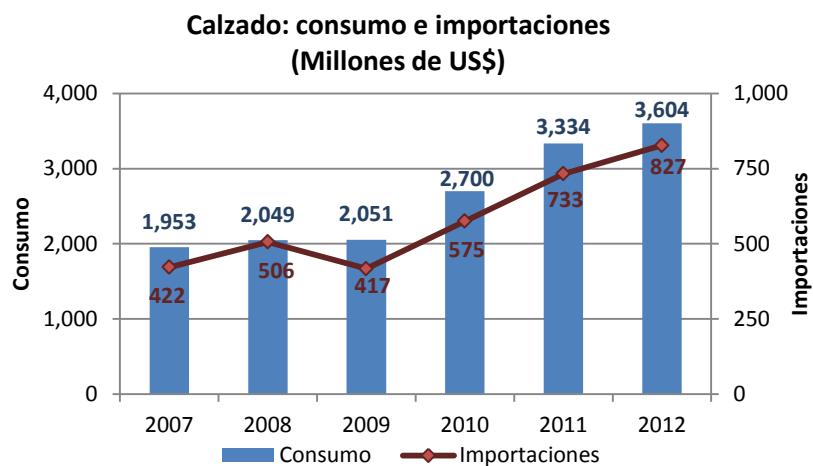
En el caso de las prendas de vestir de tejido plano, las compras externas de Chile, en 2012, sumaron US\$ 1,054 millones (9.0% más que el año anterior). Mientras que los productos de este tipo que más importó Chile en el año de análisis fueron pantalones, shorts de algodón para hombres, niños (US\$ 144 millones), pantalones, shorts de algodón para mujeres, niñas (US\$ 138 millones), anoraks, cazadoras de fibras sintéticas, artificiales para hombres, niños (US\$ 70 millones), camisas de algodón para hombres, niños (US\$ 63 millones), pantalones, shorts de fibras sintéticas para hombres, niños (US\$ 47 millones).

Por otro lado, las prendas de vestir de tejido plano que más aumentaron importaciones en Chile fueron pantalones, shorts de algodón para hombres, niños (10.5% de variación anual), pantalones, shorts de algodón para mujeres, niñas (15.3%), pantalones, shorts de fibras sintéticas para hombres, niños (24.5%), blusas, camisas de fibras sintéticas, artificiales para mujeres, niñas (52.2%), vestidos de fibras sintéticas para mujeres, niñas (32.9%).

Los productos de lana o pelo fino que han tenido crecimiento en el año 2012 son las importaciones de abrigos y similares de para mujeres o niñas al aumentar 40.5% y sumar US\$ 378 mil. Los guantes, mitones y manoplas de al aumentar US\$ 57 mil y sumar US\$ 149 mil en 2012. Los vestidos al aumentar US\$ 50 mil y sumar US\$ 145 mil. Las faldas y faldas pantalón de al aumentar US\$ 694 y sumar US\$ 26 mil.

Pese a tener una ligera reducción en sus importaciones, aún son un mercado interesante los abrigos y similares de algodón tanto como para mujeres o niñas y hombres o niños, ambos grupos se redujeron en 9.9% y 11.3% respectivamente. En monto los abrigos y similares de algodón para mujeres o niñas representan US\$ 9 millones de importaciones y para hombres o niños representa US\$ 8 millones en 2012.

En el caso del calzado, las compras externas de Chile sumaron US\$ 827 millones en 2012, es decir 12.9% más que el año 2011, y en el último quinquenio estas importaciones aumentaron 13.1% en promedio anual.



Las mayores importaciones de calzado del mercado chileno, en 2012, fueron demás calzado de capellana de cuero natural y suela de caucho, plástico (US\$ 223 millones), demás calzado de capellana y suela de caucho, plástico (US\$ 181 millones), calzado de capellana de material textil y suela de caucho, plástico (US\$ 92 millones), calzado hasta el tobillo de capellada de cuero natural suela de caucho, plástico (US\$ 77 millones), calzado hasta el tobillo de capellana y suela de caucho, plástico (US\$ 71 millones).

El calzado de capellana de material textil y suela de caucho, plástico (78.9% de variación anual), calzado hasta el tobillo de capellada de cuero natural suela de caucho, plástico (28.5%)



y calzado hasta el tobillo de capellana y suela de caucho, plástico (33.5%) fueron los productos con incrementos significativos en las importaciones en 2012.

#### 6.4 Oportunidades en el sector minero

La minería es una actividad fundamental para la economía chilena. En 2012, la minería representó 13.3% del PBI (US\$ 38,590 millones)<sup>12</sup> y contribuyó con el 14.0% de los ingresos fiscales del Estado chileno<sup>13</sup>.

El valor de la industria minera de Chile, en 2012, fue US\$ 38,590 millones, es decir 2.2% más que el año anterior, y se espera que este año se incremente en 2.1%, mientras que en los años 2014 y 2015 lo haría en 2.4% y 3.0%, respectivamente<sup>14</sup>.

Esta actividad se desarrolla en gran parte del territorio chileno, pero es en la zona norte especialmente en el desierto de Atacama, donde se concentran los esfuerzos de explotación minera. La minería en Chile se BASA principalmente en la producción de cobre, oro y plata; pero además se explota hierro, cinc, nitratos naturales, yodo, litio, molibdeno, y productos derivados de los salares como boro y potasio.

CODELCO, de propiedad del Estado chileno, es la empresa minera más importante del país y el principal productor de cobre del mundo. Los proyectos de expansión que tiene se concentran en ampliación de las minas que ya opera, y en la exploración en diferentes países de América Latina en un esfuerzo por ampliar su producción fuera de Chile.

Chile es el principal productor de cobre del mundo; y en 2011, representó el 32.1% de la producción y 40.0% de las exportaciones mundiales de este metal, respectivamente. Las principales productoras de cobre en Chile son las mineras Escondida (BHP Billiton / Río Tinto), Collahuasi (Anglo American / Xstrata), Los Pelambres (Antofagasta), Chuquibambilla (CODELCO), El Teniente (CODELCO), Andina (CODELCO), Los Bronces (Anglo American). Para el año 2013 se espera un precio promedio del cobre de US\$3.5 la libra; lo cual significa una leve caída en relación al precio promedio del año 2012.

En la producción de plata, Chile ocupó el quinto lugar a nivel mundial en 2011. Grandes empresas como BHP Billiton, Barrick Gold y CODELCO están involucradas en la exploración y explotación de plata en este país, pero también existe presencia de empresas mineras junior con proyectos de tamaño mediano: Mandalay Resources y otros.

Chile cuenta con importantes yacimientos sin explotar de oro. Varios de estos yacimientos están en cartera para iniciar trabajos de explotación, en manos de grandes empresas como Barrick Gold y también de mineras junior (Kinross Gold, Exeter Resources).

El incremento de la producción de oro permitirá diversificar las exportaciones chilenas, y disminuirá la dependencia que este país tiene en la producción y exportación del cobre. Por ejemplo, los valores de exportación de oro han pasado de representar el 10.2% de las de cobre en 2009 a 10.5% en 2012.

Se debe considerar que existen algunos factores de riesgo que están atrasando la puesta en marcha de algunos proyectos mineros, como el déficit de energía que eleva el costo de este recurso.

---

<sup>12</sup> Business Monitor.

<sup>13</sup> Dirección de Presupuestos (Dipres) del Ministerio de Hacienda de Chile.

<sup>14</sup> Valor de la actividad minera y los Servicios.

## Chile: Principales proyectos de inversión en cobre

Mina	Empresa	Metal	Tipo - estatu	Inversión	Año
Los Bronces	Anglo American	Cobre	Incremento de 230 a 400 ktpa (miles de toneladas por año)	US\$ 2,500 millones	2012
Collahuasi	Collahuasi	Cobre	Incremento de 500 a 600 / 800 ktpa (miles de toneladas por año)	US\$ 750 millones	2012/2014
Escondida	BHP Billiton	Cobre	Reubicación de trituradora (crusher)	US\$ 554 millones	2012
Lomas Bayas II	Xtrata	Cobre	Nueva mina y 75 ktpa adicionales (miles de toneladas al año)	US\$ 293 millones	2012
Caserones	Pan Pacific Copper	Cobre	180 ktpa (miles de toneladas al año)	US\$ 2,000 millones	2014
Mina Ministro Hales	Codelco	Cobre	170 ktpa (miles de toneladas al año)	US\$ 2,500 millones	2013
Antucoya	Antofagasta	Cobre	80 ktpa (miles de toneladas al año)	US\$ 950 millones	2014
Santo Domingo	Far West	Cobre	100 ktpa (miles de toneladas al año)	US\$ 941 millones	2014
Chuquicamata Underground	Codelco	Cobre	340 ktpa (miles de toneladas al año)	US\$ 2,200 millones	2018

Fuente: Business Monitor International. Comisión Chilena del Cobre

## Chile: Planes de expansión de minas de oro

Mina	Empresa	Metal	Producción estimada	Año
Pascua-Lama	Barrick Gold	Oro	750-800 kozpa (miles de onzas al año)	2014
Lobo-Marte	Kinross Gold	Oro	400 kozpa (miles de onzas al año)	2014
El Morro	Goldcorp	Oro	350 kozpa (miles de onzas al año)	2015
Caspiche	Exeter Resource	Oro	21.3 millones de onzas de reservas	
Cerro Casale	Barrick Gold	Oro	23.2 millones de onzas de reservas	
Escalones	South American Silver	Oro	610 koz (miles de onzas) de reservas	

Fuente: Business Monitor International.

## Chile: Principales proyectos de minas de plata

Mina	Empresa	Metal	Producción estimada	Año
Cerro Blanco	Genesis Minerals	Plata	4.0 millones de onzas	2012
Cerro Bayo	Mandalay Resources	Plata	3.5 millones de onzas	2012
Inca de oro	PanAust	Plata	700 kozpa (miles de onzas al año)	2012/2013
Escalones	South American Silver	Plata	16.8 moz (millones de onzas)	2013
Pascua-Lama	Barrick Gold	Plata	35 moz (millones de onzas)	2014
Arqueros	Laguna Resources	Plata	48.8 moz (millones de onzas) de reservas	

Fuente: Business Monitor International. Reportes de las empresas

## 6.5 Oportunidades en el sector construcción

El sector construcción en Chile, en 2012, tuvo un valor de US\$ 20,400 millones (8.0% más que en el año 2011). Este sector creció en los últimos cinco años a una tasa promedio anual de 5.3%, y aumentó su contribución en el PBI (en 2012 explicó 7.6% del PBI chileno)<sup>15</sup>.

La superficie total autorizada para construir en los primeros nueve meses del año 2012, en Chile, superó los 11.4 millones de metros cuadrados. A pesar de ser esta cifra 1.6% inferior a la registrada en iguales meses de 2011, se sitúa como la segunda más alta desde 1992.

Mientras en la Región Metropolitana (Santiago) la superficie total autorizada para construir, entre enero y septiembre de 2012, aumentó en 13.8% comparada con el mismo periodo del año anterior; en el resto de Chile disminuyó 10.4%.

Sin embargo, se debe considerar que estas variaciones negativas que se ven en los nueve primeros meses del año 2012, obedecen principalmente a que el año 2011 fue excepcionalmente positivo para el sector construcción, y por ende la base de comparación es muy alta.

Se estima que el año 2012 se cerró con en alrededor de 15 millones de metros cuadrados autorizados para la construcción, lo cual explicaría una disminución de 3.5% respecto a 2011, pero sería el segundo mayor valor alcanzado en los últimos veinte años. Para ello se proyectó que en la Región Metropolitana las autorizaciones aumentarían 9.0% y totalizarían 6 millones de metros cuadrados, y en regiones caerían 11.0% al sumar 9 millones de metros cuadrados.

Para el año 2013, la Cámara Chilena de la Construcción de Chile prevee que se autorizarían para la construcción alrededor de 13 millones de metros cuadrados (11.4% menos que en 2012), dentro de un contexto de desaceleración económica y la posibilidad de que la aprobación de permisos de edificación se vuelva mas restrictiva.

En esas proyecciones se considera que la Región Metropolitana como en el resto de Chile registraría, en 2013, una menor cantidad de superficie aprobada que en el año que acaba de terminar. Pese a ello la cantidad de autorizaciones se encontrará alineada con el promedio histórico.

### Ventas de materiales para la construcción

De acuerdo a la Cámara Chilena de la Construcción, las ventas de materiales para la construcción en este mercado aumentaron 7.9% de enero a octubre de 2012, con relación a similar periodo del año 2011.

En el caso del cemento, el consumo aparente aumento 12.5% en los tres primeros trimestres del año 2012, hasta alcanzar 3.9 millones de Tm. Este consumo fue cubierto en un 10.9% por productos importados, y estas compras externas aumentaron 53.5% con relación a iguales meses del año 2011.

De enero a septiembre de 2012, el consumo de barras de acero para hormigón en Chile sumó 537 mil Tm, es decir 15.9% más que en 2011. Mientras que las importaciones de este producto alcanzaron los 67 Tm (12.5% del total consumo) y se incrementaron en 6.6%.

---

<sup>15</sup> Business Monitor International.

## 6.6 Oportunidades en el sector software

Se estima que en 2012 el mercado chileno de software totalizó US\$ 447 millones y que entre los años 2013 y 2017 se incremente 10.0% en promedio anual<sup>16</sup>.

El software tiene oportunidades de crecimiento en Chile, aunque se deberá reducir el nivel de piratería. Según la asociación de la industria (BSA), la piratería de software en Chile se estimó en 64% en 2010, un porcentaje alto pero en decrecimiento, al haberse reducido en 3.0% ese año.

Además como en otros países de América Latina, en Chile existe un creciente interés por el software “open source” motivado por el deseo de ahorrar dinero y animar a los desarrolladores locales. Este tipo de software tiene como clientes importantes al sector público, y los sectores de telecomunicaciones, aviación y servicios financieros.

Chile tiene una de las mayores tasas de uso de software ERP (enterprise resource planning). Además, el crecimiento del software para el segmento empresarial será impulsado por la demanda ERM (enterprise risk management) y los sistemas de gestión de la cadena de suministro.

En el sector de las PYME serán importantes las iniciativas gubernamentales para financiar proyectos de implementación de TIC en este tipo de empresas. En agosto de 2010, Banco de Chile lanzó un paquete de crédito para las PYME en alianza con Microsoft, HP y Entel PCS. Las PYME necesitan mejorar la productividad mediante la automatización de las funciones esenciales, incluyendo CRM, ventas, gestión de recursos humanos y de la cadena de suministro.

En términos de mercados verticales, los sectores público, financiero, retail, telecomunicaciones y manufacturas son vistos como los que tienen mayor potencial de crecimiento. En el sector público la expansión del sistema de abastecimiento electrónico orientado a facilitar el acceso de las PYMES a las compras públicas ofrece grandes oportunidades.

## Impuestos al software

Hasta el último trimestre del año 2012 existía un impuesto especial de 15% sobre la importación a Chile de software. Actualmente, dicho impuesto ha quedado sin efecto, reduciendo los costos de entrada y permitiendo el acceso masivo a los mismos

## 6.7 Oportunidades en el sector editorial

El sector editorial en Chile, pese a su sostenido crecimiento, es aún poco desarrollado en comparación otros mercados latinoamericanos como México, Brasil, Colombia y Argentina. En estos mercados, las librerías en la mayoría de los casos compra directamente a las editoriales; mientras que en Chile, las librerías realizan directamente las importaciones, además de comprar a distribuidores y editores locales en menor medida.

Sin embargo, este mercado ofrece grandes oportunidades, esto debido a que el nivel de estudios de sus habitantes, el cual tiende al crecimiento de la conducta lectora. Otro segmento que ofrece posibilidades es el relacionado a los contenidos en la literatura infantil y los libros de educación. La ficción literaria seguirá siendo el punto de apoyo de los grupos editoriales pero crecerá a un ritmo menor.

---

<sup>16</sup> Business Monitor International

Dentro de la ficción, las preferencias se dirigen hacia la novela histórica y la de misterio. Entre los consumidores chilenos, la temática del libro, junto con el autor son las dos referencias más poderosas a la hora de decidir la compra del mismo. Cabe indicar que el 90% de lo vendido nunca pasa de la primera edición.

Alrededor del 41.33% de las importaciones chilenas de libros en 2012 corresponden a libros de literatura en general sin incluir la infantil, le siguen los libros para enseñanza básica y media con 18.41% y los libros académicos, científicos técnicos con 15.74%. Además, del total de libros importados por Chile en 2012, España representa el 29.4%, seguida por Estados Unidos (14.5%), Argentina (10.9%) y China (8.3%). Perú es el séptimo proveedor con una participación de 3.65%<sup>17</sup>

En cuanto al régimen tributario chileno, este incluye algunas especificidades claves, la más determinante, es la existencia del tipo fijo en el Impuesto sobre el Valor Añadido o IVA, aplicable también a libro, y establecido en 19%. En la mayoría de países de la región, entre ellos el Perú, se exime de tal impuesto a los libros.

Por último, los libros en Chile sufren un incremento de hasta un 200% de su coste de fabricación antes de llegar al lector. Al costo inicial se suman los derechos de autor (10%), el margen comercial del distribuidor (hasta 40%), el IVA (19% del total), más el margen editorial.

#### **6.8 Oportunidades en el sector de Centros de Contacto**

Los call center o centros de contacto en Chile facturaron alrededor de 340 millones de dólares al cierre de 2012, registrando un incremento del 21.43% en comparación con el anterior. El 69% del servicio de los centros de contacto chilenos son prestados al mercado local, solo un 13% son off-shore y el 17% restante son llamadas deslocalizadas.

Según la Asociación Gremial de Empresas de Call Center de Chile, en el 2012 la demanda chilena de servicios de centros de contacto estuvo principalmente concentrada en las empresas de telecomunicaciones con una participación de 63.9%, seguida por las empresas financieras y de banca con 11.1%.

En cuanto a tipo de servicios solicitados para estos centros de contacto, las empresas chilenas prevén demandar los relacionados a atención al cliente (34%), soporte técnico (14%), televentas (11%), help desk (8%) y telemarketing (8%)<sup>18</sup>.

El mercado chileno para esta línea es altamente competitivo y posee altos estándares tecnológicos. Sin embargo, a nivel regional tiene que competir con los bajos costos laborales de mercados como Perú y Colombia. Cabe agregar que Chile representa un tercio de las exportaciones peruanas en centros de contacto, debido principalmente a la demanda de servicios como procesos administrativos y bancarios, recursos humanos, entre otros.

#### **6.9 Oportunidades en el sector de Servicios de Arquitectura**

Chile factura en cuanto a servicios de arquitectura alrededor de cincuenta millones de dólares al año, teniendo como principal demanda al sector turismo (hoteles y resorts) y se encuentra enfocada al diseño de infraestructura. Es uno de los líderes a nivel regional en cuanto a exportación de dichos servicios.

---

<sup>17</sup> Trademap

<sup>18</sup> ACEC

## 7. Acuerdos comerciales de Chile

Chile además de pertenecer a la OMC tiene 21 acuerdos comerciales vigentes con 52 países del mundo. Además, ha concluido las negociaciones de tres acuerdos comerciales adicionales con Malasia, Nicaragua y Vietnam, y está negociando con Tailandia, y el TPP (Trans Pacific Partnership).

**Cuadro N°9**

Chile: Acuerdos Comerciales Vigentes	
Acuerdos Comerciales	Fecha de vigencia
Miembros de la OMC	
TLC Chile - Australia	marzo 2009
TLC Chile - Canadá	julio 1997
TLC Chile - Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Honduras, Guatemala)	2002 (Costa Rica, El Salvador), 2008 (Honduras), 2010 (Guatemala)
TLC Chile - China	octubre 2006
TLC Chile - Corea del Sur	abril 2004
TLC Chile - EFTA (Suiza, Noruega, Lichtenstein, Islandia)	diciembre 2004
TLC Chile - EEUU	enero 2004
TLC Chile- México	julio 1999
TLC Chile - Panamá	marzo 2008
TLC Chile - Turquía	marzo 2011
AAE P4 (Nueva Zelanda, Singapur, Brunei, Chile)	noviembre 2006
AAE Unión Europea	febrero 2003
AAE Japón	septiembre 2007
ALC Colombia	mayo 2009
ALC Perú	marzo 2009
ACE 22 Bolivia	junio 1993
ACE 42 Cuba	junio 2008
ACE 65 Ecuador	enero 2010
ACE 35 MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay)	octubre 1996
ACE 23 Venezuela	julio 1993
AAP India	agosto 2007

## 8. Convenio de Doble Imposición con Chile

Para efectos de la aplicación del Convenio de Doble Imposición con Chile se debe tener en cuenta los siguientes puntos:

1. Se considera que existe un establecimiento permanente en el Perú cuando una empresa constituida en Chile y su filial constituida en el Perú, ambas dedicadas a las mismas actividades, prestan servicios en el Perú a un cliente común para la ejecución de un proyecto único y los días de las prestaciones de las dos empresas, tomados en conjunto, superan los 183 días dentro de un período cualquiera de doce meses. En tal caso, los beneficios que se

atribuyan a dicho establecimiento permanente deberán tributar con el Impuesto a la Renta peruano.

2. Se considera que existe un establecimiento permanente en el Perú cuando una empresa constituida en Chile presta servicios en el Perú subcontratada por su filial constituida en el Perú, ambas dedicadas a la misma actividad, para ejecutar un servicio a favor de un cliente peruano (para un único proyecto) y los días correspondientes al desarrollo de su actividad en el Perú, conjuntamente con los días en que la filial presta servicios sin recurrir a la subcontratación, superan los 183 días en un período cualquiera de doce meses. Así pues, los beneficios que se atribuyan a dicho establecimiento permanente deberán tributar con el Impuesto a la Renta peruano.

3. Los servicios que una filial de una empresa chilena constituida en el Perú ejecute en el territorio nacional a favor de su matriz constituida en Chile en virtud de una relación de subcontratación de servicios, se encontrarán gravados con el IGV.

4. Se considera que existe un establecimiento permanente en el Perú cuando una empresa constituida en Chile presta servicios en el Perú y, además, subcontrata a su filial constituida en el Perú, ambas dedicadas a las mismas actividades, para la ejecución del mismo proyecto en el país, y los días correspondientes al desarrollo de la actividad en el Perú sin recurrir a la subcontratación, conjuntamente con los días correspondientes a la prestación de servicios de la filial, superan los 183 días durante un período cualquiera de doce meses. En este supuesto, los beneficios que se atribuyan a dicho establecimiento permanente deberán tributar con el Impuesto a la Renta peruano.

5. En cuanto a la contabilización de los 183 días a que se refiere el apartado b) del párrafo 3 del artículo 5° del Convenio:

a) La contabilización de los 183 días debe completarse dentro de un periodo cualquiera de doce meses desde el inicio de las actividades y no dentro de un año calendario.

b) Para fines del cómputo, no resulta relevante el número de trabajadores de la empresa que se encarguen de la realización de las actividades.

c) Los días se cuentan por el período en que la empresa desarrolla la prestación de sus servicios en el país, sin tomar en cuenta si dichos servicios corresponden a uno o más proyectos o si estos están vinculados entre sí.

6. La contabilización de los 183 días a que se refiere el apartado b) del párrafo 3 del artículo 5° del Convenio está referida al desarrollo de la actividad en el Estado donde se presta el servicio.

7. En cuanto al tratamiento que da el Convenio a los trabajadores dependientes e independientes, se tiene que:

a) Las remuneraciones obtenidas por servicios personales dependientes prestados en el Perú por residentes en Chile se gravarán exclusivamente en Chile si los trabajadores no permanecen más de 183 días en el Perú en cualquier período de doce meses que comience o termine en el año tributario considerado y se cumplen las otras dos condiciones contenidas en el párrafo 2 del artículo 15° del Convenio.

b) En el caso que el período de permanencia en el Perú de los residentes en Chile exceda de los 183 días en cualquier período de doce meses que comience o termine en el año tributario considerado, la remuneración de dichos trabajadores dependientes podrá también someterse a imposición en el Perú.

c) Si una persona residente en Chile presta en el Perú servicios personales independientes por un tiempo que no exceda de 183 días dentro de un período cualquiera de doce meses y tampoco tiene en este país una base fija de la que disponga regularmente para el desempeño de sus actividades, estará sujeta a imposición en el Perú pero hasta el límite del 10 por ciento del monto bruto percibido por sus servicios.

d) Si una persona residente en Chile desarrolla en el Perú servicios personales independientes por un período que exceda de 183 días dentro de un período cualquiera de doce meses estará sujeta a imposición en el Perú sin el límite antes mencionado.

## 9. Links de interés

- <http://www.gobiernodechile.cl/index/index.asp>  
Gobierno de Chile
- <http://www.cinver.cl/index/index.asp>  
Comité de Inversiones Extranjeras
- <http://www.prochile.cl/>  
ProChile
- <http://www.compraschile.cl/Portal/InicioPortal.aspx>  
Compras Públicas
- <http://www.direcon.cl/>  
Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales
- [www.congreso.cl/](http://www.congreso.cl/)  
Congreso de Chile
- [www.bcentral.cl/](http://www.bcentral.cl/)  
Banco Central de Chile
- [http://www.aduana.cl/prontus\\_aduana/site/edic/base/port/inicio.html](http://www.aduana.cl/prontus_aduana/site/edic/base/port/inicio.html)  
Servicio Nacional de Aduanas
- [http://www.ine.cl/canales/chile\\_estadistico/home.php](http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/home.php)  
Instituto Nacional de Estadísticas
- <http://www.editoresdechile.cl/socios.aspx>  
Asociación de Editores Independientes, Universitarios y Autónomos
- <http://www.acec.cl/>  
Asociación Chilena de Empresas de Call Center
- <http://www.ilcinversiones.cl/>  
Cámara Chilena de la Construcción
- [www.camlibro.cl](http://www.camlibro.cl)  
Cámara Chilena del Libro
- <http://www.inapi.cl/>  
Instituto Nacional de la Propiedad Industrial



- <http://www.gechs.cl/>  
Software y Servicios de Chile A.G.
- <http://www.bcentral.cl/index.asp>  
Banco central de reserva de Chile
- <http://chileabroad.gov.cl/peru/>  
Embajada de Chile en Perú