



Guía Práctica para Chile





Enlace de búsqueda

Página

3

Principales Características - Indicadores Económicos

4

Intercambio Comercial Perú-Chile (US\$)

4

Principales Productos No Tradicionales Exportados de Perú a Chile

5

Tratados de Libre Comercio y otros Acuerdos Comerciales

7

Infraestructura y Logística para el Comercio Exterior

7

Operadores Logísticos

7

Principales Estudios, Herramientas e Investigaciones
Desarrolladas por MINCETUR u otras Instituciones

10

Principales Instituciones Involucradas con Comercio Exterior en Chile



Principales Características

- Población: 16.9 millones
- Área Total: 756,102 Km²
- Principales socios comerciales: Estados Unidos (16.8%), China (11.8%), Argentina (10.9%) y Brasil (6.7%) (2009).
- Puesto 43 de 183 países en el Índice de Facilidad para Hacer Negocios (2011).
- Chile es el primer destino para las exportaciones peruanas en Sudamérica y el tercero en la región de las Américas. Principales regiones exportadoras: Ancash, Arequipa, Ica, La Libertad, Moquegua, Piura y Tacna.

Indicadores Económicos

Indicadores Económicos	2008	2009	2010
PIB (US\$, miles de millones):	170.75	161.10	203.32
Crecimiento Real del PIB (precios constantes):	3.7%	-1.7%	5.3%
PIB, per cápita (US\$):	10,194.05	9,485.27	11,827.96*
Inflación:	8.7%	1.7%	1.5%

* Estimado a Abril 2011

Fuentes: Perspectivas de la Economía Mundial, Fondo Monetario Internacional; Índice para Hacer Negocios, Banco Mundial; Mapa de Comercio Internacional, Centro Internacional para el Comercio y Guía de Datos de la CIA.

Intercambio Comercial Perú-Chile (millones US\$)

	2008	2009	2010
Exportaciones	1745.28	730.59	1247.45
Importaciones	1125.57	948.35	925.85
Balanza Comercial	619.71	-217.76	321.60
Intercambio Comercial	2870.84	1678.93	2173.30

Fuente: SUNAT

Principales Productos No Tradicionales Exportados de Perú a Chile

(Valor en FOB US\$ millones)

Partida	Producto	2008	2009	2010
7228300000	Las demás barras, laminadas o extrudidas en caliente, de los demás aceros	22.65	14.31	33.55
2807001000	Acido sulfúrico	49.84	39.08	26.61
6908900000	Las demás placas y baldosas de cerámica	15.77	17.19	21.58
1902190000	Demás pastas alimenticias s/cocer, rellenar ni preparar de otra forma	7.67	8.80	19.36
7325910000	Bolas y otros artículos para molinos de fundición de hierro o acero	13.75	14.72	18.11
2835250000	Fosfato dicálcico	22.23	12.20	11.98
3920209000	Las demás placas, láminas, hojas y tiras de los demás polímeros	7.40	5.98	8.62
4818100000	Papel higiénico, en bobinas de una anchura <=36 cm	2.73	5.30	6.10

Fuente: SUNAT

Tratados de Libre Comercio y otros Acuerdos Comerciales

Acuerdo de Libre Comercio (ALC) Perú-Chile: Vigente desde marzo 2009, actualmente mantiene libre de arancel al 96% del comercio entre Perú y Chile dado que el cronograma de desgravación arancelaria se inició en 1998 como parte del Acuerdo de Complementación Económica (ACE No. 38).

- **Comercio de Mercancías:** En este momento la mayoría de productos peruanos exportados a Chile gozan de arancel cero y solo alrededor de 294 productos pagan algún tipo de arancel.

El cuadro siguiente muestra el cronograma de eliminación de aranceles correspondiente a estos productos dentro del ALC Perú-Chile:

Partidas (según nomenclatura NALADISA)	Margen de Preferencia
D-15	1-7-2010 a 30-6-2011: 50% 1-7-2011 a 30-6-2012: 67% 1-7-2012 a 30-6-2013: 83% A partir de 1-7-2013: 100%
D-18	1-7-2010 a 30-6-2011: 33% 1-7-2011 a 30-6-2012: 45% 1-7-2012 a 30-6-2013: 56% 1-7-2013 a 30-6-2014: 67% 1-7-2014 a 30-6-2015: 78% 1-7-2015 a 30-6-2016: 89% A partir del 1-7-2016: 100%

🔑 <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=2852>, (seleccionar Capítulo 3 – Comercio de Mercancías y Anexos) y/o www.siicex.gob.pe (seleccionar Aranceles Preferenciales/ALC Perú-Chile).

- **Régimen de Origen:** Se requiere Declaración y Certificado de Origen, y mantener los registros necesarios para demostrar el producto es originario por un mínimo de 5 años, desde la fecha de emisión del certificado, el cual debe de ser emitido por una certificadora autorizada por MINCETUR y tener validez por un año. Si el productor y exportador de la mercancía no son el mismo, el productor debe facilitar la Declaración de Origen al exportador para que este haga los trámites necesarios.

 <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=2852>, (seleccionar Capítulo 4 – Régimen de Origen/Capítulo 4).

Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC): Se estableció en 1989 y actualmente está compuesto por 21 economías, entre las cuales se encuentran Perú y Chile. El APEC es un foro de cooperación económica y comercial en el cual los compromisos se asumen de forma voluntaria, y cuenta con grupos de trabajo para tratar de armonizar la política comercial y facilitar el comercio regional.

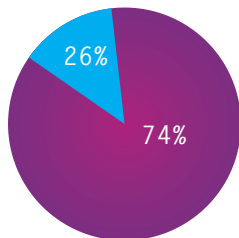
 <http://www.mincetur.gob.pe/apec1/index.asp?cont=688961>

Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPPA): Es una iniciativa conformada por Brunei Darussalam, Chile, Nueva Zelanda, Singapur, Australia, Estados Unidos, Malasia, Perú y Vietnam, para la formación del Acuerdo de Asociación Transpacífico, el mismo que busca consolidarse como la base de un futuro Acuerdo de Libre Comercio del Asia-Pacífico (FTAAP).

 <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3820>

Infraestructura y Logística para el Comercio Exterior

Modo de Transporte Utilizado para la Exportación



- Marítimo
- Multimodal / Aéreo

Puntos de Ingreso Principales en Chile

- Santiago
- Puerto de Valparaíso
- Puerto de San Antonio
- Puerto de Antofagasta

Fuente: SUNAT

Operadores Logísticos

- Asociación de Agentes de Aduanas del Perú (<http://www.aaap.org.pe/>)
- Asociación Marítima del Perú (<http://www.asmarpe.org.pe>)
- Asociación Peruana de Operadores Portuarios (<http://www.asppor.org.pe>)
- Consejo Nacional de Usuarios de Distribución Física Internacional (<http://www.conudfi.org.pe/quienes.php>)

Principales Estudios, Herramientas e Investigaciones Desarrolladas por MINCETUR u otras Instituciones

- *POM Chile – Plan Operativo de Mercado de Destino*
Entre los productos con potencial se encuentran:

Plantas Medicinales

- La mayor demanda es por el orégano, tanto como condimento como por sus beneficios para la salud. Además se consumen el hercampuri y la uña de gato, y otras con potencial son la caigua, la maca y la pasuchaca.

- La demanda proviene de la industria farmacéutica, cosmética, de la medicina alternativa y para la elaboración de bolsitas de infusiones (té).
- Se recomienda trabajar con el nombre científico y con buenos recolectores, para una correcta identificación de las especies. Los productos derivados de las hierbas seleccionadas deben de estar en envases aislados, y que en sus rótulos se incluya la denominación utilizada por la costumbre popular.

Espárragos

- Aunque produce espárragos, Chile importa especialmente espárragos frescos o refrigerados y por eso el mercado para estos productos ha ido creciendo.
- Debido a los mayores precios de la energía, puede que se vuelva a la preferencia por el producto en conserva en vez de congelado.

Fruta Tropical en Conserva y Productos Étnicos

- Existe potencial para la fruta tropical en conserva, en particular las pulpas de fruta tropical (concentrados de fruta que normalmente se mezclan con agua para hacer zumos) y sobre todo de piña, mango, papaya y banano.
- La demanda de fruta en conserva y congelada es cada vez mayor debido al interés creciente del consumidor chileno en frutas tropicales no existentes en Chile.
- En Chile existe un nicho de mercado para frutas en conserva premium (mayor valor agregado y precio), dirigidas a los estratos socioeconómicos más elevados, ya que para el resto del mercado ya existe una oferta amplia y competitiva.
- Hay interés generalizado por el “producto étnico” peruano, especialmente debido al reconocimiento de nuestra gastronomía. Se recomienda trabajar en la generación de marca y en la promoción al consumidor final.

Banano

- Chile no es productor de banano y por ello existen oportunidades para la exportación de banano fresco, seco y orgánico. El Perú ya exporta banano a Chile pero todavía no se ha establecido una relación comercial consolidada, por lo cual se debe promover y difundir la calidad del banano peruano sin basarse exclusivamente en sus precios.

Confecciones de Algodón

- Las líneas con mayor potencial son lencería femenina, ropa de punto para bebé, pantalones para mujeres y niñas y t-shirts. La calidad de nuestro algodón es reconocida en Chile y se debe aprovechar la proximidad geográfica para ganar competitividad.
- Los consumidores chilenos, tanto de ropa interior como de pantalones de algodón, exigen comodidad, calidad y durabilidad, pero también precio.
- Las importaciones de ropa de algodón para bebé crecen permanentemente. Existe un porcentaje de la población con capacidad adquisitiva que consume productos selectos, con diseño y mayores precios, generando oportunidades para quienes los ofrezcan.
- El mercado de t-shirts y polos de algodón es interesante por los grandes volúmenes de importación chilena, pero deben diferenciarse de los productos asiáticos, ofreciendo productos de calidad, con diseño e innovación, pero a buenos precios.

Muebles de Madera

- Las importaciones de muebles vienen creciendo significativamente, sobre todo los hechos en madera exótica (tropical) peruana. Las líneas con mayor potencial son las de muebles de oficina, cocina, comedor y dormitorio, de diseño artesanal o basadas en estilos tradicionales, destinados a un consumidor exigente y con capacidad adquisitiva.

Pescado en Conserva

- Actualmente no existe una relación comercial destacada de Perú hacia Chile en pescado en conserva, pero sí interés y demanda creciente. Los productos con mayor potencial son la sardina (anchoveta), graded de jurel, caballa entera o trozos y el atún.



http://www.mincetur.gob.pe/comercio/OTROS/penx/popup_1_1.htm (seleccionar POM Chile)

• Chile – Guía de Mercado



www.siicex.gob.pe (seleccionar País: Chile en Búsqueda por Mercado/Chile, documento PDF)

- Mercado de Chile

 www.siicex.gob.pe (seleccionar País: Chile en Búsqueda por Mercado/Estudio Mercado)

- Chile – Ficha Técnica

 www.siicex.gob.pe (seleccionar País: Chile en Búsqueda por Mercado/Ficha Técnica)

Para estudios y perfiles adicionales desarrollados por otras entidades

 www.siicex.gob.pe (seleccionar País: Chile en Búsqueda por Mercado/Estudio Mercado).

Principales Instituciones Involucradas con Comercio Exterior en Chile

- Embajada del Perú en Chile (<http://www.embajadadelperu.cl:8080/embajada/index.php>)
- Banco Central de Chile (<http://www.bcentral.cl>)
- Banco del Estado de Chile (<http://www.bancoestado.cl>)
- Ministerio de Relaciones Exteriores (<http://www.minrel.cl>)
- Dirección de Promoción de Exportaciones (Prochile) (<http://www.prochile.cl>)
- Servicio Nacional de Aduanas (<http://www.aduana.cl>)
- Cámara de Comercio de Santiago (<http://www.ccs.cl/>)
- Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (<http://www.cnc.cl/>)
- Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA) (www.sofofa.cl/)
- Cámara de Comercio Peruano-Chilena (<http://www.camaraperuchile.org/>)