

El viernes 12 de febrero se llevó a cabo en la ciudad de Río Cuarto, Córdoba, la firma del Convenio de Mutua Colaboración entre el Gerente General de Trazacomex, Walter Gudiño, de Santiago de Chile y el Presidente de la Fundación de Estudios Económicos, Gubernamentales y Empresariales (EGE), Santiago Gastaldi, de Río Cuarto.

Este acuerdo permitirá a ambas organizaciones participar en forma conjunta en proyectos referidos a Comercio Exterior; aumentar las acciones de ambas; ofrecer a los demandantes de realización de proyectos y estudios un excelente servicio profesional; desarrollar y mantener buenas relaciones y proveer un servicio personalizado a quienes se interesan por las ofertas de Trazacomex Ltda. y Fundación EGE.

Acto seguido, el especialista del país trasandino ofreció a los asistentes una conferencia sobre las Características y Claves para Acceder al Mercado Chileno.

Resumen de la conferencia

Características y claves para acceder al mercado chileno

No es ninguna novedad que el país trasandino se ha convertido en una nación admirada por países desarrollados y vecinos inclusive, convirtiéndose junto a Brasil, en las más sobresalientes dentro de la región. Su estabilidad política y económica, la seriedad y confiabilidad de sus instituciones y la potencialidad de su imagen país, corroboran lo anteriormente mencionado.

Esto quedó demostrado en diciembre pasado, cuando Chile fue invitado formalmente a formar parte de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), lo cual la convertirá por estos días en la nación número 31 del “club de los países desarrollados”.

Estos logros no son una casualidad. Desde hace varios años, Chile inició el camino de la apertura económica, permitiéndole colocarse a la vanguardia en términos de crecimiento y desarrollo económico. Desde ese momento a la fecha esta nación ha firmado 20 acuerdos comerciales con 56 países del mundo, los cuales han mejorado notablemente el acceso del sector exportador chileno a diferentes y exigentes mercados, generándoles un sinnúmero de reales oportunidades y ventajas competitivas a las Pymes del vecino país.

Además, el sector exportador chileno cuenta con la facilidad de ingresar a estos 56 mercados con rebajas arancelarias preferenciales e incluso con arancel cero, traduciéndose en posicionar sus productos a precios muy competitivos, generando una alta probabilidad de éxito cuando se está prospectando un nuevo mercado.

Por si fuese poco, esta larga y delgada nación, con 17 millones de habitantes, tiene planificado seguir firmando Acuerdos Comerciales con naciones consideradas estratégicas para el crecimiento y desarrollo del país; encontrándose actualmente otros acuerdos en grado de “negociación y trámite” con Vietnam, Malasia, Centroamérica, Turquía y Ecuador. Además ya sostiene avanzadas conversaciones con Indonesia.

Otras de las características de Chile, es que es considerado como un “país plataforma” lo cual es utilizado como trampolín o base de operaciones para ingresar o dirigir sus negocios con los diferentes países del Mercosur. De la misma forma, existe un creciente interés de empresarios de naciones vecinas por aprovechar las facilidades de acceso que ofrece Chile, a los mercados asiáticos, de América del Norte y a la Unión Europea, las cuales buscan el encadenamiento productivo que les permita cumplir con las normas de origen e ingresar en condiciones ventajosas a dichos mercados.

Un caso a destacar es la empresa cordobesa Arcor, que en Chile se llama Arcor Dos en Uno; cuenta con cuatro plantas, llevando varios años operando en esta nación y exportando a diferentes mercados.

Por último, es de destacar que Chile cuenta con confiables y competitivos puertos (Valparaíso y San Antonio) que permiten enviar diferentes tipos de cargas a los mercados de Asia y al mismo tiempo, ser la puerta de ingreso para los países del Mercosur de sus cargas proveniente desde el oriente.

El mercado trasandino

El motor de la economía chilena sigue siendo las exportaciones, siendo el cobre, la base fundamental para sustentar el superávit comercial que mantiene Chile año tras año. Durante el 2009 llegó a 13.300 millones de dólares estadounidenses.

Las importaciones chilenas totalizaron US\$ 39.707,9 millones durante el 2009, lo que representó una baja de 31,1% respecto al mismo período del año anterior. No obstante, este país fue el segundo mercado de destino de las exportaciones Argentinas, después de Brasil.

Tendencias del consumidor chileno

El consumidor chileno claramente ya no es el mismo. Hace 20 años atrás era poco informado y focalizado sólo en los precios finales de los productos. Hoy por hoy, Chile está experimentando cambios socio-demográficos y socio-económicos, lo cual se refleja en el nivel de vida que lleva la sociedad chilena en la actualidad.

El gran poder adquisitivo que tiene una parte importante de la sociedad, hace que el mercado cuente con una gran diversificación de oferta, tanto de productos como de servicios. Desde elegir realizar un post grado en el extranjero, vacacionar con la familia en cualquier parte del mundo, tener la mejor tecnología en el bolsillo o comprarse el auto de moda, son algunas de las excéntricas demandas por el consumidor trasandino. En Chile existen más de 40 “marcas” de autos disponibles en el mercado.

Pero este consumidor se volvió muy exigente, conocedor de nuevas tendencias, cuenta con un gusto refinado por los productos de alta calidad, es muy informado y tiene capacidad adquirir bienes y servicios vanguardistas. No obstante, hay que sumarle la inserción laboral y el rol de la nueva mujer chilena; volviéndose cada día más independiente financieramente y jugando un papel muy importante al momento de tomar decisiones de compra.

Dentro de la sociedad chilena existe una nueva tendencia muy marcada por consumir productos saludables, como los denominados "Light" o "Diet", para mantener cuerpos sanos. Uno de los productos de mayor consumo son las aguas minerales. Además, están demandando productos congelados para ser consumidos durante o después del trabajo.

Son ambientalistas. Vienen tomando conciencia de las nuevas exigencias y los efectos que producen ciertos productos y envases que no son amigables con el medio ambiente; es por ello, que la tendencia es a consumir y premiar a productos eco-sustentables, ya sean biodegradables o reciclables, tanto los envases como sus etiquetas.

Para finalizar, debe destacarse que cuando se ingresa en épocas de crisis, el consumidor chileno tiende a buscar precios bajos, aprovechar las ofertas, consumir productos de marcas propias, entre otras tendencias.

Tips sobre importación a tener en cuenta

Por regla general las importaciones en Chile están afectas al pago del derecho ad valorem del 6% sobre su valor CIF (valor de la mercancía + valor del flete + valor de la prima del seguro), y además, del pago del valor agregado (IVA) que es del 19%, sobre el valor CIF.

Dependiendo de la naturaleza del producto, algunas mercancías deben pagar impuestos especiales, como el tabaco, las bebidas alcohólicas, artículos de oro, joyas, gas comprimido, alfombras, pieles y tapices finos, entre otras.

Pero existen mercancías que quedan afectas al pago de derechos específicos como lo son el trigo y azúcar; el porcentaje depende de acuerdo a cada caso. En el caso de envío de ropa usada, está paga un recargo adicional del 3% sobre su valor CIF.

Queda totalmente prohibido en Chile la importación de vehículos y motocicletas usadas, asbesto, tolueno, pornografía, desechos tóxicos, etc.

Documentos necesarios para exportar a Chile

Para que su cliente pueda desaduanar la mercancía enviada desde Argentina, este deberá confeccionar un documento denominado Declaración de Ingreso (DIN) y en donde el exportador nacional deberá enviar, previamente o con la carga, algunos documentos de carácter obligatorio. Estos son la factura comercial en donde se acredita la carga como objeto de compraventa con sus correspondientes valores, y el documento de embarque (B/L, Guía Aérea o Carta de Porte), dependiendo del medio de transporte utilizado.

Pero también existen otros "documentos adicionales" que ayudan al despachante de aduanas en Chile al llenado de la DIN. Estos varían dependiendo el tipo de mercancía u operación, tales como: el certificado de origen, para poder acogerse al beneficio arancelario de Mercosur; lista de empaque para las mercancías acondicionadas en contenedores; póliza de seguro a la carga cuando el valor de la prima no se encuentre indicado en la factura comercial; nota de gastos cuando no se encuentren incluidos en la factura y permisos, vistos buenos y certificados cuando procedan.

Algunos consejos finales para exportadores argentinos

Recuerde que el existir un Acuerdo Comercial vigente, no necesariamente quiere decir que su producto pueda acogerse a la rebaja arancelaria, debido a que el producto en cuestión puede que no haya sido negociado en este acuerdo.

Si su producto fue negociado en el Acuerdo Mercosur, otro punto a tener muy presente, son los cupos (contingentes) máximos permitidos de importación. Este punto debe consultarlo con su Cámara de Comercio o con su Despachante de Aduanas, debido a que cumpliendo con todos los requisitos su producto estará impedido de ingresar con los beneficios mencionados, por sobrepasar el límite permitido anualmente al país desde Argentina. Esto se puede chequear a través de la partida arancelaria del producto a exportar, en el Acuerdo de Complementación Económica N° 35 Mercosur – Chile.

Si sus productos son alimentos envasados, considere incorporar el etiquetado nutricional obligatorio vigente desde y contemplado en el D.S. 57/05, y el cual tiene la finalidad de dar la oportunidad al consumidor de elegir una alimentación saludable, por otra parte, revise el Reglamento Sanitario de los Alimentos D.S. 977/96 del Ministerio de Salud.

Si su carga viene estibada en pallets, cajones o jaula de madera, piezas artesanales o cuñas de madera que sobrepasen los 5 mm de espesor, en estos casos se debe aplicar la Normativa Internacional de Medida Fitosanitaria (NIMF N° 15) la cual está vigente desde el 2002. Dicha medida apunta a protegerse y reducir el riesgo de introducción de plagas cuarentenarias a Chile. Por esto la madera deberá ser tratada previamente por cualquiera de los siguientes procesos: térmico (56° C durante 30 minutos) o fumigación con bromuro de metilo (+ 10° C por 24 horas). Una vez finalizado el tratamiento debe incorporar una marca reconocida universalmente, (HT) o (MB) respectivamente. Resolución N° 133 / 2005 del Servicio Agrícola y Ganadero (SAG).