



**UNIVERSIDAD DE VALPARAISO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

OPORTUNIDADES DE LAS PYMES DE LA V REGIÓN,  
PARA HACER NEGOCIOS CON EMPRESAS DE  
LA UNION EUROPEA

MARIA JOSE ARIAS GARCES  
VILMA ANDREA FERNANDEZ GOMEZ  
PROFESOR GUIA: EDUARDO JACQUIN

Informe de Práctica Profesional Presentada a la Carrera de Administración de  
Negocios Internacionales de la Universidad de Valparaíso Para Optar al Grado  
de Licenciado en Negocios Internacionales, Título Profesional de Administrador  
de Negocios Internacionales

Viña del Mar, 2007

## INDICE

<u>INTRODUCCIÓN</u>	4
<u>CAPITULO I SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS / CHILE</u>	9
<u>1.2 Aduanas de Chile</u>	9
<u>1.2 Organización del Servicio Nacional de Aduanas</u>	10
<u>1.3 Atribuciones del Servicio</u>	12
<u>1.4 Organigrama</u>	14
<u>CAPITULO II PYME Y ORGANISMOS DE APOYO</u>	15
<u>2.1 Pymes</u>	15
<u>2.2 Pymex</u>	17
<u>2.3 Cluster</u>	24
<u>2.4 Organismos de ayuda a la Pyme.</u>	26
<u>2.4.1 CORFO</u>	26
<u>2.4.2 SERCOTEC</u>	36
<u>2.4.3 SENCE</u>	41
<u>2.4.4 INDAP</u>	44
<u>2.4.5 ASEXMA</u>	45
<u>2.4.6 SOFOFA</u>	46
<u>2.4.7 PROCHILE</u>	47
<u>2.5 Organismo de apoyo para incentivar el intercambio comercial Unión Europea-Chile.</u>	53
<u>2.5.1 EUROCHILE</u>	53
<u>CAPITULO III RELACIÓN COMERCIAL CHILE - UNIÓN EUROPEA</u>	61
<u>3.1 Acuerdo chile- union europea</u>	62
<u>3.2 Intercambio comercial entre chile y la unión europea</u>	63
<u>3.3 Análisis de la evolución del comercio Chile- Unión europea</u>	64

<u>CAPITULO IV OPORTUNIDADES EN EL MERCADO EUROPEO PARA LAS PYMEX Y POSIBILIDADES DE ASOCIATIVIDAD DE EMPRESAS DE PALTAS DE LA V REGIÓN</u>	75
<u>4.1 Pymex v region</u>	75
<u>4.1.1 Caracterización regional</u>	75
<u>4.1.2 Empresas Exportadoras</u>	78
<u>4.1.3 Empresas de la V región que exportan a la Unión Europea</u>	83
<u>4.2 Ejemplo de Asociatividad: Cluster V región</u>	90
<u>4.3 Cluster Palta Hass</u>	91
<u>4.4 Paltas</u>	93
<u>4.4.1 Situación Internacional:</u>	93
<u>4.4.2 Situación Nacional y Regional</u>	94
<u>4.5 Análisis de Mercado Europeo</u>	100
<u>CAPITULO V ASPECTOS A CONSIDERAR A LA HORA DE EXPORTAR A LA UNIÓN EUROPEA SEGÚN PROPAL Y EL PRESIDENTE DE AGRICULTORES PROVINCIA DE QUILLOTA</u>	104
<u>5.1 PROPAL</u>	104
<u>5.1.1 Entrevista a Rodrigo Manzo, Gerente comercial PROPAL</u>	106
<u>5.2 Entrevista a Marcelo Pruzzo, Presidente de la Asociación de Agricultores de la Provincia de Quillota</u>	109
<u>CONCLUSION</u>	111
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	115

## **INTRODUCCIÓN**

El presente informe realizado dentro del contexto de la Práctica Profesional para optar al Grado de Licenciado en Negocios Internacionales, dice relación con la práctica profesional realizada por María José Arias Garcés y Vilma Andrea Fernández Gómez. Tiene como objetivo ser una orientación para los pequeños y medianos empresarios de la V región que quieran emprender, ampliar su mercado, y comenzar a hacer negocios con la Unión Europea.

De acuerdo a lo realizado en la práctica profesional notamos que muchos de los beneficios originados por los Acuerdos y Tratados Internacionales son desconocidos por la gran mayoría de las pequeñas y medianas empresas de nuestro país. Debido a esto nos enfocamos específicamente a las oportunidades que existen en Chile dadas por los diversos organismos que apoyan a las pequeñas y medianas empresas exportadoras y a la vez incentivan a las que aun no se atreven a internacionalizar sus productos, y al Acuerdo de Cooperación Político Comercial Chile-Unión Europea.

La practica de Maria José Arias Garcés se realizo en el Departamento de Procesos Aduaneros, Franquicias y Regimenes Suspensivos de la Dirección Regional de Aduanas de Valparaíso perteneciente al Servicio Nacional de Aduanas teniendo como jefe directo a Lina Sánchez.

Las funciones realizadas en el Servicio Nacional de Aduanas tuvieron relación con las rebajas arancelarias de acuerdo a los Tratados Internacionales (Franquicias), mayoritariamente dirigidos a la Unión Europea, Regimenes Suspensivos.

Específicamente:

- Recepción de documentos DAPTS Declaración de Almacén Particular tramitación simplificada
- Cálculos y análisis de los documentos recepcionados por ejemplo verificación de la fecha de entrega del documento fuera o dentro del plazo admisible
- Realización de las resoluciones afectas o exentas en relación con las franquicias otorgadas con previa revisión de la documentación otorgada por el interesado a la aduana regional para acogerse a estos beneficios.

La práctica de Vilma Andrea Fernández Gómez tuvo lugar en el Subdepartamento de Comunicaciones de la Dirección Nacional de Aduanas perteneciente al Servicio Nacional de Aduanas teniendo como jefe directo a Fabián Villarroel.

Se realizó un estudio acerca de los diferentes regímenes suspensivos, basándose en la Normativa Aduanera y Acuerdos Internacionales a que Chile se ha suscrito, teniendo como objetivo elegir la opción más conveniente, en el momento de que la mercancía ingrese o salga del país.

Específicamente en lo referente a:

- Admisión temporal de equipo profesional de personas de negocios, equipos de prensa, muestras comerciales y películas publicitarias, bienes importados con propósitos deportivos y bienes destinados a la exposición o demostración.
- Muestras Comerciales
- Tránsito, los requisitos para que una mercancía acceda al trato preferencial y se considere originaria.
- Reimportación de mercancía, luego de haber salido del país para ser reparadas o alteradas.

Los motivos que llevaron a realizar la práctica profesional en el Servicio Nacional de Aduanas dicen relación con que en la actualidad, en virtud de la inserción internacional de nuestro país y de los nuevos Tratados de Libre Comercio y Acuerdos Comerciales suscritos por Chile, el rol que le cabe a Aduanas es preponderante. En efecto, su tarea ya no sólo radica en la recaudación de los derechos aduaneros y de impuestos de carácter interno a las importaciones, sino que ahora, le corresponde implementar la puesta en marcha de dichos acuerdos internacionales, siendo un ente facilitador.

El presente informe está estructurado de la siguiente manera:

En el capítulo I se entregará en detalle las funciones de la Aduana Nacional de Chile así como su organización y atribuciones del servicio.

El capítulo II se profundizará en relación a las pymes a nivel país, sus exportaciones, rubros etc., además de los principales organismos de apoyo que existen para mejorar la competitividad de los bienes y servicios transables del país y el intercambio comercial.

El Capítulo III se realiza un breve análisis de la evolución que ha tenido el comercio Chileno desde la puesta en marcha del Tratado Chile - Unión Europea, su saldo e intercambio comercial.

En el Capítulo IV se analizan las oportunidades que existen en el Mercado Europeo para las Pymes Chilenas y las Posibilidades de Asociatividad de Empresas Agrícolas específicamente de Paltas de la V Región dando a conocer todos los beneficios que existen en la región de Valparaíso para una posible asociatividad.

Finalmente en el Capítulo V se dará a conocer la experiencia de la Empresa PROPAL, que exporta con éxito a la Unión Europea y además es un ejemplo de asociatividad empresarial y la entrevista realizada al Presidente de la Asociación de Agricultores ambos de la Provincia de Quillota comentando como ha beneficiado o afectado a su proceso de crecimiento la implementación del Tratado Chile – Unión Europea y las críticas y sugerencias hechas ya sean hacia el gobierno como a las demás Pymes.

## **CAPITULO I SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS / CHILE DIRECCION NACIONAL Y REGIONAL DE ADUANAS DE VALPARAISO**

### **1.2 Aduanas de Chile**

El Servicio Nacional de Aduanas según el artículo primero de Ordenanza de Aduanas prescribe que “el Servicio Nacional de Aduanas es un Servicio Público de administración autónoma, con personalidad jurídica de duración indefinida y se relacionara con el poder ejecutivo a través del Ministerio de Hacienda este Servicio será denominado para todos los efectos legales “como Institución Fiscalizadora” y su domicilio será la ciudad de Valparaíso”

Le corresponde, conforme al inciso 2º del mismo Artículo 1º de la ordenanza de aduana además de la vigilancia y fiscalización del paso de las mercancías por las costas, fronteras y aeropuertos de la Republica:

- Intervenir en el tráfico internacional para los efectos de recaudación de los impuestos a la importación, exportación y otros que determine las leyes.
- Generar las estadísticas de ese tráfico por las fronteras.
- Las demás funciones que le encomienden las leyes

## **1.2 Organización del Servicio Nacional de Aduanas**

Esta materia se encuentra determinada en su ley Orgánica, aprobada por el decreto de Hacienda 329 publicado en el diario oficial del 20.06.79

### **Ámbito central**

En el ámbito organizacional central, el Servicio Nacional de Aduanas, esta constituido por la Dirección Nacional de Aduanas, cuya sede es en Valparaíso y sus autoridades son:

#### **Director Nacional**

El Director Nacional de Aduanas, es el jefe superior del Servicio es nombrado por el presidente de la Republica y es funcionario de su exclusiva confianza

Sus facultades son:

- Facultad para la realización de todos los actos necesarios para el cumplimiento de sus cometidos
- Potestad de mando o facultades directivas
- Potestad o facultad disciplinarias
- Potestad normativas
- Potestad o facultad interpretativas

- Potestad jurisdiccional
- Facultad administrativa

### **Subdirecciones**

La labor del Director Nacional de Aduanas, se encuentra secundada por las siguientes Subdirecciones:

- Subdirección técnica
- Subdirección jurídica
- Subdirección de fiscalización
- Subdirección de Recursos Humanos
- Subdirección Administrativa
- Subdirección de Informática

### **Departamentos de Staff**

- Departamento de la Secretaria General que cuenta con los Subdepartamentos de Comunicaciones y de Partes e Informaciones
- Departamento de Asuntos internacionales
- Departamento de Auditoria Interna
- Departamento de estudios

## **Ámbito territorial**

Distribuidos a lo largo del país, el Servicio Nacional de aduanas cuenta con las siguientes Direcciones Regionales ubicadas en las ciudades que se señalan

- Dirección Regional de Aduanas de Iquique
- Dirección Regional de Aduanas de Antofagasta
- Dirección Regional de Aduanas de Coquimbo
- Dirección Regional de Aduanas de Metropolitana
- Dirección Regional de Aduanas de Valparaíso
- Dirección Regional de Aduanas de Talcahuano
- Dirección Regional de Aduanas de Puerto Montt
- Dirección Regional de Aduanas de Coyhaique
- Dirección Regional de Aduanas de Punta Arenas

## **1.3 Atribuciones del Servicio**

### **Potestad aduanera**

Es el conjunto de atribuciones que tiene el Servicio para controlar el ingreso y salida de mercancías hacia y desde el territorio nacional y para dar cumplimiento a las disposiciones legales y reglamentarias que regulan las actuaciones aduaneras. Quedan también sujetas a dicha potestad, las personas que pasen por las fronteras, puertos y aeropuertos, y la importación y exportación de los servicios respecto de los cuales la ley disponga intervención de la Aduana.

Asimismo esta potestad se ejerce respecto de las mercancías y personas que ingresen y salgan de la zona de tratamiento aduanero especial

Se encuentran sujetas entonces a la Potestad Aduanera no solo las mercancías, sino también, las personas y la importación y exportación de servicios

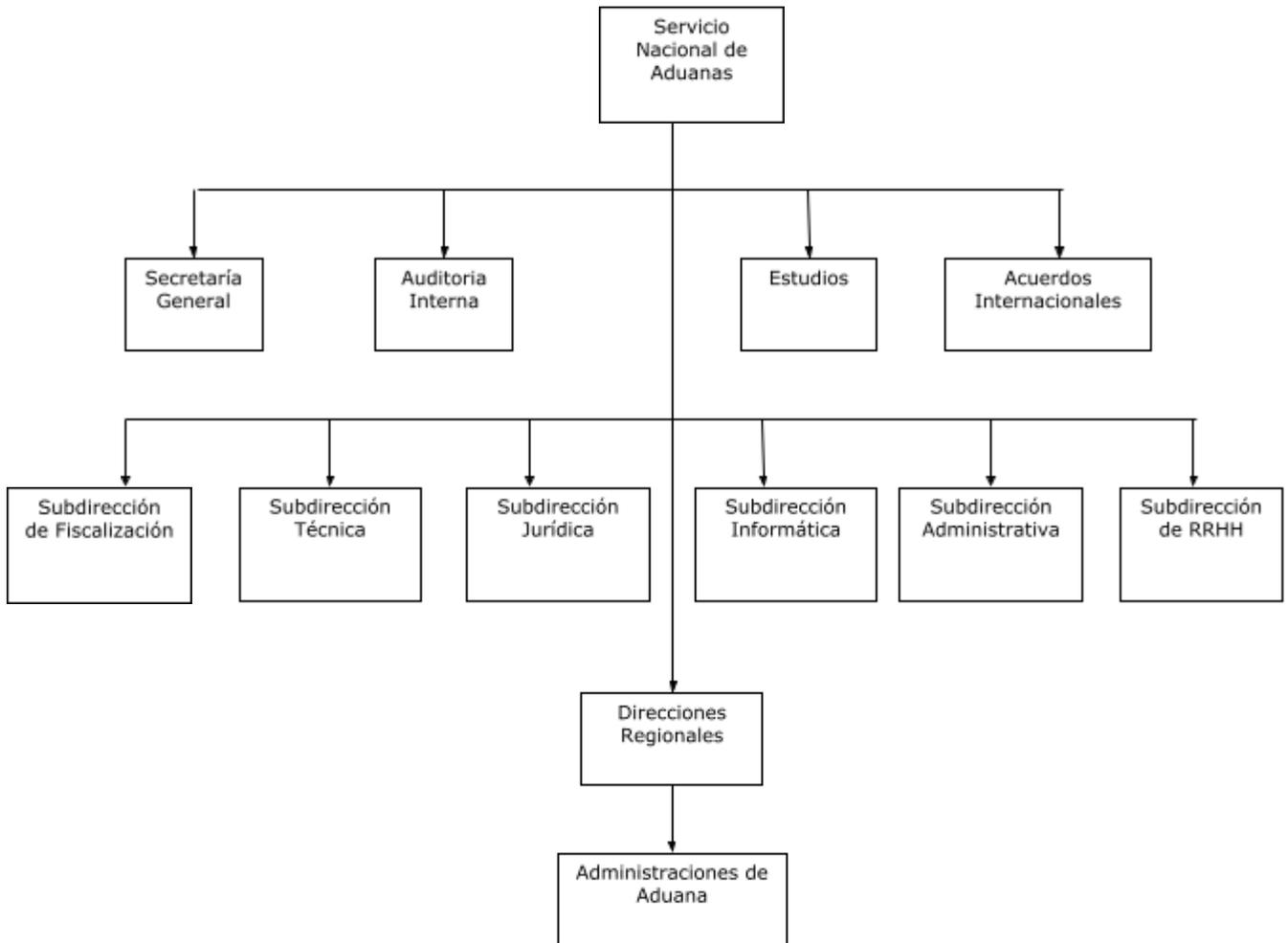
### **Territorio aduanero y zonas de competencias.**

El ejercicio de la potestad aduanera se ejerce sobre todo el territorio nacional sin embargo es preciso señalar que cada una de las Direcciones Regionales y Administraciones de Aduana le corresponden una zona de competencias.

Zona Primaria: Espacio de mar o tierra en el cual se efectúan las operaciones materiales, marítimas y terrestres de la movilización de las mercancías el que para los efectos de su jurisdicción es recinto aduanero y en cual han de cargarse, descargarse, recibirse o revisarse las mercancías, para su introducción o salida del territorio nacional.

Zona Secundaria: Parte del territorio nacional y aguas territoriales, que le corresponde a cada Aduana para los efectos de ejercer su competencia.

## 1.4 Organigrama



## **CAPITULO II PYME Y ORGANISMOS DE APOYO**

En vista de la necesidad de mejorar los niveles competitivos de la economía Chilena y de la oportunidad que significa la implementación de tratados y acuerdos comerciales, la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales a través de ProChile, y varios otros organismos Públicos y/o Privados trabajan en conjunto y se encuentran implementando proyectos cuyos objetivos son contribuir a mejorar la competitividad de los bienes y servicios transables del país y el intercambio comercial ayudando a las PyMES a convertirse en exportadoras (PYMEX).

### **2.1 Pymes**

Las Pymes son empresas que tienen ventas anuales netas mayores de 2.400 UF y menores de 100.000 UF, las cuales además son generadoras de más del 80% del empleo en Chile, ya que una de las características de este sector es que sus empresas son muy intensivas en mano de obra, principalmente, en mano de obra no calificada o semicalificada.

En las siguientes tablas se dan a conocer diversos criterios para clasificar las empresas en Pymes:

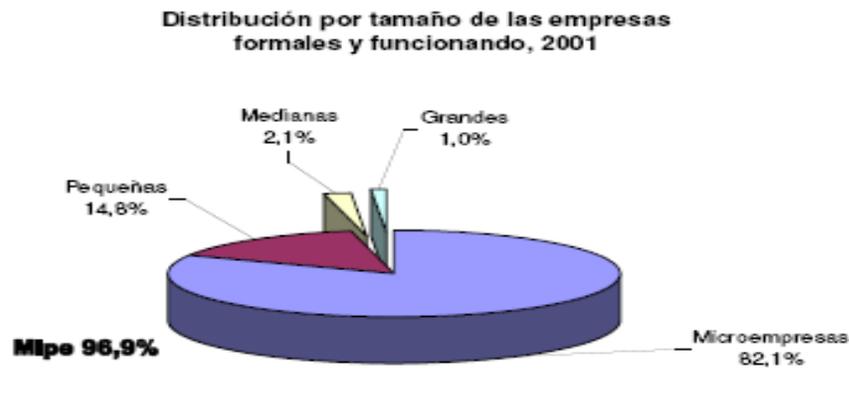
Según Ministerio de Economía:

TIPO DE EMPRESA	VENTAS ANUALES
Micro empresa	Menos de UF 2.400* (hasta \$43.547.399)
Pequeña empresa	Entre UF 2.400* y UF 25.000* (\$43.547.400 a \$453.900.000)
Mediana empresa	Entre UF 25.001* y UF 100.000* (\$453.900.001 a \$1.815.600.000)
Gran empresa	Más de UF 100.000* (sobre \$1.815.600.000)

Según la Sociedad de Fomento Fabril (Sofofa)

TIPO DE EMPRESA	NÚMERO DE TRABAJADORES
Micro empresa	Hasta 4 trabajadores
Pequeña y mediana empresa	5 a 199 trabajadores
Gran empresa	Más de 200 trabajadores

## ¿Cuántas son las pymes en Chile?



**Fuente:** Estudio "La situación de la micro y pequeña empresa en Chile", Comité de Fomento de la Micro y Pequeña Empresa, Ministerio de Economía.

En nuestro país se está tomando conciencia de la importancia de incentivar una mayor competitividad y productividad de las pymes lo que se traduciría en un mayor crecimiento económico en el país.

### 2.2 Pymex

Las PYMEX chilenas son empresas que presentan ventas anuales entre 50 mil y 7,5 millones de dólares, se caracteriza porque sus exportaciones presentan un fuerte componente no tradicional. En efecto, se observa durante el período 2005 analizado que el 91,3% de las exportaciones de estas empresas corresponden a envíos no tradicionales.. Durante el período enero-noviembre de 2005, las PYMEX chilenas han totalizado exportaciones por US\$ 2.639 millones, lo que significó un aumento de US\$ 503 millones respecto al período homólogo del año anterior, esto es una variación positiva de 23,5%. Las

PYMEX representaron el 7,5% de las exportaciones nacionales. Sin embargo, la PYMEX chilena, representa el 20,9% de las exportaciones no tradicionales chilenas. Finalmente, un hecho a destacar es que la media de exportaciones de las PYMEX para el año 2004 fue de quinientos mil dólares.

### Exportaciones de las PYMEX

	2003	2004 (ene-nov)	2005 (ene-nov)	Var. %
Exportaciones PYMEX	1.952,4	2.136,1	2.638,7	23,5
XNT PYMEX	1.729,0	1.960,5	2.409,1	22,9
% XNT PYMEX sobre total PYMEX	88,6	91,8	91,3	97,3

XNT: Exportaciones Netas Totales  
Fuente: ProChile

### Exportaciones PYMEX por Sector.

Dentro de las exportaciones PYMEX, destacan principalmente por su monto exportado, los sectores Industrial y Agrícola, el primero con US\$ 1.972 millones concentra el 75% del total exportado por estas empresas, mientras que el segundo con US\$ 535 millones concentra el 20,3%. Además el sector industrial destaca por el gran desempeño alcanzado durante el período 2005 analizado, con un incremento de 30,1%. En el sector Industrial, destacan por su monto exportado y crecimiento alcanzado tres subsectores: Industria Alimenticia (US\$ 1.044 millones y crecimiento de 15%); Productos metálicos, maquinarias y equipos (US\$ 289 millones y crecimiento de 109%); Forestales y muebles de

madera (US\$ 210 millones y crecimiento de 25%); finalmente, Productos químicos básicos y preparados (US\$ 207 millones y crecimiento de 45%)

En el sector Agrícola destaca el subsector Agricultura, fruticultura y ganadería con el grueso de las exportaciones del sector (US\$ 501 millones y crecimiento de 3%).

CIIU Sector y subsector (US\$ millones)	2004 (ene-nov)	2005 (ene-nov)	% sobre Total	% Var.
100 AGRICULTURA	514,4	534,7	20,3	3,9
110 Agricultura, fruticultura y ganadería	487,5	501,1	19,0	2,8
120 Silvicultura	7,8	9,4	0,4	19,5
130 Pesca extractiva	19,0	24,3	0,9	27,5
200 MINERIA	43,6	44,0	1,7	0,9
220 Cobre y hierro	13,4	0,3	0,0	- 97,9
230 Resto de minería	29,1	42,7	1,6	46,9
240 Otros	1,2	1,0	0,0	- 13,4
300 INDUSTRIA	1.515,7	1.972,1	74,7	30,1
310 Industria alimenticia, bebidas, licores y tabaco	910,3	1.043,8	39,6	14,7
320 Industria textil, prendas de vestir y cuero	53,3	69,9	2,6	31,1
330 Forestales y muebles de madera	167,3	209,5	7,9	25,2
340 Celulosa, papel, cartón, editoriales e imprenta	20,7	37,1	1,4	79,4
350 Productos químicos básicos y preparados, caucho y plásticos	142,4	206,6	7,8	45,1
360 Productos de barro, loza, porcelana y vidrio	16,9	31,3	1,2	85,4
370 Industria básica del hierro, acero y materiales no ferrosos	53,9	71,2	2,7	32,1
380 Productos metálicos, maquinarias, mat. eléctricos e instrum. de medida	138,4	289,3	11,0	109,0
390 Industria manufacturera no expresada	12,5	13,3	0,5	6,6
900 OTROS	62,4	87,9	3,3	40,9
TOTAL	2.136,1	2.638,7	100,0	23,5

Fuente: Prochile

### **Exportaciones PYMEX por Producto.**

Los principales veinte productos exportados por la PYMEX chilena concentran el 41,3%, del total de las exportaciones realizadas por éste tipo de empresas, lo cual indica que la canasta exportadora de las PYMEX presenta una mayor diversificación que en el ámbito nacional, en donde los principales veinte productos concentran sobre el 60% de los envíos. Además, estos productos exportados por la PYMEX chilena son exportados a una gran variedad de mercados. Por ejemplo el Vino chileno llega actualmente a más de 100 mercados; las uvas a más de 70; los servicios a más de 75; Madera aserrada a más de 14 mercados; Salmones y truchas a más de 30; las manzanas a más de 70; las frambuesas a 28; la merluza a más de 20; las pasas a más de 50 mercados, etc.

Ranking 2005	Producto (US\$ Millones)	2004 (ene-nov)	2005 (ene-nov)	% Sobre Total	% var.
1	Vinos	225,5	269,4	10,21	19,47
2	Uvas.	144,3	155,6	5,90	7,80
3	Exportaciones de servicios	62,1	87,5	3,32	40,91
4	Madera aserrada o desbastada	57,4	86,0	3,26	49,85
5	Salmones y truchas	77,6	82,2	3,11	5,90
6	Manzanas frescas.	64,8	54,1	2,05	-16,54
7	Frambuesas, moras-frambuesa	30,0	36,6	1,39	21,78
8	Merluza	36,4	36,0	1,36	-1,14
9	Pasas.	33,6	33,3	1,26	-0,62
10	Cholgas, choritos preparados y conservados	21,8	29,5	1,12	35,08
11	Almendras sin cáscara, frescas o secas,	13,7	27,0	1,02	97,81
12	Nueces de nogal sin cáscara, frescas o secas	19,6	25,8	0,98	31,70
13	Lenguas de erizo de mar, congeladas, secos	22,1	24,7	0,93	11,67
14	Las demás algas, frescas o secas	18,4	23,1	0,87	25,39
15	Desperdicios y desechos, de cobre.	16,6	22,4	0,85	34,85
16	Oro en bruto, excepto en polvo, para uso	17,1	20,6	0,78	20,14
17	Ciruelas secas.	17,3	20,1	0,76	16,40
18	Listones y molduras de madera para muebles	27,1	19,1	0,72	-29,49
19	Paltas	33,6	18,2	0,69	-45,83
20	Jugo de las demás frutas, legumbres	13,7	17,5	0,66	28,13
	Subtotal	952,6	1.088,6	41,25	14,27
	Otros	1.183,5	1.550,1	58,75	30,98
	Total	2.136,1	2.638,7	100,00	23,53

Fuente: Prochile

### Exportaciones PyMEX por Mercados.

Durante el período enero-noviembre de 2005 se han registrado los siguientes montos exportados por la PyMEX chilena a los diversos mercados:

Ranking 2005	País (US\$ Millones)	2004 (ene-nov)	2005 (ene-nov)	Total % sobre	% Var.
1	Estados Unidos	512,7	598,8	22,69	16,8
2	Japón	147,9	176,7	6,70	19,5
3	México	121,1	150,6	5,71	24,4
4	Perú	88,2	135,9	5,15	54,0
5	Argentina	85,5	117,7	4,46	37,7
6	España	102,8	113,0	4,28	10,0
7	Brasil	85,5	109,5	4,15	28,1
8	Alemania	85,6	105,0	3,98	22,7
9	Canadá	34,0	95,8	3,63	181,8
10	Inglaterra	102,3	92,9	3,52	- 9,2
11	Holanda	94,1	92,6	3,51	- 1,6
12	Francia	61,1	64,2	2,43	5,1
13	Italia	53,7	57,8	2,19	7,8
14	Colombia	40,0	56,1	2,13	40,2
15	China	55,0	53,1	2,01	- 3,5
16	Venezuela	33,6	52,2	1,98	55,3
17	Bolivia	31,4	49,4	1,87	57,3
18	Ecuador	40,0	45,7	1,73	14,4
19	Taiwán	22,2	32,9	1,25	48,4
20	Corea del Sur	27,7	32,4	1,23	16,9
	Subtotal	1.824,2	2.232,5	84,60	22,4
	Otros	311,9	406,3	15,40	30,3
	Total	2.136,1	2.638,7	100,00	23,5

Fuente: Prochile

### Exportaciones PyMEX por Acuerdos Comerciales.

Durante el período enero-noviembre de 2005, Las PyMEX chilenas han presentado un buen desempeño, los Acuerdos comerciales más importantes, por el monto exportado por la PyMEX, corresponden a Unión Europea, Estados Unidos, y México, en ese orden, ya que en el período analizado han registrado montos de US\$ 624 millones (crecimiento de 6%); US\$ 599 millones (crecimiento de 17%), US\$ 151 millones (crecimiento de 24,4%)

Mercado (US\$ Millones)	2004 (ene-nov)	2005 (ene-nov)	% Var. 05/04
Unión Europea	589,4	624,0	5,9
Estados Unidos	512,7	598,8	16,8
México	121,1	150,6	24,4
Canadá	34,0	95,8	181,8
Centro América	26,6	41,4	55,5
Corea del Sur	27,7	32,4	16,9
EFTA	12,8	16,6	30,1
<b>Subtotal</b>	<b>734,9</b>	<b>935,6</b>	<b>27,3</b>
<b>Otros</b>	<b>1.401,2</b>	<b>1.703,1</b>	<b>21,5</b>
<b>Total</b>	<b>2.136,1</b>	<b>2.638,7</b>	<b>23,5</b>

Fuente: Prochile

### **2.3 Cluster**

Actualmente existe una tendencia que promueve la agrupación de pymes en clusters. Los clusters son un sistema al que pertenecen empresas y ramas industriales que establecen vínculos de interdependencia funcional para el desarrollo de sus procesos productivos y para la obtención de determinados productos o, dicho de otro modo, Un "cluster" podría definirse como un conjunto o grupo de empresas pertenecientes a diversos sectores, ubicadas en una zona geográfica limitada, interrelacionadas mutuamente en los sentidos vertical, horizontal y colateral en torno a unos mercados, tecnologías y capitales productivos que constituyen núcleos dinámicos del sector industrial, formando un sistema interactivo en el que, con el apoyo decidido de la administración, pueden mejorar su competitividad.

Agrupar a las pymes en cluster puede ser una buena alternativa que tiene como objetivo acceder a mercados mayores; vender sus productos a mejor precio; comprar insumos y contratar servicios de consultoría e innovaciones tecnológicas a menores costos.

Como una forma de aprovechar de mejor manera las oportunidades que ofrecen los acuerdos comerciales suscritos por Chile en los últimos años, se ha considerado necesario identificar a lo largo del país actividades productivas con

potencial de aumentar su competitividad, bajo la lógica de Clusters. Los clusters se han difundido intensamente a partir de experiencias exitosas de desarrollo en países avanzados. En los años 90 ha sido muy utilizado por Michael Porter en sus propuestas para la competitividad de las empresas. Es un concepto que está estrechamente relacionado con la globalización y el desarrollo de la competitividad internacional, por lo que ha pasado a mirarse como una posibilidad estratégica para el desarrollo exportador regional, bajo la definición de Clusters Exportadores Regionales (CER).

La competitividad de un Cluster supera el promedio regional, por lo cual su orientación es a la exportación. Su localización geográfica puede incluir desde una región o ciudad, hasta una red de países vecinos. Asimismo, dentro de los clusters se pueden encontrar firmas de todos los tamaños, compañías de productos finales o servicios, proveedores de insumos especializados, componentes, maquinaria y servicios, instituciones financieras, firmas en industrias relacionadas, instituciones de educación, centros de investigación, instituciones gubernamentales y en general, toda organización que de alguna manera influya en el desempeño del cluster.

Elementos esenciales para la creación de un Cluster:

- Empresas y asociaciones relacionadas,
- Localización geográfica que genera ventajas comparativas,
- Desarrollo de actividades industriales asociadas,
- Beneficios se obtienen de la colaboración

- Competitividad superior

## **2.4 Organismos de ayuda a la Pyme.**

Para todo emprendedor o Pyme es necesario en algún momento de su vida acceder a terceros, ya sea porque requiere financiamiento, capacitación, asesoría, mejorar su competitividad, etc. Por esta razón es importante que estén en conocimiento de las organizaciones e instituciones más importantes relacionadas con las pequeñas y medianas empresas, específicamente cuáles son, cuál es su campo de acción, qué herramientas ofrecen al emprendedor pyme y en qué ámbitos.

**Dentro de las instituciones más importantes están:**

### **2.4.1 CORFO**

La Corporación de Fomento de la Producción es el organismo estatal chileno encargado de promover el desarrollo productivo del país. Atiende anualmente a más de 32 mil empresas chilenas, principalmente pymes. Les otorga unos US\$127 millones en créditos a través del sistema financiero privado, tanto bancario como no bancario y alrededor de US\$81 millones en subvenciones, cantidad que moviliza un aporte empresarial superior a US\$68 millones.

Los ámbitos de acción de la Corfo son:

- Inversión: proporciona información sobre oportunidades de negocios, asesoría especializada y apoyo financiero para agilizar la evaluación, instalación y materialización de su proyecto.
- Innovar: Innova Chile es la agencia encargada de esta área, apoyando a las empresas en el acceso a tecnologías y en el desarrollo de productos y servicios de mayor valor y diferenciación.
- Emprender: otorga respaldo a nuevos proyectos.
- Mejorar: asesoramiento en gestión y operación de la empresa, para ser más competitiva y satisfacer las necesidades de los clientes.

### **Programas:**

#### **-Fomento a la calidad:**

Es un aporte no reembolsable de CORFO que cubre parte del costo de una consultoría especializada, contratada por las empresa, para incorporar en ellas sistemas o estándares de gestión con evaluación de conformidad certificables o verificables, tales como las normas ISO 9001, ISO 14001, Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), la Norma de Sistemas de Gestión Pyme (NCh2909), PABCO, OHSAS y HACCP.

Requisitos y Actividades: financia las etapas de consultorías y verificación, en un porcentaje diferenciado tratándose de cada una de las certificaciones.

Beneficiarios: Pueden acceder empresas con ventas anuales de hasta 100.000 UF. También aquellas empresas que, independientemente de su nivel de ventas, estén participando en un Programa de Desarrollo de Proveedores.

Acceso: A través de agentes operadores de CORFO

### **-Proyectos Asociativos de Fomento**

Es un aporte no reembolsable que cubre parte del costo de la preparación y ejecución de un proyecto de negocio asociativo, desarrollado por un grupo de al menos 5 empresas, destinado a lograr metas comunes de aumento de competitividad, tanto para el grupo como para cada empresa integrante de este Proyecto Asociativo de Fomento.

Requisitos y Actividades:

1. Etapa formulación. CORFO financia hasta el 50% del costo total, con un máximo de 800 UF por grupo.
2. Etapa de Ejecución. CORFO aportar hasta el 50% del costo total, con máximo de 3.000 UF anual.

3. Etapa de Desarrollo. CORFO financia hasta el 50% del costo total, con un máximo de 3.000 UF anual

Beneficiarios: Pueden participar pequeñas y medianas empresas productoras de bienes y servicios que individualmente demuestren ventas netas anuales entre 2.400 UF y 100.000 UF.

Acceso: A través de agentes operadores de CORFO

#### **- Crédito CORFO Inversión Regiones**

Es un crédito u operación leasing de hasta US\$1.000.000, de carácter multisectorial orientado a financiar inversiones de pequeñas y medianas empresas que desarrollen sus actividades productivas en regiones diferentes a la Región Metropolitana. (VER PUNTUACIÓN)

Requisitos y Actividades:

Financia compra de activos fijos, contratación de profesionales y puesta en marcha del proyecto, con un máximo de 30% del monto total del crédito para capital de trabajo.

Beneficiarios: Empresas productoras de bienes y servicios con ventas anuales de hasta el equivalente a US\$10.000.000, excluido IVA.

Si se trata de inversiones de especial interés regional, pueden acceder empresas con ventas anuales de hasta US\$30.000.000. En este caso el crédito puede llegar a US\$3.000.000.-

Acceso: A través de la Banca Privada con fondos de CORFO:

1. Banco BBVA
2. Banco de Chile
3. Banco del Desarrollo
4. Banco Santander Santiago
5. Banco Security
6. Scotiabank
7. Banco Internacional
8. HNS Banco

#### **-Leasing Pyme**

Es un financiamiento de hasta 100% del valor de los bienes y servicios elegibles, cuyo valor de compra no exceda de UF 25.000, excluido el IVA. Se otorga en dólares o en UF.

#### Requisitos y Actividades:

Financia el arrendamiento con opción de compra de equipos, maquinarias y bienes de capital nuevos.

Se incluyen los servicios anexos para su instalación y montaje, así como también de construcciones y obras civiles destinadas a los fines productivos de medianas y pequeñas empresa.

Beneficiarios: Empresas privadas, personas jurídicas o naturales, legalmente establecidas en Chile, con ventas anuales de hasta US\$10.000.000.- excluido IVA, que adquieran bienes de capital, maquinarias o equipos nuevos a través de compañías de leasing no bancarias.

Acceso: A través de la compañía proveedora de servicios “Leasing Progreso S.A.”

[www.leasingprogreso.cl](http://www.leasingprogreso.cl)

#### **-Financiamiento de capital de trabajo vía Factoring:**

Es un financiamiento que CORFO canaliza a través de empresas de factoring dependientes o no de bancos, para que éstas compren los documentos, facturas o títulos de créditos emitidos por pequeñas y medianas empresas, correspondientes a sus ventas (cuentas por cobrar).

Requisitos y Actividades: Financia hasta el 100% de operaciones de factoring, consistente en la compra de facturas, letras, pagarés y otros contratos o títulos de créditos, a excepción de cheques, emitidos por empresas privadas. Por empresa beneficiaria el monto de las operaciones no podrá exceder de 2 veces su venta mensual promedio del último semestre, excluido el IVA.

Beneficiarios: Pequeñas y medianas empresas emisoras de los documentos factorizables, con ventas anuales de hasta UF 100.000, excluido IVA.

Este máximo de ventas anuales se amplía a US\$10.000.000 en el caso de las empresas exportadoras que usen la modalidad de factoring internacional.

Acceso: La empresa pequeña o mediana debe contactarse directamente con las empresas de factoring que tienen convenio con CORFO para operar esta línea de financiamiento:

1. Eurocapital
2. Factoring Security
3. Factorline
4. Profactoring
5. Servicios Financieros Progreso

### **-Cobertura de Proyectos de Inversión**

Facilita el financiamiento de proyectos de inversión de pequeñas y medianas empresas en el sistema financiero. Es una cobertura de riesgo de no pago, otorgada por CORFO, a créditos que coloquen los bancos para financiar inversiones que realicen pequeñas y medianas empresas en regiones, cobertura que permite complementar las garantías entregadas por estas empresas a las instituciones financieras. El monto de cobertura de CORFO es el 60% de la pérdida neta definitiva (total de capital e intereses ordinarios no recuperados por el banco), con un tope de 40% del monto original del crédito otorgado.

Requisitos y Actividades: La cobertura es aplicable a las operaciones de crédito y tiene un tope máximo de cobertura de UF 15.000.- Las operaciones de crédito deben estar orientadas específicamente al financiamiento de inversiones nuevas.

Beneficiarios: Pequeñas y medianas empresas privadas con ventas anuales netas de hasta UF 100.000 que estén clasificadas por el banco en categoría de riesgo no inferior a "C1" y que realicen la inversión en una región distinta a la Metropolitana. También pueden acceder empresas nuevas.

Acceso: A través de la banca privada con convenio con CORFO:

1. Banco BBVA
2. Banco de. Factorline
4. Profactoring
5. Servicios Financieros Progreso Chile
3. Banco Santander Santiago
4. Banco Security
5. Banco del Desarrollo

**-Capital de Riesgo para Pymes en Expansión:**

Programa destinado a financiar la expansión de pequeñas y medianas empresas con gran potencial de crecimiento. CORFO entrega los recursos a Fondos de Inversión para que éstos inviertan en dichas empresas mediante aportes de capital o préstamos, estableciéndose la relación comercial exclusivamente entre los Fondos y las empresas beneficiarias. Las administradoras de fondos de inversión participan activamente en la gestión de las empresas donde se realizan estas inversiones.

Es un financiamiento en forma de crédito a largo plazo a Fondos de Inversión regidos por la Ley N°18.815 o la Ley N°18.657 por un monto de hasta el 300%

de los aportes hechos por los inversionistas privados a los fondos para que éstos aporten capital en empresas o proyectos que presenten gran potencial de crecimiento y rentabilidad.

Requisitos y Actividades: Por lo general se trata de negocios que ofrecen perspectivas de alta rentabilidad (que permitan al Fondo compensar los riesgos que asume al invertir en iniciativas de desarrollo), orientados a un mercado en crecimiento con una demanda potencial importante y con posibilidades de conquistar mercados externos.

Beneficiarios: Con el financiamiento otorgado por CORFO, los Fondos de Inversión pueden realizar aportes de capital en medianas y pequeñas empresas de cualquier sector económico, constituidas como sociedades anónimas cerradas, legalmente constituidas en Chile, o sociedades anónimas u otras sociedades de capital constituidas en el extranjero, siempre que los recursos sean aportados directamente por éstas en una sociedad con domicilio en Chile. Las empresas receptoras de los recursos deberán poseer un patrimonio no superior a UF 100.000 a la fecha de la inversión del Fondo.

Acceso: Directamente a través de administradoras de fondos:

-Fondo Precursor: Administradora Gerens Capital S.A.

-Fondo Halcón II: Administradora Econsult, Administradora de Fondos de Inversión S.A.

-Fondo Crecimiento Agrícola: Administradora Sembrador, Capital de Riesgo S.A.

-Fondo Mifactory II: Administradora IT Management S.A

-Fondo Expertus: Administradora Independencia S.A., Administradora de Fondos de Inversión

Fondo AXA Capital Chile: Administradora South Cone AGF S.A.

#### **2.4.2 SERCOTEC**

El Servicio de Cooperación Técnica es una filial de la Corfo, cuya tarea central es apoyar iniciativas de mejoramiento de la competitividad de las micros y pequeñas empresas, fortaleciendo la capacidad de gestión de sus empresarios.

#### **Programas**

##### **-FOGAPE:**

El Fondo De Garantía Para Pequeños Empresarios es un sistema de garantías, que permite respaldar créditos de Pequeños Empresarios, que no cuentan con Garantías suficientes para presentar a las Instituciones Financieras.

Requisito y Actividades: Para pequeños empresarios agrícolas y no agrícolas:

- Proyectos de inversión

-Adquisición de maquinaria, equipos, locales, mobiliario, construcción de plantas, etc.

-Capital de operación financiera

-Capital de Trabajo

-Adquisición de materias primas, pagos de remuneraciones, adquisición de mercadería, entre otros, excepto refinanciamiento de deudas financieras.

.-Para Exportadores: Solamente capital de trabajo, como por ejemplo cartas de crédito, compra de materias primas, etc.

Beneficiarios: A los empresarios no agrícolas que tengan proyectos de gran inversión o necesidades de capital de operación financiera cuyas ventas netas anuales no excedan de 25.000 U.F.

Pequeños productores agrícolas, con ventas netas anuales menores de 14.000 U.F.

Exportadores que requieran capital de trabajo y cuyo monto exportado haya sido en 2 años calendarios anteriores, en promedio de un valor FOB igual o

inferior a US \$ 16.700.000, reajustado anualmente en el porcentaje de variación que el año precedente haya experimentado el índice de precios promedio relevante para el comercio exterior de Chile, según lo certifique el Banco Central de Chile.

También podrán acceder a la Garantía del Fondo las personas jurídicas sin fines de lucro, sociedades de personas y las organizaciones a que se refiere el artículo 2º de la Ley 18.450. No se requiere un monto mínimo de ventas.

Acceso: Se puede solicitar la garantía, del Fondo de Garantía de Pequeños Empresarios (FOGAPE) a aquellas instituciones reguladas por D.L 3.472 y que se hayan adjudicado derechos de utilización de garantía en las licitaciones que realiza el Administrador del Fondo en este caso el Banco del Estado ( Fondo de Garantía).

BANCO DE CHILE, BANCO DEL DESARROLLO, BANCOESTADO, BANCO SANTANDER, BANCHILE, FACTORING S.A., BCI, BICE, COOCRETAL-COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CORPBANCA, INDAP, SANTIAGO FACTORING S.A., SCOTIABANCK.

- **Chile emprende:** busca potenciar el desarrollo de oportunidades de negocios para micro y pequeñas empresas, promoviendo la cooperación entre empresarios y la conexión de éstos con los mercados, sobre la base de una

gestión participativa público-privada que se expresa en una mesa de trabajo por territorio y un proyecto compartido.

El programa se desarrolla en 27 territorios todas las regiones del país y en cada uno de ellos se define un proyecto compartido entre las empresas, las instituciones públicas y los municipios.

- **Programa de acceso al crédito (PAC):** busca incentivar a los bancos, cooperativas y otras instituciones para que otorguen créditos con sus propios recursos a microempresarios sin historial bancario.

El incentivo consiste en el pago de un subsidio a las instituciones financieras por cada crédito otorgado y desembolsado. Como los recursos son aportados por los bancos, ellos asumen el riesgo de cada operación.

El monto del crédito no podrá ser inferior a \$138.000 ni superior a \$4.300.000 y debe ser utilizado para financiar inversiones y/o capital de trabajo.

- **Programa Capital Semilla:** es un aporte en dinero a la inversión de microempresarios y de emprendedores para la puesta en marcha y/o ampliación de negocios. El monto mínimo de entrega de recursos es de \$650.000 y el máximo es de 5 millones de pesos. Este instrumento exige cofinanciamiento por parte de los empresarios.

El programa financia el desarrollo de prototipos y/o productos, gastos de puesta en marcha, habilitación de infraestructura, adquisición de máquinas y equipos, capital de trabajo y gastos de comercialización.

### **-SERCOTEC Acciones Colectivas**

Es un Proyecto de Acción Directa en la que participan a lo menos 5 empresas, de duración máxima de un año, destinado a cumplir un objetivo y resultado esperado específico, dentro del marco de elevar la competitividad de las empresas y la capacidad de gestión de los empresarios. La acción colectiva no hace exigible la formalización de compromisos entre los empresarios

#### **-Requisitos y Actividades:**

Las Acciones Colectivas se financian con recursos del Programa Microempresa, aportes empresariales y eventualmente, aportes de otras fuentes. SERCOTEC podrá pagar directamente al o los consultores la Acción Colectiva, con recursos de subsidio más los aportes empresariales, por lo tanto en este caso no habrá traspaso de recursos a los empresarios. El aporte máximo de SERCOTEC para una Acción Colectiva es de 500 UF, cifra que representa el 85% del costo total del proyecto. El aporte máximo anual de subsidio por empresa, será de 75 UF independiente del número de acciones colectivas en que participe. El aporte empresarial mínimo será de un 15% del costo total del proyecto.

-Beneficiarios: Pueden participar empresas que vendan hasta 2.400 UF al año y que pertenezcan preferentemente a los siguientes sectores económicos: industria manufacturera, servicios asociados a la industria, turismo, pesca artesanal, artesanía y agroindustria.

Acceso: En las direcciones regionales de SERCOTEC

### **2.4.3 SENCE**

El Servicio Nacional de Capacitación y Empleo es un organismo técnico del Estado, encargado de regular el sistema nacional de capacitación y promover los instrumentos de capacitación puestos a disposición de las empresas para sus trabajadores.

Esta tarea la realiza a través de la administración de un incentivo tributario que el Estado ofrece a las empresas para capacitar a su personal, y de una acción subsidiaria, por medio de un programa de becas de capacitación financiadas con recursos públicos.

El Sence está encargado además de fiscalizar el proceso de capacitación, en particular resguardar su correcta ejecución.

#### **Programas:**

**-Franquicia tributaria a la capacitación**

Es un incentivo tributario que permite a las empresas, contribuyentes de primera categoría, descontar del monto a pagar por sus impuestos de primera categoría una parte o el total del dinero invertido en la planificación, programación y ejecución de programas de capacitación dirigidos a los trabajadores, socios o propietarios que laboren en la empresa. La franquicia tributaria a la capacitación puede ser usada en las siguientes modalidades:

- Capacitación de los trabajadores de la empresa.
- Capacitación precontrato.
- Capacitación poscontrato.

Requisitos y Actividades:

- Ser contribuyente de la Primera Categoría de la Ley sobre Impuestos a la Renta.
- Haber efectuado la declaración de rentas del año tributario en que se ejecutaron las actividades de capacitación.
- Tener una base de cálculo para la determinación del 1% de las remuneraciones.
- Haber comunicado y contar con la autorización previa del SENCE para desarrollar la actividad de capacitación, así como disponer de la visación de la

misma institución respecto a la finalización de la actividad y pago de ella al ejecutor. (Formulario Único de Comunicación, Rectificación y Liquidación de Actividades de Capacitación). En ese momento la empresa queda habilitada para hacer el descuento en la declaración de renta del año tributario correspondiente.

**Beneficiarios:** Los beneficiarios de la franquicia tributaria son todas las empresas clasificadas por el Servicio de Impuestos Internos como contribuyentes de Primera Categoría de la Ley sobre Impuestos a la Renta y que tengan una base de cálculo (trabajadores con contrato o sueldo patronal en el caso de los dueños o socios) para la determinación del 1% de la planilla salarial y/o del piso de las 13 UTM.

**Acceso:** Se debe comunicar y liquidar los cursos de capacitación, lo cual se puede realizar a través de formularios presentando en las oficinas de atención de público del SENCE y/o a través de la pagina web [www.sence.cl](http://www.sence.cl)

### **-Fondo nacional de capacitación FONCAP**

Es un incentivo directo que cofinancia las actividades de capacitación a las Micro y Pequeñas Empresas que sean contribuyentes de primera categoría y cuyas ventas anuales no excedan las 13.000 UTM. Este incentivo financia el 80% de las actividades de capacitación, y el 20% restante es de cargo del empresario.

Requisitos y Actividades: Las micro y pequeñas empresas deben tener una antigüedad de a lo menos 18 meses, ejercidos en forma ininterrumpida; estar clasificadas por el Servicio de Impuestos Internos en la Primera Categoría de la Ley sobre Impuestos a la Renta y tributar bajo cualquiera de las siguientes modalidades:

1.- Renta efectiva

2.- Renta presunta

- Las empresas postulantes no pueden haber sido sancionadas por infracciones laborales o tributarias en los últimos 18 meses.

- En caso de ser persona jurídica, todos sus socios sean personas naturales.

Beneficiarios: Los beneficiarios de este incentivo son todas las micro y pequeñas empresas con una antigüedad de a lo menos 18 meses, ejercidos en forma ininterrumpida que se encuentren clasificadas por el Servicio de Impuestos Internos en la Primera Categoría de la Ley sobre Impuestos a la Renta y tributen bajo las modalidades de renta efectiva o renta presunta.

Acceso: Acceso a través de Oficinas de FONCAP y/o a través del Organismo técnico de Capacitación (OTEC) que dicte el curso en el cual se este interesado. Más información en <http://foncap.sence.cl>.

#### **2.4.4 INDAP**

El Instituto de Desarrollo Agropecuario es el principal servicio estatal dedicado al apoyo de la pequeña agricultura.

Atiende a agricultores que explotan una superficie inferior a las 12 hectáreas de riego básico, tienen activos por un valor menor a las 3.500 unidades de fomento (\$64.162.000 al 03/01/07), obtienen sus ingresos principalmente de la explotación agrícola y trabajan directamente la tierra, cualquiera que sea su régimen de tenencia.

#### **Algunos ejemplos de los instrumentos que ofrecen son**

- **Bono de Articulación Financiera (BAF):** facilita el acceso de los pequeños productores agrícolas a fuentes alternativas de financiamiento. Es cancelado directamente a la institución financiera una vez otorgado el crédito. El monto máximo de crédito es de U.F. 5.000.

- **Centros de Gestión (Ceges):** servicio de asesoría directa a los productores campesinos y sus organizaciones, en ámbitos de control de gestión, contabilidad de costos, sistemas de registro, análisis de resultados productivos y económicos, entre otros.

### **2.4.5 ASEXMA**

La Asociación de Exportadores de Manufacturas y Servicios es un gremio que reúne a los exportadores manufactureros y de servicios de los más variados rubros. Ofrece apoyo de gestión y realiza actividades como capacitación, viajes de negocios, representación ante las autoridades y operación de los recursos de Corfo.

Entre los servicios que ofrece se encuentran:

- Soluciones para negocios internacionales (misiones, ferias internacionales, etc.)
- Soluciones en gestión (Asesoría para exportar, programa de desarrollo de proveedores, etc.).
- Soluciones gremiales (Representación gremial, encuentros con autoridades, etc.)
- Soluciones de información (Estudios arancelarios, estudios de mercado, etc.)
- Soluciones en capacitación (Diplomados, seminarios, financiamiento, etc.)
- Soluciones tecnológicas (Misiones tecnológicas, proyectos de innovación, etc.)

#### **2.4.6 SOFOFA**

La Sociedad de Fomento Fabril es una federación gremial, sin fines de lucro, que reúne a empresas y gremios vinculados al sector industrial chileno. Agrupa a cerca de 2.500 empresas, 46 asociaciones sectoriales y 8 filiales regionales.

Sus funciones principales son:

- Generar estudios y análisis sobre el comportamiento del sector
- Proponer acciones tendientes a promover el comercio, a través de negociaciones internacionales y de la apertura de nuevos mercados para los productos industriales chilenos.
- Asesora a sus asociados en variadas materias: tributarias, laborales, aduaneras y de comercio exterior, medioambientales, reglamentarias y normativas, entre otras.

#### **2.4.7 PROCHILE**

Es la agencia de gobierno dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores, destinada a fomentar las exportaciones chilenas.

Entre sus principales instrumentos destacan:

- La elaboración de estudios y mecanismos para orientar y capacitar al empresario.

- El uso de las nuevas tecnologías de información
- La organización de ferias internacionales y misiones empresariales
- El desarrollo de programas orientados a facilitar la incorporación de la Pyme a los mercados internacionales.
- Concursos nacionales de programas para la promoción de exportaciones

Una de sus iniciativas de Prochile, orientada a las pequeñas y medianas empresas es el programa PYMEXPORTA, una herramienta de desarrollo para las pymes exportadoras (pymex) que ofrece cofinanciamiento para consultorías destinadas a superar barreras, mejorar los canales de comercialización y ajustar la oferta exportable en los mercados de altos estándares con acuerdos comerciales además de asistencia técnica y capacitación.

Las pymex podrán contar con el apoyo del Programa PyMEXPORTA de ProChile y la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), con el respaldo del FOMIN (Fondo Multilateral de Inversiones) del Banco Interamericano de Desarrollo.

A este programa pueden inscribirse las PyMEX que acrediten exportaciones, directas o indirectas, en alguno de los últimos tres años previos a su postulación, cuyo monto anual de envíos al exterior sea superior a US\$ 10.000; y con ventas anuales totales inferiores a US\$ 7.5 millones.

Pymexporta facilita la exportación de las pymex que deseen exportar a los mercados que de acuerdo a las últimas estadísticas, son los más importantes para las PyMEX chilenas: Estados Unidos, Unión Europea y México; y entre los más dinámicos están Canadá, Centroamérica y EFTA.

Además Prochile tiene oficinas ubicadas estratégicamente en 53 mercados, en Europa se encuentran en Alemania, Austria, Bélgica, España, Francia, Holanda, Hungría, Irlanda ,Italia Polonia, Reino Unido, Rusia, Suecia las representaciones comerciales cuentan con equipos de trabajo especializados que entregan toda su experiencia en los mercados para apoyar a las empresas exportadoras chilenas en la gestión internacional.

Esta red facilita el establecimiento de contactos comerciales y proporciona información de mercado, entre muchos otros servicios.

Para aprovechar las potencialidades del mercado Europeo cada año realiza una serie de actividades, entre las que se encuentran misiones comerciales de prospección y de penetración, talleres y seminarios, visitas a ferias comerciales, estudios de mercados y publicidad y promoción. Además de iniciativas orientadas a fortalecer la imagen país que Chile posee en todo Europa.

Además ProChile da orientación clave para responder las dudas que tienen los pequeños empresarios a la hora de exportar, tanto sobre temas como los beneficios de la asociatividad empresarial para las pymes y sobre cuales son

los aspectos a considerar a la hora de escoger el mercado al cual comenzar a exportar, habla de los Factores Económicos, las variables macroeconómicas :PIB , renta per cápita, inflación, poder adquisitivo, tendencias de crecimiento y desarrollo, por sectores, Incentivos a la inversión y al comercio) luego de los factores de mercado tamaño global y tendencias, características del mercado segmentos, productos / servicios, precios, canales de distribución, dimensión y tendencias de la demanda, competencia, proveedores, nacionales, y otros exportadores, las prácticas comerciales, estructura y características de los canales de distribución, marketing y promoción quiénes son los clientes, qué necesidades tienen, cuál es su poder adquisitivo y sus hábitos de compra y consumo. las normas y trámites administrativos locales, tales como barreras arancelarias y para-arancelarias ,controles sanitarios, cuotas, normas técnicas, normas de seguridad, normas de origen ,las especificaciones técnicas y estándares que demandan los clientes en el extranjero, como certificaciones ISO u otras, las características de la competencia ,existencia de productos similares, cuotas que tienen del mercado, fortalezas y debilidades de los competidores. Las adaptaciones del producto que hubiera que realizar. Las políticas de precios, también habla de los Aspectos Legales a considerar: asegurarse de tener el respaldo legal que permita la recuperación de los recursos invertidos, las leyes que regulen los contratos con importadores, representantes, distribuidores, las leyes de inversión extranjera, orienta sobre Aspectos Logísticos: las rutas de transporte para los mercados a los que se

quiere acceder, los costos de coordinación y control, evaluar si los costos de los medios de transporte disponible son accesibles, los costos de los servicios de suministro y abastecimiento, tener en cuenta las dificultades de adaptación a la cadena de distribución de los mercados de destino, evaluar la Capacidad Financiera: si necesitará de adecuados créditos de exportación que permitan cubrir el ciclo de maduración del negocio (desde la preparación del pedido hasta la fecha de cobro final al cliente extranjero), considerar la fluctuación del tipo de cambio, evaluar si el capital de trabajo es suficiente para cumplir con los pedidos internacionales , considerar la forma de pago de la operación de exportación dada la confiabilidad de los clientes, evaluar si el flujo de ganancias obtenido en los últimos años, le da el respaldo suficiente para asumir nuevos riesgos y por ultimo de la Infraestructura: físicas, de comunicaciones, y de la tecnología necesaria para tener éxito en la exportación.

También en su sitio Web puedes encontrar información practica a la hora de exportar como los trámites administrativos que se deben realizar : presentar el Documento único de Salida (DUS),consumar la exportación, tramitar la legalización del DUS, informar al Banco Central de Chile sobre el destino de las divisas, y luego tramitar los Beneficios a la Exportación: Sistema Simplificado de Reintegro a las Exportaciones no Tradicionales (Ley 18.480) Recuperación de Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.) (Ley 825, Decreto 348), Pago Diferido de Gravámenes Aduaneros y Crédito Fiscal aplicable a Bienes de Capital y su Amortización con Exportaciones (Ley 18.634, Sistema de Reintegro de

Derechos y demás Gravámenes Aduaneros (Ley 18.708) Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios. Dependiendo del área en que se desarrolle el proyecto podrían ser necesarios trámites y diligencias complementarias ante organismos oficiales de gobierno o entidades acreditadas. Por ejemplo, el Servicio Agrícola Ganadero (SAG), el Servicio Nacional de Pesca (SERNAPESCA), el Instituto de Salud Pública (ISP), la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), la Cámara de Comercio, etc.

Algunos instrumentos que posee PROCHILE:

- FONOEEXPORT, este instrumento provee de orientación, asistencia e información telefónica es atendido por ejecutivos de Información expertos en comercio exterior donde podrá conocer cómo exportar sus productos exitosamente y cómo, a través de sus instrumentos y servicios, se orienta y apoya en el desarrollo del proceso exportador y en la internacionalización de sus productos con el objetivo de consolidar su base exportadora.

- [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl), su sitio Web institucional, es un portal de transferencia de conocimientos comerciales y servicios más completo del mundo. se puede encontrar documentos y estudios, links de interés, noticias y eventos, directorios, biblioteca virtual, entre otras cosas.

- [www.chileinfo.com](http://www.chileinfo.com), es el primer "market place" de Latinoamérica orientado a los exportadores chilenos. Es un completo centro de negocios con documentación e información de la oferta exportable nacional.

-CYBEREXPORT, importante centro tecnológico con computadores que contienen bases de datos de todo el mundo actualizadas y completas en materia de inteligencia de mercados, noticias y tendencias económicas locales y globales, legislación y normas internacionales, aranceles y estadísticas de comercio internacional.

-Taller "Exportar Paso a Paso", a través de este taller se da capacitación básica para aquellas empresas que recién comienzan un proceso de internacionalización.

-INTERPAC (Internacionalización de la Pequeña Agricultura Campesina): ProChile, en conjunto con la Subsecretaría de Agricultura e INDAP, ha diseñado un Instrumento para fomentar y promover la agricultura familiar campesina, ayudando a su incorporación a los mercados externos en condiciones competitivas sostenibles y rentables.

INTERPYME (Programa de Internacionalización de la pequeña y mediana empresa chilena): tiene como objetivo, desarrollar la capacidad exportadora en las PyMEs chilenas, para que estén en condiciones de diseñar e implementar

programas y estrategias de internacionalización que les permitan su iniciación y/o consolidación exportadora.

## **2.5 Organismo de apoyo para incentivar el intercambio comercial Unión Europea-Chile.**

### **2.5.1 EUROCHILE**

Esta organización privada, sin fines de lucro, creada por el Estado Chileno y la Unión Europea es una institución que funciona como puente empresarial, promoviendo la cooperación económica, comercial y tecnológica entre empresarios e instituciones de la Unión Europea y Chile.

La organización busca propiciar el traspaso de la experiencia y "saber hacer" europeo a través de programas de formación, capacitación y asistencia técnica de empresas europeas hacia las chilenas en diferentes rubros productivos y de servicios.

Sus áreas de acción son:

- Promoción de Negocios: tiene como objetivo facilitar la concreción de negocios y/o acuerdos comerciales entre empresas chilenas y compañías de los países que componen la Unión Europea.
- Tecnología e Innovación: tiene como misión promover y consolidar vínculos tecnológicos entre empresarios y entidades de la Unión Europea y Chile.

- Estudios e información: la organización cuenta con un equipo que prepara informes atinentes a los negocios entre Chile y la Unión Europea.
- Turismo: las áreas de especialidad en este campo se concentran en la Planificación turística territorial; asistencia técnica para el desarrollo de servicios de calidad; diseño y puesta en marcha de productos-destino turísticos; capacitación y formación.

**Los Servicios que brinda tienen relación con:**

**Promoción de Negocios Chileno Europeos:**

- Por medio de ruedas de negocios en ferias internacionales, se difunde el perfil de empresa, además se incluyen seminarios y visitas técnicas, servicio de traducción para las reuniones ingreso gratuito a la feria y el catálogo del encuentro con los datos de todas las empresas – participantes.
- Presta asesoría en la identificación y aplicación de las normativas, regulaciones y certificaciones para resolver consultas asociadas a problemas de aplicación de la normativa en el proceso de exportación de un producto, además existe el Centro Europeo de Información Empresarial, EICC.

-Confecciona agendas y gestiona contactos en Chile y Europa, promociona contactos para internacionalización de la empresa, acuerdos de distribución y representación, transferencia de tecnología, asistencia técnica y formación y acuerdos de fabricación conjunta (Joint Ventures), creación de empresa mixta y otras alianzas estratégicas.

-Presta asesoría especializada en la búsqueda y seguimiento de oportunidades de inversión, informa acerca del destino de las exportaciones u origen de las importaciones chilenas (monto FOB US\$, volumen), sobre las exportaciones o importaciones chilenas mensuales (monto FOB US\$, volumen) en el último año. Además, dispone del ranking de empresas exportadoras o importadoras, de datos sobre la evolución de las exportaciones o importaciones de un determinado producto durante los últimos 5 años para un destino en particular.

-Participa en la búsqueda de socios y contrapartes comerciales, difunde perfiles empresariales para empresas nacionales que desean buscar contrapartes europeas para desarrollar proyectos de cooperación tecnológica, financiera y/o comercial, la publicación es por 12 meses y se realizan todas las gestiones de seguimiento pertinentes.

-Difunde perfiles de las empresas chilenas con la finalidad de que surjan oportunidades de negocios, a través de redes especializadas, y de la

publicación de información de la empresa interesada en vincularse económica o comercial con empresas europeas.

-Apoya el emprendimiento y la innovación empresarial, permite participar en reuniones con contrapartes internacionales con tecnologías e innovaciones con miras a prospectar potenciales negocios y hacer contactos personales con potenciales proveedores, socios o aliados. Realiza seguimiento y apoyo posterior para concreción de acuerdos de transferencia y cooperación tecnológica.

#### **Transferencia del Saber Hacer:**

-Organiza seminarios y cursos de especialización con expertos europeos, lo que permite el acceso a conocimientos actualizados sobre el mercado europeo, además se produce un Intercambio de conocimientos y experiencias. y el empresario accede a redes de trabajo.

-Ofrece la búsqueda de socios tecnológicos a través de redes europeas por medio de una red de difusión y potencial comercialización de su tecnología en los 33 países miembros de la Red Innovation Relay Center. Esta herramienta favorece la promoción del perfil y el acompañamiento de potenciales expresiones de interés, además se promociona la tecnología más focalizada en ciertos países o grupos temáticos.

-Diseña e implanta estrategias de innovación tecnológica, lo que permite solicitar los datos de contacto de las empresas o entidades con ofertas o requerimientos de tecnologías de interés.

Se podrá encontrar el reporte del estado del arte de la tecnología dentro de la red y la identificación de los centros e IRCs que estén trabajando en esa tecnología.

-La empresa puede participar en encuentros internacionales de corretaje tecnológico, y acceder a co-financiamiento público para participación presencial en eventos de brokerage tecnológico en Europa, con la posibilidad de participación en ferias tecnológicas de primer nivel.

-Organiza pasantías en Europa para profesionales y técnicos de empresas chilenas (co- financiadas por CORFO), esto hace posible enviar al personal de la empresa a perfeccionar conocimientos y ver distintas prácticas en empresas en el Extranjero destacadas en el manejo de una tecnología particular y/o la gestión de la innovación. Lo que busca desarrollar vínculos y relaciones de trabajo con la entidad host y empresas Europeas que estén dentro del área de trabajo y desarrollo estratégica de la empresa.

-Identifica y trae expertos para asistencia técnica especializada, lo que favorece la capacitación mediante el apoyo de expertos que aporten con sus conocimientos y prácticas destacadas. Además se accede a consultorías estratégicas de expertos internacionales que aportan al trabajo de las empresas.

-Organiza misiones tecnológicas donde se participa en reuniones con contrapartes internacionales con tecnologías/ innovaciones con miras a prospectar potenciales negocios y hacer contactos personales con potenciales proveedores, socios o aliados. Se brinda un seguimiento y apoyo posterior para concreción de acuerdos de transferencia y cooperación tecnológica. (TTT).

-Transfieren tecnología a las Pymes gracias a sus Nodos tecnológicos, EuroChile es parte de una red nacional de instituciones que entregan servicio, información y asesorías a empresas de menor tamaño, para que incorporen la innovación tecnológica a sus procesos productivos, fundamentalmente a través de la transferencia. EuroChile, seleccionado por el Comité Innova Chile de CORFO, tendrá sus sedes en Santiago y Arica y Parinacota para actuar como “nodo tecnológico” y acercar la labor y los instrumentos de la institución a las empresas de menor tamaño.

**Aporta al desarrollo nacional con Proyectos de Interés PÚBLICO-PRIVADO:**

-EuroChile contribuye con experiencias europeas para el fortalecimiento sectorial gracias a sus Redes Europeas, aportando con experiencia y “know how” cuando se trata de fortalecer la imagen país.

-Elabora estudios que contribuyen al desarrollo de la Pyme chilena como por ejemplo datos sobre el destino de las exportaciones u origen de las importaciones europeas (montos en miles de Euros, volúmenes) sobre la

evolución de las exportaciones o importaciones europeas en los últimos 5 años (montos en miles de Euros, volúmenes) de un producto determinado.

- Coordina consorcios tecnológicos internacionales, permite la incorporación a la Red Europea de intercambio tecnológico, la empresa puede recibir información periódica de las ofertas y requerimientos que ocurren en su área de interés, solicitar los datos de contactos de perfiles de su interés seguimiento de expresiones de interés manifestadas por ofertas y/o requerimientos de la red y obtener información y atención preferencial en cuanto a herramientas y servicios para la transferencia tecnológica.,atención del IRC ante potenciales oportunidades de negocios y tecnologías para su empresa.

-Entrega asistencia técnica a empresas y gobiernos regionales para el desarrollo sustentable para efecto de promover el desarrollo de sectores emergentes de alto potencial económico, lleva a cabo trabajos de prospección y de puesta en marcha de Proyectos de Desarrollo, en los diferentes ámbitos y sectores priorizados.

-Diseña y pone en marcha proyectos para el desarrollo de Chile como destino turístico internacional se compromete con la visión de un turismo que combina la preservación de los distintos sistemas ambientales y culturales presentes en el país, con el desarrollo de actividades que conlleven un impacto económico positivo para la nación, buscando fortalecer al país como un destino turístico relevante para el mercado de larga distancia y de intereses especiales.

**Portal de regulaciones técnicas chilenas y europeas**

- El "Portal de regulaciones técnicas chilenas y europeas, incluyendo requisitos en materias ambientales y de calidad exigidos por el mercado europeo" está orientado a mejorar la transparencia y mejorar la difusión de información de los requerimientos de ambos mercados
- El sitio esta disponible en [www.reglamentostecnicos.cl](http://www.reglamentostecnicos.cl) y en un modulo especial a través de [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)
- El desarrollo de este sitio Web fue financiado a través del "Fondo de Apoyo a la Aplicación del Acuerdo de Asociación Chile – Unión Europea".
- Instituciones chilenas a cargo de la elaboración y mantención del Portal son ProChile y la Subsecretaría de Economía.

### **CAPITULO III RELACIÓN COMERCIAL CHILE - UNIÓN EUROPEA**

Un país con un mercado interno reducido como el de Chile requiere de una participación activa en el comercio internacional para mantener su ritmo de crecimiento en forma sostenida. Aproximadamente, un 50% de los bienes y servicios que se transan en el país en un año forman parte del comercio exterior chileno, es decir, se venden (exportar) o compran al extranjero (importar). Debido a esto es que el Servicio Nacional de Aduanas de Chile tiene un rol de vital importancia en la regulación, facilitación y fiscalización de este flujo comercial.

A partir de esta realidad, Chile ha optado por una inserción internacional basada en la apertura comercial. Para entender de qué se trata esta "apertura comercial" hay que tener claro que cuando un país compra bienes a otro (importaciones), los productos que ingresan deben pagar un impuesto en Aduanas llamado arancel. En un proceso de apertura, las barreras arancelarias y no arancelarias tienden a disminuir.

Desde esta perspectiva de apertura, uno de los acuerdos internacionales, que más apoya a las PYMES chilenas es el Acuerdo de Asociación Político y Comercial Chile-Unión Europea ya que este originó convenios orientados a aumentar la competitividad chilena; fortalecer a las PYMES y favorecer su cooperación y desarrollo empresarial con PYMES europeas., es por eso que se procede a analizar a continuación.

### **3.1 ACUERDO CHILE- UNION EUROPEA**

#### **ANTECEDENTES:**

Unión Europea

- 27 países
- 490 millones habitantes
- Ingreso per cápita: US\$ 28 mil

Comercio Chile Europa:

- Chile goza de acceso privilegiado
- 26% del intercambio comercial de Chile
- Unión Europea es 1º socio comercial

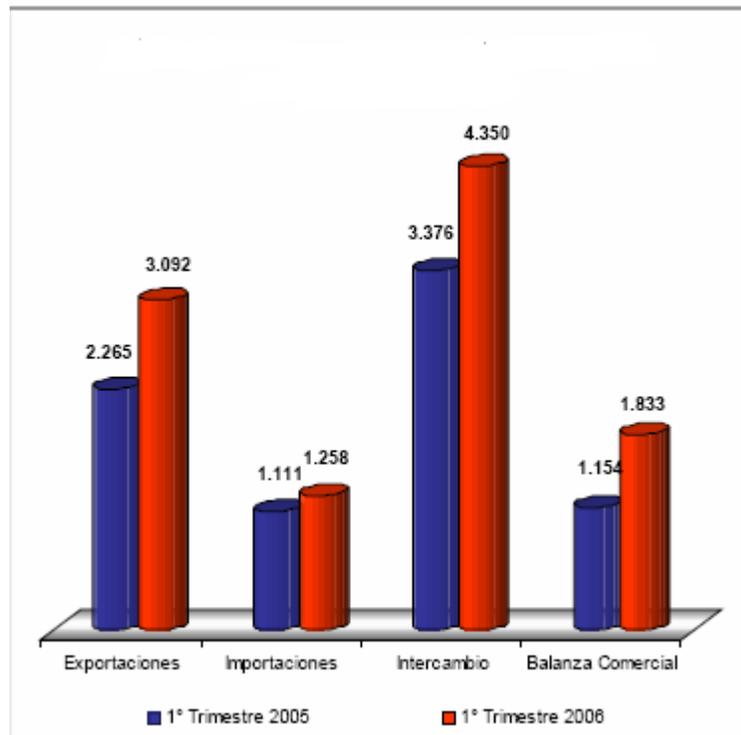
- Desde 2003, Exportaciones aumentaron más del 100%
- Balanza comercial favorable a Chile
- Importaciones principalmente bienes de capital e intermedios

### **3.2 INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE CHILE Y LA UNIÓN EUROPEA**

En el primer trimestre del año 2006, el intercambio comercial con la Unión Europea totalizó 4.350 millones de dólares, monto que representa un aumento de 29% respecto del primer trimestre del año anterior. Tanto las importaciones como las exportaciones crecieron durante el periodo, aún cuando las segundas fueron las que mostraron el mayor crecimiento (13% versus 37%). Este resultado, implicó que el superávit de la balanza comercial creciera un 59%, pasando de 1.154 millones de dólares en el primer trimestre del año 2005 a 1.833 millones de dólares en el año 2006. Así, un primer hecho observable es

que las exportaciones se han mostrado mucho más dinámicas que las importaciones en esta primera parte del año. La trayectoria creciente que ha mantenido el intercambio comercial desde la entrada en vigencia del acuerdo, se debe especialmente al impulso que desde el año 2003 le han dado las exportaciones, tendencia que se mantiene en esta primera parte del año 2006 elevando a 71% la participación de las exportaciones en el valor total del intercambio.

**Intercambio comercial entre Chile y la Unión Europea**  
**( Millones de dólares)**



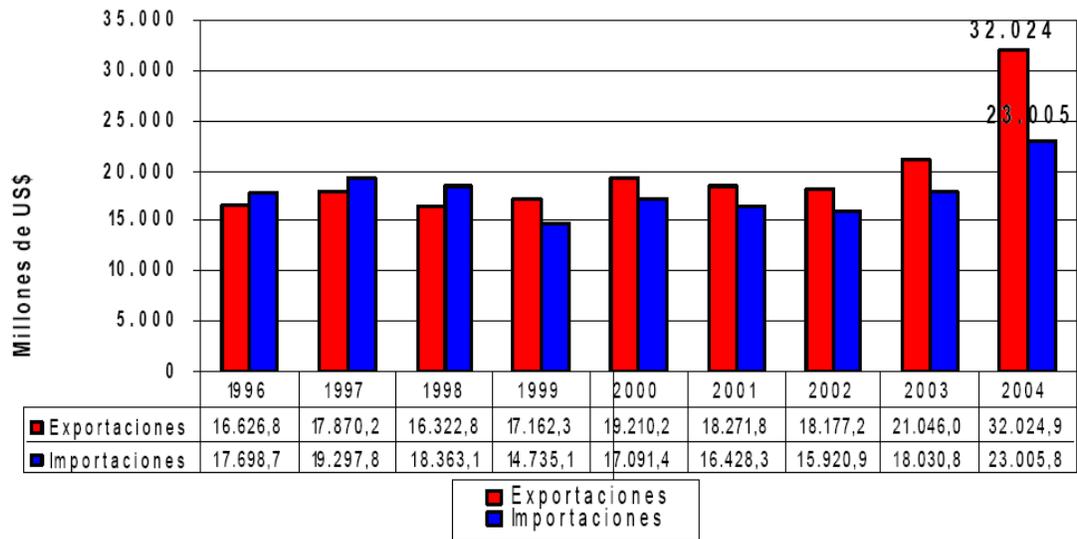
Fuente: Servicio Nacional de Aduanas, Departamentos de Estudios

### 3.3 Análisis de la evolución del comercio Chile- Unión europea

#### Evolución de las exportaciones e importaciones

Para analizar los cambios ocurridos desde la entrada en vigencia del Acuerdo de Asociación, el 1 de febrero del 2003, se han comparado los años 2002 (previo a la desgravación arancelaria) y el año 2005, es decir, después de tres años de vigencia del Acuerdo de Asociación Chile-UE. En los cuadros siguientes se presenta la evolución del comercio, la participación del comercio de Chile-Unión Europea en el total, y el crecimiento del comercio entre estos socios comerciales.

### Comercio exterior chileno (Millones de US\$)



Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores, Gobierno de Chile

**Programa de desgravación arancelaria. Acuerdo de Asociación Chile-UE  
CHILE**

Categoría	Nº Items	%	Importaciones Chile desde UE* (Mill. Dólares)	%
Desgravación inmediata	7.238	91,6%	3.187,5	89,2%
Desgravación a 5 años	275	3,5%	230,9	6,5%
Desgravación a 7 años	206	2,6%	139,5	3,9%
Desgravación a 10 años	82	1,0%	0,7	0,0%
C. Revisión	101	1,3%	12,9	0,4%
<b>Total</b>	<b>7.902</b>	<b>100,0%</b>	<b>3.571,5</b>	<b>100,0%</b>

Categoría	Nº Items	%	Exportaciones Chile hacia UE* (Mill. Dólares)	%
Desgravación inmediata	6.024	76,2%	6.660,6	86,6%
Desgravación a 3 años	945	12,0%	18,6	0,2%
Desgravación a 4 años	330	4,2%	759,1	9,9%
Desgravación a 7 años	127	1,6%	108,5	1,4%
Desgravación a 10 años	200	2,5%	86,6	1,1%
C. Revisión	276	3,5%	57,2	0,7%
<b>Total</b>	<b>7.902</b>	<b>100,0%</b>	<b>7.691</b>	<b>100,0%</b>

## UNION EUROPEA

Cifras de intercambio comercial del año 2006  
Fuente: DIRECON.

### El saldo comercial

Chile ha sabido beneficiarse de un acceso preferencial al mercado europeo mucho más que a la inversa.

Entre el 2002 y el 2006, el intercambio comercial entre Chile y la UE se ha casi duplicado en términos absolutos. En promedio anual, desde la entrada en vigor del acuerdo el crecimiento de este intercambio ha sido de 25%. Las exportaciones a la Unión Europea se han más que duplicado en este período, y a un ritmo promedio anual de 29%, alcanzando en el 2006 los 9 billones de dólares.

Por su parte, en ese lapso las importaciones desde la Unión Europea han crecido casi un 70%, con un promedio anual de 19% para alcanzar el último año 4,7 billones de dólares. Ello ha redundado en una balanza comercial muy favorable para Chile, alcanzando en el 2006 los 4,3 billones de dólares. Por cierto, estas cifras incluyen el efecto del aumento histórico en el precio del cobre, pero en relación al resto del mundo, los envíos a la UE siguen destacando uno de cada cuatro embarques de Chile al mundo va hacia la UE, mientras que uno de cada seis embarques proviene de la UE. En cuanto a las inversiones, también el acuerdo ha tenido un impacto significativo. Estas reafirman la confianza en la economía chilena, la Unión Europea siendo el principal inversor extranjero con más del 42% del total.

Año	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial	Intercambio Comercial
1997	4.095,05	3.989,32	105,73	8.084,37
1998	4.203,71	3.906,11	297,60	8.109,82
1999	4.099,36	2.868,02	1.231,34	6.967,38
2000	4.525,07	2.881,64	1.643,43	7.406,71
2001	4.641,12	3.063,67	1.577,45	7.704,79
2002	4.255,01	3.027,93	1.227,08	7.282,94
2003	4.887,03	3.280,85	1.606,18	8.167,88

Fuente: Sociedad de Fomento Fabril.

### **Análisis de las exportaciones chilenas**

Durante el año 2006, un 26,7% de las exportaciones de Chile se orientó hacia los países de la Unión Europea (25 países). El crecimiento de estas exportaciones hacia la UE (15 países) en el último año fue de 65,7%, respecto del año anterior, mientras las exportaciones hacia los diez nuevos países miembros de la UE, aumentaron 3,7 veces en igual período de doce meses, partiendo de un nivel de sólo US\$ 63,7 millones en el año 2005. Los principales países hacia los cuales Chile exportó en el año 2006 fueron Holanda, Italia, Francia, Alemania y España. Entre los nuevos países pertenecientes a la UE cabe destacar las ventas a Polonia e incipientes dirigidas hacia Letonia, Lituania, Estonia y República Checa. Las exportaciones de cobre hacia los países de la UE (15 países) tuvieron en el año 2006 un aumento de 115,7%, respecto del año anterior, mientras las exportaciones no cobre lo hicieron en un 16,0%. Con relación a los nuevos 10 países miembros,

las exportaciones de cobre se iniciaron sólo en el 2006, con envíos incipientes dirigidos hacia Polonia. Las exportaciones de productos no cobre hacia los 10 nuevos países miembros aumentaron en 126,7% en el 2006, (medidas en doce meses), destacando los envíos a Polonia, Letonia, Estonia y República Checa. De acuerdo a la clasificación por actividades económicas (CIIU) las exportaciones de la minería (no cobre) hacia la UE, representó en el año 2006 un 33,5% del total exportado por el país, en ese rubro. En el caso de las exportaciones de cobre, ellas se dirigieron en un 30,2% hacia los países de la UE. Por otra parte, en igual período las exportaciones agrícolas se dirigieron en un 29,2% hacia los países de la Unión Europea, mientras las exportaciones frutícolas lo hicieron en un 26,4% y en un 44,6% las incipientes exportaciones ganaderas del país. En bebidas, alcoholes y tabacos un 30,4% de los envíos fue a los países de la UE y un 26,0% de las exportaciones de celulosa, papel y editoriales. Entre los principales productos (no cobre) exportados cabe destacar, los concentrados de molibdeno, ferromolibdeno, metanol, pasta para celulosa, filetes y trozos de salmón congelado, vinos, yodo, uva fresca, harina de pescado, kiwis. Al comparar el grado de participación de las exportaciones a la Unión Europea (15) en las exportaciones totales de Chile en los años 2005 y 2006, se refleja un aumento en el año 2006 de la participación de Chile en esos mercados, situación que claramente se aprecia en los rubros de silvicultura, ganadería, curtiembre y calzado, cobre, productos químicos, caucho y plástico, resto de la minería, alimentos y fruticultura.

## EXPORTACIONES DE CHILE A LA UNIÓN EUROPEA SEGÚN CIU

### 2005 - 2006

*(Cifras en millones de dólares FOB, de cada año y porcentajes)*

Sector CIU	Exportaciones a la UE		Crecimiento % Exportaciones 2006	Exportaciones al Mundo		Crecimiento % Exportaciones 2006	Participación Exportaciones Xs. UE / Xs. Mundo		Índice Variac. Part. 2006
	Millones de dólares 2005	2006		Millones de dólares 2005	2006		2005	2006	
1 Silvicultura	1,6	1,8	11,9	30,5	21,9	-28,1	5,3	8,2	1,56
2 Ganadería	10,5	16,3	55,5	33,8	36,6	8,2	31,1	44,6	1,44
3 Curtiembre, talabartería, cuero y pieles, calzado	5,8	9,1	57,0	28,8	35,0	21,4	20,2	26,1	1,29
4 Cobre	4.584,4	9.928,4	116,6	17.621,2	32.903,9	86,7	26,0	30,2	1,16
Productos químicos básicos y preparados, petróleo y									
5 derivados, caucho y plástico	522,4	704,0	34,8	3.387,2	4.155,3	22,7	15,4	16,9	1,10
6 Resto de minería	1.441,0	1.531,2	6,3	4.622,1	4.575,3	-1,0	31,2	33,5	1,07
7 Alimentos y alimentos forrajeros	790,3	967,0	22,4	4.315,5	5.030,6	16,6	18,3	19,2	1,05
8 Fruticultura	523,3	596,4	14,0	2.030,8	2.257,2	11,1	25,8	26,4	1,03
9 Otros	42,9	61,2	42,6	263,5	374,7	42,2	16,3	16,3	1,00
10 Celulosa, papel, cartón, editoriales e imprenta	448,2	492,9	10,0	1.658,3	1.898,2	14,5	27,0	26,0	0,96
11 Bebidas, líquidos, alcoholes y tabacos	454,4	467,4	2,9	1.385,8	1.538,0	11,0	32,8	30,4	0,93
Industria básica del hierro y del acero, industria									
12 básica de metales no ferrosos	90,8	165,2	82,0	642,9	1.262,8	96,4	14,1	13,1	0,93
Productos metálicos, maquinaria, equipos, material									
13 eléctrico e instrumentos de medida	45,0	50,7	12,7	877,5	1.078,4	22,9	5,1	4,7	0,92
14 Agricultura	78,6	79,6	1,3	246,9	273,1	10,6	31,8	29,2	0,92
15 Forestales y muebles de madera	117,1	116,9	-0,1	1.811,0	2.005,4	10,7	6,5	5,8	0,90
Productos de barro, loza y porcelana, vidrio y									
16 productos minerales no metálicos	2,5	2,3	-7,4	77,6	89,3	15,0	3,2	2,6	0,80
17 Textiles y confecciones de prendas de vestir	5,0	4,0	-19,5	163,9	165,7	1,1	3,0	2,4	0,80
18 Pesca Extractiva	9,8	6,7	-31,4	36,4	34,0	-6,6	26,8	19,7	0,73
19 Industria manufacturera no expresada	4,2	1,6	-62,1	18,1	21,3	17,6	23,1	7,5	0,32
<b>TOTAL</b>	<b>9.177,6</b>	<b>15.202,9</b>	<b>65,7</b>	<b>30.251,9</b>	<b>57.756,6</b>	<b>47,1</b>	<b>23,4</b>	<b>26,3</b>	<b>1,13</b>

Fuente: Departamento de Estudios e Información, DIRECON (Enero 2007), en base a cifras del Banco Central de Chile

### **Evolución de las exportaciones no tradicionales**

El conjunto de exportaciones no tradicionales hacia la Unión Europea ha mostrado en los años recientes una tendencia expansiva, a pesar de que entre los años 2003 a 2005 ellas crecieron en un 72,3%, mientras las exportaciones totales fuertemente influenciadas por las exportaciones de cobre, lo hicieron en un 114,5%. Por esta misma razón, la comparación de las tasas de crecimiento anual de las exportaciones no tradicionales se ha mostrado inferior al crecimiento anual de las exportaciones tradicionales, salvo en el año 2005 en que lograron un crecimiento similar. En los últimos dos años, bajo la influencia

de mayores precios del cobre, las exportaciones no tradicionales representaron un 24% de las exportaciones tradicionales, disminuyendo este porcentaje respecto del alcanzado en los años 2002 y 2003, que se situó en torno al 30%.

### **Exportaciones totales y no tradicionales. Años 2002 a 2005.**

	Millones de dólares (Fob)			
	2002	2003	2004	2005
Exportaciones totales no tradicionales (NT)	1.276,3	1.542,5	1.895,4	2.199,3
Exportaciones totales (T)	4.306,3	5.018,1	7.889,5	9.241,3
Crecimiento Exportaciones NT (%)		20,9%	22,9%	16,0%
Crecimiento Exportaciones T (%)		16,5%	57,2%	17,1%
Estructura NT/T (%)	29,6%	30,7%	24,0%	23,8%

Fuente Prochile

### **Análisis de las importaciones**

Las importaciones de Chile desde la UE (25 países) representaron en el año 2006 un 14,9% de las importaciones totales del país. Las importaciones desde la UE (15 países) en el 2006 crecieron en un 3,2% respecto del año anterior, mientras las importaciones desde los diez nuevos países miembros de la UE, aumentaron en el año 2006 en un 11,5% en igual período, partiendo de un nivel de sólo US\$ 97,9 millones en el año 2005. Los principales países de la UE desde los cuales Chile importó fueron Alemania, Francia, España, Italia y Suecia. Entre los nuevos países pertenecientes a la UE cabe destacar las compras a Polonia, a la República Checa, Hungría y Estonia. Las importaciones

de bienes de consumo representaron un 12,7% de las importaciones totales de Chile desde la UE, en el año 2006. Las importaciones de bienes intermedios constituyeron un 54,0% y un 33,3% las importaciones de bienes de capital. Entre los principales productos importados cabe poner de relieve los automóviles, betacaroteno medicamentos, gasolina de 97 octanos sin plomo, aparatos emisores con receptor incorporado, furgones, neumáticos, chasis y automotores para vías férreas, partes de aparatos eléctricos de telefonía, y videofonos, bombas centrífugas, papel para escribir u otros fines gráficos, máquinas herramientas para trabajar madera, artículos de grifería.

### **Principales productos importados según su participación relativa**

Los diez principales productos importados desde los 25 países de la Unión Europea han representado el 16%, 18,3%, 13,1% y 18,1% del total en los períodos 2002, 2003, 2004 y 2005, respectivamente.

Es importante destacar la diversificación de las importaciones desde este bloque, puesto que en cada año el principal producto no supera el 5%, a excepción del año 2003 en que las máquinas y aparatos para fabricación de pasta de materias fibrosas celulósicas alcanza al 5,6%. Además, los principales productos según participación relativa, corresponden en su mayoría a bienes del sector industrial que se han beneficiado de la liberalización arancelaria. Por ejemplo, los automóviles, automotores, maquinaria, betacaroteno, teléfonos celulares, medicamentos, furgones y barcos entre otros.

**EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE CHILE A LA UE25  
2002 - 2005**

*(Cifras en millones de dólares de cada año y porcentajes)*

	Exportaciones (FOB)				Importaciones (CIF)				Estructura (%) Expo.				Estructura (%) Impo.				Crecimiento (%) Expo.		
	2002	2003	2004	2005	2002	2003	2004	2005	2002	2003	2004	2005	2002	2003	2004	2005	2003	2004	2005
<b>I. Agricultura, Fruticultura, Ganadería Silvicultura y Pesca Extractiva</b>	<b>339,9</b>	<b>457,8</b>	<b>594,5</b>	<b>630,9</b>	<b>20,1</b>	<b>31,0</b>	<b>18,0</b>	<b>18,8</b>	<b>7,9</b>	<b>9,1</b>	<b>7,5</b>	<b>6,8</b>	<b>0,7</b>	<b>0,9</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>34,7</b>	<b>29,9</b>	<b>6,1</b>
<b>Agricultura, fruticultura y ganadería</b>	<b>331,1</b>	<b>449,6</b>	<b>584,7</b>	<b>619,5</b>	<b>18,7</b>	<b>27,8</b>	<b>14,6</b>	<b>14,1</b>	<b>7,7</b>	<b>9,0</b>	<b>7,4</b>	<b>6,7</b>	<b>0,6</b>	<b>0,8</b>	<b>0,4</b>	<b>0,3</b>	<b>35,8</b>	<b>30,0</b>	<b>6,0</b>
Agricultura	48,6	54,6	83,0	79,4	17,7	26,6	13,5	13,0	1,1	1,1	1,1	0,9	0,6	0,8	0,4	0,3	12,3	52,0	-4,3
Fruticultura	274,9	380,0	489,0	529,6	0,0	0,0	0,0	0,0	6,4	7,6	6,2	5,7	0,0	0,0	0,0	0,0	38,2	28,7	8,3
Ganadería	7,6	15,1	12,8	10,5	1,0	1,2	1,1	1,1	0,2	0,3	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	99,4	-15,6	-17,6
Silvicultura	1,3	1,3	1,4	1,6	0,8	0,9	1,5	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,7	7,4	12,3
Pesca Extractiva	7,5	6,8	8,4	9,8	0,5	2,2	1,8	2,9	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	-9,0	22,7	16,7
<b>II. Minería</b>	<b>2.500,9</b>	<b>2.756,4</b>	<b>4.068,1</b>	<b>6.025,4</b>	<b>4,9</b>	<b>5,4</b>	<b>5,1</b>	<b>7,0</b>	<b>68,1</b>	<b>64,9</b>	<b>64,2</b>	<b>65,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>10,2</b>	<b>83,8</b>	<b>19,0</b>
Cobre	2.037,4	2.204,6	4.053,1	4.584,4	0,0	0,1	0,1	0,2	47,3	43,9	51,4	49,6	0,0	0,0	0,0	0,0	8,2	83,8	13,1
Resto	463,4	551,8	1.012,1	1.441,0	4,9	5,3	5,0	6,8	10,8	11,0	12,8	15,6	0,2	0,2	0,1	0,1	19,1	83,4	42,4
<b>III. Industria</b>	<b>1.405,3</b>	<b>1.773,8</b>	<b>2.205,6</b>	<b>2.641,7</b>	<b>3.017,5</b>	<b>3.258,0</b>	<b>3.560,6</b>	<b>4.992,4</b>	<b>32,6</b>	<b>35,4</b>	<b>28,0</b>	<b>27,5</b>	<b>98,2</b>	<b>98,1</b>	<b>99,2</b>	<b>98,9</b>	<b>26,6</b>	<b>24,0</b>	<b>15,2</b>
<b>Industria alimentaria, bebidas, licores y tabaco</b>	<b>732,4</b>	<b>913,7</b>	<b>1.100,7</b>	<b>1.298,9</b>	<b>77,4</b>	<b>93,6</b>	<b>104,7</b>	<b>113,2</b>	<b>17,0</b>	<b>18,2</b>	<b>14,0</b>	<b>14,1</b>	<b>2,5</b>	<b>2,8</b>	<b>2,9</b>	<b>2,2</b>	<b>24,8</b>	<b>20,5</b>	<b>18,0</b>
Alimentos y alimentos forrajeros	419,3	546,6	646,0	822,9	51,0	65,8	71,5	77,2	9,7	10,9	8,2	8,9	1,7	2,0	2,0	1,5	30,4	18,2	27,4
Bebidas, líquidos, alcoholes y tabacos	313,1	367,1	454,7	476,0	26,4	27,8	33,2	36,0	7,3	7,3	5,8	5,2	0,9	0,8	0,9	0,7	17,3	23,8	4,7
<b>Industria textil, prendas de vestir y cuero</b>	<b>16,4</b>	<b>19,7</b>	<b>17,5</b>	<b>10,8</b>	<b>106,0</b>	<b>89,9</b>	<b>89,3</b>	<b>90,6</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>3,4</b>	<b>2,7</b>	<b>2,5</b>	<b>1,8</b>	<b>14,3</b>	<b>-6,6</b>	<b>-38,3</b>
Textiles y confecciones de prendas de vestir	7,7	12,9	12,2	5,0	95,3	80,1	83,1	84,2	0,2	0,3	0,2	0,1	3,1	2,4	2,3	1,7	67,7	-5,5	-59,1
Curtiembre, talabartería, cuero y pieles, calzado	8,7	5,8	5,3	5,8	10,7	9,8	6,2	6,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,3	0,3	0,2	0,1	-32,9	-9,1	9,6
<b>Forestales y muebles de madera</b>	<b>56,9</b>	<b>69,3</b>	<b>89,1</b>	<b>117,1</b>	<b>73,1</b>	<b>78,8</b>	<b>92,8</b>	<b>108,5</b>	<b>1,3</b>	<b>1,4</b>	<b>1,1</b>	<b>1,3</b>	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>	<b>2,6</b>	<b>2,1</b>	<b>20,1</b>	<b>30,3</b>	<b>31,5</b>
<b>Celulosa, papel, cartón, editoriales e imprenta</b>	<b>301,6</b>	<b>376,4</b>	<b>474,1</b>	<b>449,2</b>	<b>121,4</b>	<b>140,1</b>	<b>157,5</b>	<b>189,5</b>	<b>7,0</b>	<b>7,5</b>	<b>6,0</b>	<b>4,9</b>	<b>4,0</b>	<b>4,2</b>	<b>4,4</b>	<b>3,8</b>	<b>24,8</b>	<b>25,9</b>	<b>-5,3</b>
<b>Productos químicos básicos y preparados, petróleo y derivados, caucho y plástico</b>	<b>215,9</b>	<b>296,9</b>	<b>418,4</b>	<b>522,8</b>	<b>683,5</b>	<b>747,6</b>	<b>899,0</b>	<b>989,0</b>	<b>5,0</b>	<b>5,9</b>	<b>5,3</b>	<b>5,7</b>	<b>22,2</b>	<b>22,5</b>	<b>25,0</b>	<b>19,6</b>	<b>37,5</b>	<b>40,9</b>	<b>25,0</b>
<b>Productos de barro, loza y porcelana, vidrio y productos minerales no metálicos</b>	<b>2,2</b>	<b>2,7</b>	<b>2,8</b>	<b>2,5</b>	<b>48,0</b>	<b>50,1</b>	<b>48,2</b>	<b>57,6</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>1,6</b>	<b>1,5</b>	<b>1,3</b>	<b>1,1</b>	<b>19,4</b>	<b>5,2</b>	<b>-11,7</b>
<b>Industria básica del hierro y del acero, industria básica de metales no ferrosos</b>	<b>50,2</b>	<b>61,2</b>	<b>61,3</b>	<b>90,8</b>	<b>88,9</b>	<b>100,3</b>	<b>169,6</b>	<b>233,2</b>	<b>1,2</b>	<b>1,2</b>	<b>0,8</b>	<b>1,0</b>	<b>2,9</b>	<b>3,0</b>	<b>4,7</b>	<b>4,6</b>	<b>21,7</b>	<b>0,2</b>	<b>48,2</b>
<b>Productos metálicos, maquinaria, equipos material eléctrico, instrumentos de medida y material de transporte</b>	<b>21,0</b>	<b>34,7</b>	<b>35,7</b>	<b>45,4</b>	<b>1.797,7</b>	<b>1.938,5</b>	<b>1.977,3</b>	<b>3.188,1</b>	<b>0,5</b>	<b>0,7</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>58,5</b>	<b>58,4</b>	<b>55,1</b>	<b>63,2</b>	<b>64,8</b>	<b>2,9</b>	<b>27,4</b>
<b>Productos metálicos, maquinaria, equipos, material eléctrico e instrumentos de medida</b>	<b>18,4</b>	<b>23,3</b>	<b>31,7</b>	<b>37,6</b>	<b>1.392,5</b>	<b>1.577,3</b>	<b>1.682,7</b>	<b>2.641,8</b>	<b>0,4</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>45,3</b>	<b>47,5</b>	<b>46,9</b>	<b>52,3</b>	<b>26,6</b>	<b>36,0</b>	<b>18,5</b>
<b>Material de transporte</b>	<b>2,6</b>	<b>11,4</b>	<b>4,0</b>	<b>7,9</b>	<b>405,3</b>	<b>361,2</b>	<b>294,6</b>	<b>546,3</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>13,2</b>	<b>10,9</b>	<b>8,2</b>	<b>10,8</b>	<b>33,4</b>	<b>-65,0</b>	<b>98,3</b>
<b>Industria manufacturera no expresada</b>	<b>8,6</b>	<b>6,2</b>	<b>6,2</b>	<b>4,2</b>	<b>21,5</b>	<b>19,1</b>	<b>22,3</b>	<b>22,8</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,7</b>	<b>0,6</b>	<b>0,6</b>	<b>0,5</b>	<b>-28,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>-32,3</b>
<b>IV. Otros</b>	<b>60,3</b>	<b>25,0</b>	<b>24,3</b>	<b>43,3</b>	<b>30,0</b>	<b>27,8</b>	<b>7,3</b>	<b>28,4</b>	<b>1,4</b>	<b>0,5</b>	<b>0,3</b>	<b>0,5</b>	<b>1,0</b>	<b>0,8</b>	<b>0,2</b>	<b>0,6</b>	<b>-88,5</b>	<b>-3,1</b>	<b>78,6</b>
<b>IV. Total Exportaciones</b>	<b>4.306,3</b>	<b>5.019,1</b>	<b>7.889,5</b>	<b>9.241,3</b>	<b>3.072,5</b>	<b>3.322,1</b>	<b>3.591,0</b>	<b>5.046,5</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>16,5</b>	<b>57,2</b>	<b>17,1</b>

Fuente: Departamento de Estudios e Informaciones, DIRECON (Abril 2006), en base a cifras del Banco Central de Chile.

## CAPITULO IV OPORTUNIDADES EN EL MERCADO EUROPEO PARA LAS PYMEX Y POSIBILIDADES DE ASOCIATIVIDAD DE EMPRESAS DE PALTAS DE LA V REGIÓN

### 4.1 PYMEX V REGION

#### 4.1.1 Caracterización regional

A continuación se presenta una caracterización económica y comercial de la región, forma parte de los antecedentes necesarios para realizar un análisis de las fortalezas y debilidades regionales que dan la acogida a los acuerdos Internacionales.

<b>QUINTA REGIÓN DE VALPARAÍSO</b>											
Perfil de la Dinámica Económica Regional											
Ocupados <small>(Miles de Personas)</small>			Actividad <small>(Índice 1996= 100)</small>			Exportaciones <small>(Millones de dólares FOB)</small>			Inversión Extranjera <small>(Miles de Dólares)</small>		
Jul-Sep 2005	Jul-Sep 2006	↗	Jul-Sep 2005	Jul-Sep 2006	↘	Jul-Sep 2005	Jul-Sep 2006	↗	Jul-Sep 2005	Jul-Sep 2006	↘
<b>595,3</b>	<b>623,1</b>		157,2	<b>153,0</b>		915,4	<b>1.576,1</b>		295	<b>7</b>	

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas

#### Población y Fuerza Laboral

Según el último Censo Poblacional del año 2002, la Región de Valparaíso poseía 1.539.852 habitantes. Estimaciones de INE, consideran que actualmente habitarían en esta región 1.646.086 personas, las que representan aproximadamente el 10% de la población nacional, situándose en el tercer lugar

en cuanto a número de habitantes, después de la región Metropolitana y VIII región. De acuerdo a los resultados de la encuesta Casen 2003, esta región tiene el mayor índice de concentración en zonas urbanas a nivel nacional, pues sólo un 7,7% de la población habita en zonas rurales. Adicionalmente, gran parte de la población es adulta (60,1% se encuentra entre los 15 y 59 años).

La V región posee una fuerza de trabajo que alcanzó al 37,6% de la población regional en el periodo Diciembre Febrero 2005 (Tabla A1-1). De esta población, los ocupados representaron el 90,5%. Respecto al total país, el 9,7% de la fuerza de trabajo se encuentra en la región

**Población Total, Fuerza. de Trabajo y Empleo en la V Región  
(Miles de Personas)**

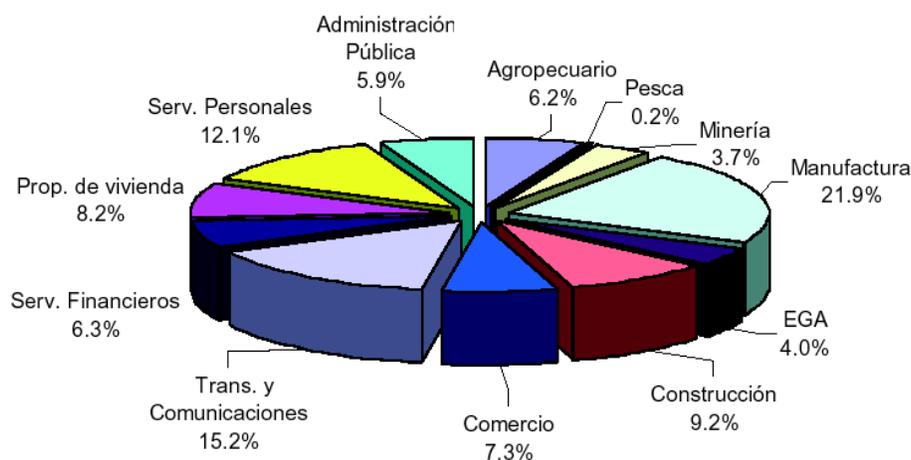
ÍTEM	Población Total							
	Población de 15 años y más							TOTAL
	Fuerza de Trabajo					Fuera de la Fuerza de Trabajo	Total	
	Ocupados	Desocupados			Total			
Cesantes		Buscan trabajo primera vez	Total					
V Región	557,68	48,72	9,62	58,34	616,03	601,37	1.217,40	1.638,44
Total País	5.845,52	405,98	76,60	482,58	6.328,10	5.426,58	11.754,68	16.053,48

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas

## Actividad Económica

La actividad económica regional medida a través del PIB representa en promedio el 8,2% del PIB Nacional. La Industria Manufacturera es el principal sector de actividad económica y contribuye con aproximadamente el 21,9% del PIB regional. Le sigue en importancia el sector de Transporte y Comunicaciones con un 15,2% de participación, lo que se ve reflejado en la actividad portuaria regional (la más importante a nivel nacional), pues cuenta con tres grandes puertos: Valparaíso, San Antonio y Quintero-Ventana. Otros sectores importantes en la contribución al PIB regional son los Servicios Personales (12,1%) y la Construcción (9,2%). El sector de menor contribución al PIB lo constituye la Pesca con un aporte de un 0,2%.

### Composición del PIB: Región de Valparaíso.



Fuente: Banco Central de Chile

#### 4.1.2 Empresas Exportadoras

Para comenzar el análisis encontramos que en el año 2000 existían 603 empresas exportadoras en la Región de Valparaíso, que realizaron envíos al exterior por US\$ 1.527,6 millones, con una variedad de 655 productos.

En cuanto a la distribución de exportaciones, las Grandes Empresas Exportadoras (GrandEx) representaron el 12,4% del número total de empresas y contribuyeron en 80,2% al valor exportado. Por otra parte, el 62,7% de las empresas se concentraron en PymEx (Pequeñas y Medianas Empresas Exportadoras) las cuales representaron el 12,4% del valor exportado. Finalmente, solo el 10,6% correspondieron a Microexportadores (MicroEx) cuyo valor exportado representó menos del 1%.

#### Participación de Empresas Exportadoras de la V Región. Año 2000

Tamaño	Empresas	%	Valor Exportado Total (Millones de US\$)	%	Nº productos	%
MicroEx	64	10,6	1,57	0,10	100	15,3
PymEx	378	62,7	189,22	12,4	402	61,7
GrandEx	75	12,4	1.224,58	80,2	227	34,7
Transnacionales	86	14,3	112,25	7,3	187	28,5
<b>Total</b>	<b>603</b>	<b>100</b>	<b>1.527,62</b>	<b>100</b>	<b>655</b>	<b>100</b>

Fuente: DIRECON

### Participación de Empresas Exportadoras de la V Región. Año 2004

Tamaño	Empresas	%	Valor Exportado Total (Millones de US\$)	%	Promedio Valor Exportado por Empresa (Millones de US\$)
MicroEx	60	9,6	1,65	0,1	0,03
PequEx <sup>5</sup>	280	44,7	57,09	1,8	0,20
MedEx <sup>6</sup>	195	31,2	245,00	7,6	1,26
GrandEx	91	14,5	2.911,20	90,6	31,99
<b>Total</b>	<b>626</b>	<b>100</b>	<b>3.214,94</b>	<b>100</b>	<b>5,14</b>

En el año 2004 existían 709 empresas que exportaron en la V Región, realizando exportaciones por 3.215,54 Millones de dólares. La distribución de las exportaciones por tamaño de empresas, se ha ido concentrando, pues las PymEx sólo representan el 9,4% del valor exportado, versus el año 2000 en que éstas representaban el 12,4%, es decir, aumentó el valor exportado y número total de PymEx pero cae su participación en el valor exportado regional. Lo mismo ocurre con las empresas GrandEx (incluyendo las Transnacionales), quienes en el año 2004 concentraron más del 90% del valor exportado de la región y más que duplicaron sus exportaciones. Las principales empresas exportadoras de la V Región, detallando aquellas que comprenden el 80% del valor total de las exportaciones. Del cuadro se desprende que las primeras cuatro empresas representan cerca del 50% de las exportaciones regionales, donde las primeras tres pertenecen al sector minero

### Principales Empresas Exportadoras de la V Región

Descripción	Sector	Exportaciones Promedio 1996-2004
Empresa Nacional de Minería	Minería	406
Compañía Minera Disputada de las Condes	Minería	275
Corporación Nacional del Cobre	Minería	67
Refinería de Petróleo Concón	Industria	66
Dole Chile S.A.	Agrícola	44
Córpora Tres Montes S.A.	Industria	41
Ind. de Conjuntos Mecánicos Aconcagua	Alimentos	37
Algas Marinas S.A., Algamar	Industria	37
Enap Refinerías S.A.	Pesca	24
Automotores Franco Chilena S.A.	Industria	23
Conservera Pentzke S.A.	Industria	21
Ades Ltda.	Industria	21
Exportadora Río Blanco Ltda.	Alimentos	21
Oxiquim S.A.	Agrícola	17
Agrocomercial Quillota S.A.	Industria	15
Armat S.A.	Agrícola	14
Viña Errázuriz S.A.	Industria	14
Ian Taylor y Cía. S.A.	Industria	12
Pmc Agencia De Naves S.A.	Bebidas	12
Viña Caliterra S.A.	Industria	11
Industrias Ambrosoli S.A.	Servicios	11
Compañía Sudamericana Vapores	Industria	10
Compañía Chilena De Tabacos	Bebidas	10
Agrosuper	Industria	10
Del Monte Fresh Produce	Alimentos	10
Agunsa	Servicios	9
Forestal Comaco S.A.	Industria	9
David Del Curto S.A.	Industria	9
Cabilfrut S.A.	Agrícola	8
Compañía Contractual Minera Candelaria	Alimentos	8
Lan Chile S.A.	Agrícola	7
Caimi S.A.	Industria	7
Sakata Seed Chile S.A.	Industria	7
Sociedad Agrícola Agricom Ltda.	Agrícola	7
Ignisterra S.A.	Agrícola	7
Pacsa Agencias de Nave S.A.	Agrícola	6
Basf Chile S.A.	Industria	6
	Minería	6
	Servicios	6
	Industria	6
	Agrícola	6
	Agrícola	6
	Industria	5
	Industria	5
	Industria	5

Coastal Chile Agencia de Naves Ltda.	Servicios	5
Alimentos Indal S.A.	Industria	5
Sone S.A.	Alimentos	5
Agro Prodex Internacional S.A.	Agrícola	5
Compañía Minera C de Petorca	Industria	5
Compañía Chilena de Navegación Interoceánica S.A.	Alimentos	5
Exportadora Chiquita Chile Ltda.	Minería	4
Empresas Carozzi S.A.	Servicios	4
Otros	Agrícola	4
	Industria	4
	Alimentos	4
<b>Total</b>		<b>317</b>
		<b>1.620</b>

**(Millones de US\$ anuales).**

Fuente: Prochile

### **Foda Regional**

La canasta de exportación de la región es bastante diversificada lo que la hace menos vulnerable a escenarios coyunturales adversos y le da una mejor posición para acceder a los beneficios de los tratados en los diferentes sectores. Además, las condiciones climáticas imperantes en la región así como la cercanía al principal centro de consumo, la hacen una de las principales zonas productoras agrícolas y agroindustriales. Por otra parte, la región ha sido protagonista del crecimiento significativo de importantes rubros a nivel nacional tales como las paltas y los cítricos.

Asimismo, la importancia económica que reviste la actividad de los puertos de San Antonio, Valparaíso y Ventanas, le da una de las vocaciones portuarias más marcadas en el país. La cercanía a los puertos y pasos fronterizos si bien

puede representar una fortaleza por el menor costo de flete, puede ser vista también como una amenaza ya que la hace más vulnerable a la entrada de enfermedades o plagas tales como la mosca de la fruta, que pueden generar importantes pérdidas para los productores de la región.

Este carácter de puerto de entrada y salida del comercio nacional representa a la vez una oportunidad de desarrollo en la región por la importancia e incremento que han experimentado las exportaciones a nivel nacional y que se espera continúen creciendo a futuro.

Si bien la actividad portuaria no es un rubro nacional de exportaciones puede considerarse como uno de los sectores claves para el posicionamiento y desarrollo de la región. Se debe recordar que existen importantes actividades económicas encadenadas a la actividad portuaria y aduanera.

Es importante destacar que una de las debilidades de la región es su porcentaje de exportaciones respecto al promedio nacional. Las exportaciones para la región no son su principal fuente de recurso y por lo tanto su grado de apertura es menor que el promedio nacional. Asimismo, la importancia de Europa como destino también es menor, siendo un aspecto que debiera cambiar, para así aprovechar al máximo los beneficios generados con dicho tratado.

Por otro lado, el hecho que se ubique en el tercer lugar en cuanto a número de habitantes y que sea una de las regiones con el mayor porcentaje de cesantía puede ser tanto un problema como una oportunidad pues representa una oportunidad en términos de bajo costo de mano de obra disponible, la cual

puede ser capacitada para trabajar en sectores con mayor demanda en mano de obra y en crecimiento como agricultura y agroindustria. Finalmente, el mayor grado de atomización de sus explotaciones agrícolas, especialmente en especies frutales mayores, comparada con la VI Región y R.M., le da una desventaja puesto que dificulta la obtención de beneficios por economías de escala y mayor poder de negociación, entre otros. Asimismo, hace más difícil una serie de procesos entre los cuales destaca la certificación de calidad.

#### **4.1.3 Empresas de la V región que exportan a la Unión Europea**

Se presentan a continuación, las principales empresas exportadoras a la Unión Europea de acuerdo al promedio del valor exportado en el período 1999-2004. En el año 2004, las tres principales empresas exportadoras de la región fueron del sector minero cuprífero y concentraron el 59,2% de los envíos regionales. Entre las empresas no cupríferas más importantes de la región se encuentran: Dole S.A., Córpora Tres Montes y Agrosuper Comercializadora de Alimentos, entre otras, quienes exportan principalmente productos de los sectores agrícola/agroindustrial.

## Participación Regional del Total de las Exportaciones Nacionales a la Unión Europea

Código	Descripción	2002		2003		2004		2005	
		Monto (US\$)	Participación (%) del Total Nacional	Monto (US\$)	Participación (%) del Total Nacional	Monto (US\$)	Participación (%) del Total Nacional	Monto (US\$)	Participación (%) del Total Nacional
00	Sin Especificar	622.323	0,01					66.432	0,00
01	I	324.658.877	7,63	425.310.344	8,70	654.090.853	8,48	569.717.198	6,74
02	II	1.680.261.643	39,49	1.754.628.652	35,90	2.987.304.010	38,72	2.878.779.852	34,06
03	III	227.209.325	5,34	228.101.717	4,67	325.300.042	4,22	451.806.715	5,35
04	IV	138.803.810	3,26	166.546.187	3,41	279.451.901	3,62	413.995.962	4,90
05	V	159.360.795	3,75	244.834.039	5,01	440.972.662	5,72	421.686.531	4,99
06	VI	356.907.942	8,39	420.201.545	8,60	704.230.271	9,13	944.172.826	11,17
07	VII	152.747.928	3,59	198.893.027	4,07	266.150.017	3,45	262.150.902	3,10
08	VIII	431.545.130	10,14	453.792.155	9,29	475.062.255	6,16	478.853.410	5,67
09	IX	4.656.825	0,11	52.530.461	1,07	107.003.601	1,39	97.459.150	1,15
10	X	123.184.823	2,90	142.255.045	2,91	253.557.303	3,29	316.010.604	3,74
11	XI	35.762.492	0,84	48.548.475	0,99	61.566.362	0,80	66.345.647	0,78
12	XII	160.992.167	3,78	221.473.825	4,53	246.979.518	3,20	243.023.608	2,88
13	RM	452.369.392	10,63	516.579.854	10,57	901.400.752	11,68	1.291.152.524	15,28
20	Mercancía Extranjera Nac.	6.005.058	0,14	13.620.254	0,28	12.081.043	0,16	17.339.308	0,21

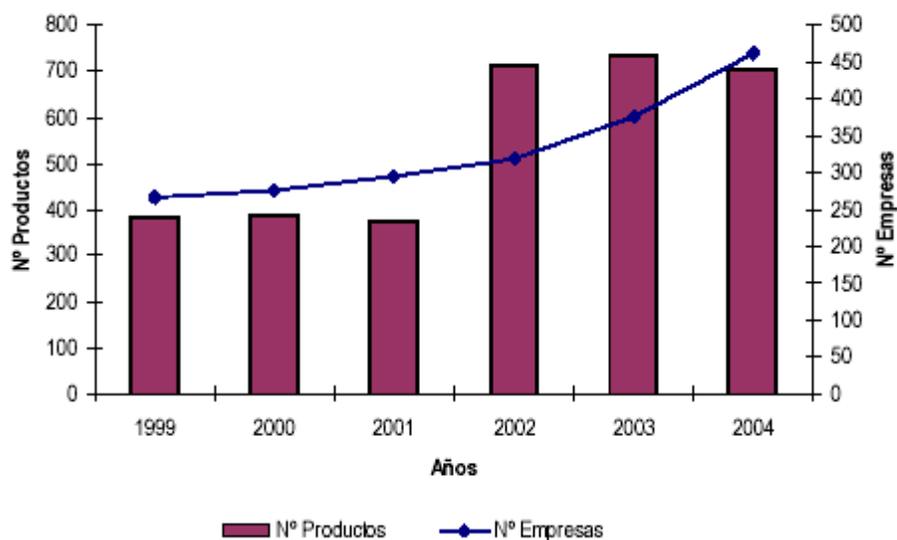
Fuente Prochile

## Principales Empresas que Exportan a Unión Europea desde la Región de Valparaíso

Código	Descripción	2002	2003	2004	2005
		Monto (US\$)	Monto (US\$)	Monto (US\$)	Monto (US\$)
0895306002	AGROCOMERCIAL QUILLOTA S.A.	1.865.833,32	2.267.164,90	2.293.261,15	1.763.923,48
0799842408	AGROSUPER COMERCIALIZADORA DE	5.888.994,73	11.878.002,58	13.688.681,91	10.223.132,18
0937760000	ALGAS MARINAS S.A., ALGAMAR	1.526.575,68	3.629.787,77	3.962.677,24	2.691.694,74
0965385509	ARMAT S.A.	2.219.352,97	2.753.781,78	5.465.579,11	4.650.363,39
0901320004	COMPAÑÍA MINERA DISPUTADA DE L	31.043.426,17	65.544.654,91	103.932.704,07	120.117.120,57
0965696903	CÓRPORA TRES MONTES S.A.	5.559.124,38	7.678.012,52	8.303.283,81	8.617.417,21
061704000K	CORPORACIÓN NACIONAL DEL COBRE		13.330.145,06	57.422.575,59	
093329000K	DAVID DEL CURTO S.A.	3.822.945,44	1.449.187,40	2.650.118,51	2.685.232,63
0950890002	DEL MONTE FRESH PRODUCE (CHILE	4.322.886,13	1.055.804,67	6.005.274,43	7.184.069,02
0946120006	DOLE CHILE S.A.	11.036.477,77	13.504.641,93	29.957.200,42	29.684.447,33
0617030004	EMPRESA NACIONAL DE MINERÍA -	17.315.737,39	21.712.980,50	86.936.823,02	98.774.293,57
0780291206	EXPORTADORA CHIQUITA CHILE LTDA.	426.740,80	948.828,09	4.280.766,21	1.702.732,78
099551270K	EXPORTADORA PROPAL S.A.			2.158.041,84	3.596.522,25
0884500001	EXPORTADORA RIO BLANCO LTDA.	3.592.340,36	4.854.054,86	4.241.843,11	5.935.497,57
0969725304	EXPORTADORA SANTA ELENA		235.479,44	2.096.281,88	2.316.387,84
0892588007	EXPORTADORA UNIFRUTTI TRADERS	1.835.175,48	1.135.973,40	2.000.078,95	3.059.391,40
0883258002	NORANDA CHILE LTDA.			3.442.894,93	6.765.498,66
0799333309	PRODUCTOS SILVESTRES LTDA.	782.815,08	1.554.232,58	2.593.773,07	3.546.480,69
0780366109	SERVICIO DE EXPORTACIONES FRUT	1.269.494,00	1.456.237,00	2.285.856,00	1.938.470,29
0867278001	SOCIEDAD AGRICOLA AGRICOM LTDA.	167.040,00	293.850,25	4.151.827,85	1.367.010,28
0966868600	SONE S.A.	1.734.142,09	3.353.680,28	2.540.230,51	2.337.988,17
0967731307	VIÑA CALITERRA S.A.	3.909.990,01	3.476.001,52	3.775.261,32	3.372.099,84
089458100K	VIÑA ERRÁZURIZ S.A.	8.291.946,84	11.176.012,49	13.660.924,28	13.746.179,18
0910410008	VIÑA SAN PEDRO S.A.	43.250,00	40.600,00	2.599.443,98	1.451.055,62
086547900K	VIÑA SANTA RITA S.A.	1.572.694,86	5.036.625,33	8.069.738,51	7.365.591,81

Anteriormente, en el año 2004 se exportaron 703 productos provenientes de un total de 461 empresas exportadoras. Éstas últimas han mostrado un aumento importante en número, desde la puesta en vigencia del Acuerdo con la Unión Europea. El número de productos se mantuvo relativamente constante. Se debe señalar que el fuerte incremento de productos exportados entre el año 2001 y 2002 se debe principalmente al cambio en el arancel chileno, que hizo clasificaciones de productos más detalladas.

### Evolución de Número de Empresas y Productos Exportados desde la V Región a UE.



Fuente: Prochile

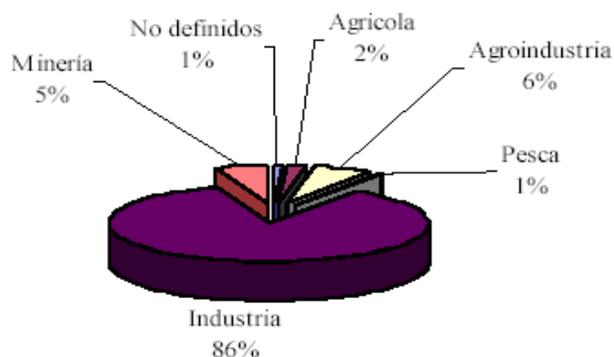
La quinta región totalizó envíos por 157 millones de dólares en el primer trimestre del año, y al igual que la cuarta región, el sector minero, y en particular el cobre, es el más importante en las exportaciones a la Unión Europea. Es por esto que no extraña que sean las exportaciones de minerales de cobre y sus concentrados las de mayor crecimiento en el sector minero. Los embarques de la minería del cobre fueron, además, los de mayor participación (65%) y uno de los con mayor crecimiento significativo durante el trimestre (73%), siendo determinante el aumento de los embarques de cátodos de cobre y la evolución de su precio en el mercado internacional. Asimismo, en la fruticultura uno de los productos que ha visto mejoradas sus exportaciones durante el trimestre son

las uvas, fruto que ya registra envíos por más de 22 millones de dólares. De entre ellas, destacan las uvas Sultaninas frescas, dadas la alta participación que alcanzaron en el sector con envíos por mas de 10 millones de dólares en el trimestre. Como ya se comentó la uva, en general, fue uno de los productos frutícolas que se vio favorecido con la reducción de los aranceles que gravaban su ingreso al mercado comunitario, aún cuando esta reducción sea por tramos y esté sujeta a cuotas.

### **Importaciones**

Una vez analizadas las exportaciones regionales, se hace necesario estudiar las importaciones europeas, en especial, aquellas de los productos más importantes exportados por la V Región. Al igual como en el resto de los países, el grueso de las importaciones europeas lo constituyen los productos industriales (86%). Le siguen en importancia la agroindustria y la minería.

#### **Composición Promedio de las Importaciones Europeas**



Fuente Direcon

Principales Productos Regionales Exportados a la Unión Europea (millones de dólares)						
REGION	Clave Económica		1° Trimestre 2005	1° Trimestre 2006	Variación 2005 / 2006	Participación 2006
1	220	Cobre y hierro	122	217	78%	86%
	311	Alimentos	10	19	80%	7%
Total 1			146	254	73%	100%
2	220	Cobre y hierro	737	1.109	51%	92%
	231	Resto de minería metálica	13	51	300%	4%
Total 2			788	1.208	53%	100%
3	220	Cobre y hierro	103	212	105%	95%
	112	Fruticultura	4	5	49%	2%
Total 3			111	224	103%	100%
4	220	Cobre y hierro	56	65	17%	51%
	231	Resto de minería metálica	52	32	-38%	25%
Total 4			131	129	-2%	100%
5	220	Cobre y hierro	59	102	73%	65%
	112	Fruticultura	28	31	12%	20%
Total 5			113	157	39%	100%
6	231	Resto de minería metálica	119	128	8%	39%
	220	Cobre y hierro	64	107	69%	33%
Total 6			270	329	22%	100%
7	313	Bebidas, líquidos y alcoholes	24	25	1%	39%
	341	Fabricación celulosa, papel y cartón	11	14	33%	23%
Total 7			61	63	4%	100%
8	341	Fabricación celulosa, papel y cartón	60	67	10%	54%
	331	Forestales	24	24	0%	20%
Total 8			110	122	11%	100%
9	341	Fabricación celulosa, papel y cartón	21	20	-6%	87%
	112	Fruticultura	2	2	-16%	7%
Total 9			26	23	-9%	100%
10	311	Alimentos	68	74	8%	89%
	352	Productos químicos preparados	4	3	-24%	4%
Total 10			84	83	-1%	100%
11	311	Alimentos	13	18	38%	99%
	331	Forestales	0	0	-	1%
Total 11			14	18	35%	100%
12	351	Productos químicos básicos	67	63	-6%	80%
	311	Alimentos	16	13	-15%	17%
Total 12			87	78	-10%	100%
13	371	Industrias básicas hierro y acero	74	120	63%	30%
	231	Resto de minería metálica	90	104	16%	26%
Total 13			321	397	24%	100%
Total general			2.265	3.092	37%	

Fuente: Departamento de Estudios

#### **4.2 Ejemplo de Asociatividad: Cluster V región**

Una de las características generales de los Cluster es su competitividad internacional, además de otras que están directamente ligadas a la región donde este se encuentre. En la región de Valparaíso se pueden mencionar, la existencia de universidades que pueden dotar de tecnologías, conocimiento y mano de obra calificada a las empresas de la región y la existencia de una infraestructura vial moderna y en desarrollo. Del sector hortofrutícola los productores de **Palta Hass** son los que tienen más ventajas para agruparse en clusters. Este producto es producido en más de 70% en la región y es altamente competitivo en el mercado.

En síntesis, se han identificado algunos grupos empresariales, grandes y pequeños, que podrían ser clasificados como Cluster Exportadores, de productos, en niveles de evolución nacientes o en crecimiento. A continuación se presentan, en forma priorizada, los que a la fecha se han identificado como el principal Cluster Exportador Regional: Palta Hass.

#### 4.3 Cluster Palta Hass

Tal como sucede con la producción, y como puede observarse en la tabla, más del 74% del volumen exportado tiene su origen en la V Región. De este modo, la Región de Valparaíso es la base del Cluster de Palta Hass

#### Cantidad y monto de Palta Hass exportada según región de origen

Región		2002	2003	2004	2005
IV	Cantidad (Kg.)	8.983.908	12.039.198	13.824.676	29.772.452
	Monto (US \$)	12.186.995	23.167.336	20.335.784	25.017.385
V	Cantidad (Kg.)	54.310.700	59.149.600	93.239.000	101.529.200
	Monto (US \$)	78.424.600	108.576.000	110.102.300	95.321.300
VI	Cantidad (Kg.)	3.007.731	1.733.082	1.822.786	1.098.950
	Monto (US \$)	3.772.804	3.745.017	2.153.430	919.414
RM	Cantidad (Kg.)	11.668.890	21.583.963	4.514.276	3.065.918
	Monto (US \$)	14.389.384	39.628.327	5.325.254	2.862.527
Nacional	Cantidad (Kg.)	78.048.510	97.610.301	113.508.938	136.297.945
	Monto (US \$)	108.881.686	180.462.009	138.009.684	124.859.665

Fuente: Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA) con información del Servicio Nacional de Aduanas

Al analizar el destino de las exportaciones regionales de Palta Hass, se puede afirmar que en los últimos años ha tomado mayor importancia el mercado europeo, a través del Reino Unido, España y Holanda. En cuanto al tratamiento

arancelario las exportaciones de paltas en la Unión europea quedan desgravadas desde su inicio.

Respecto a la estructura del Cluster de Palta Hass, hay 71 empresas exportadoras de Paltas con presencia en la V Región, de las cuales 7, que representan más del 73%, pertenecen al Comité de Paltas. El Cluster de Palta Hass debiera basarse en la actual “Asociación Gremial de Productores y Exportadores de Palta Hass de Chile” o “Comité de Paltas”, la cual ya tiene un modo de trabajo asociativo y bien organizado. Esta asociación está compuesta por Productores y Exportadores de Palta Hass de Chile. Se estima que integran al 71% de los productores nacionales y al 73% de los exportadores. En conjunto las empresas asociadas producen más de 70% de la producción nacional. Según información del Comité de Paltas, al año 2003 las plantaciones de paltos alcanzaban cerca de 20.000 hectáreas, equivalentes a un 9% de la superficie total plantada, concentrando su producción en la V Región, con un 59% del cultivo total. Este sector da trabajo directo a más de 9.000 personas.

### **Instrumentos de fomento a la calidad aplicables a cada Cluster**

	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
Total exportado (Kg.)	54.310.751	59.149.595	93.239.065	101.529.197
Mano de obra directa (personas)	5.000	5.445	8.584	9.347

Fuente: Prochile

De este modo se puede estimar, a modo de ilustración, que actualmente el 70% de esta mano de obra se utiliza en la V región y superaría los 6.500 trabajadores.

El Objetivo de este análisis es apoyar y orientar el desarrollo de negocios de empresas Pymes chilenas Innovadoras, específicamente de paltas y que creen nuevas relaciones comerciales que permitan optimizar la cadena de valor, con este propósito a continuación se entrega información acerca del mercado de palta tanto a nivel internacional como nacional y regional, además de los aspectos normativos a tener en cuenta para una correcta inserción en el mercado europeo.

## **4.4 Paltas**

### **4.4.1 Situación Internacional:**

Seis países son responsables del 90% de la producción mundial de palta que fluctúa entre 2,7 y 3 millones de toneladas. México produce un 36% de este volumen seguido por EE.UU. (7%) y Chile (5%). Otros productores relevantes son Sudáfrica, España e Israel.

En el comercio mundial, las exportaciones superan las 400 mil toneladas, siendo los principales exportadores México (24%) y Chile (20%), seguidos de Israel, España y Sudáfrica.

El consumo mundial de palta muestra una tendencia creciente, destacando como mercados principales EE.UU., Europa (Francia y Reino Unido) y recientemente Japón.

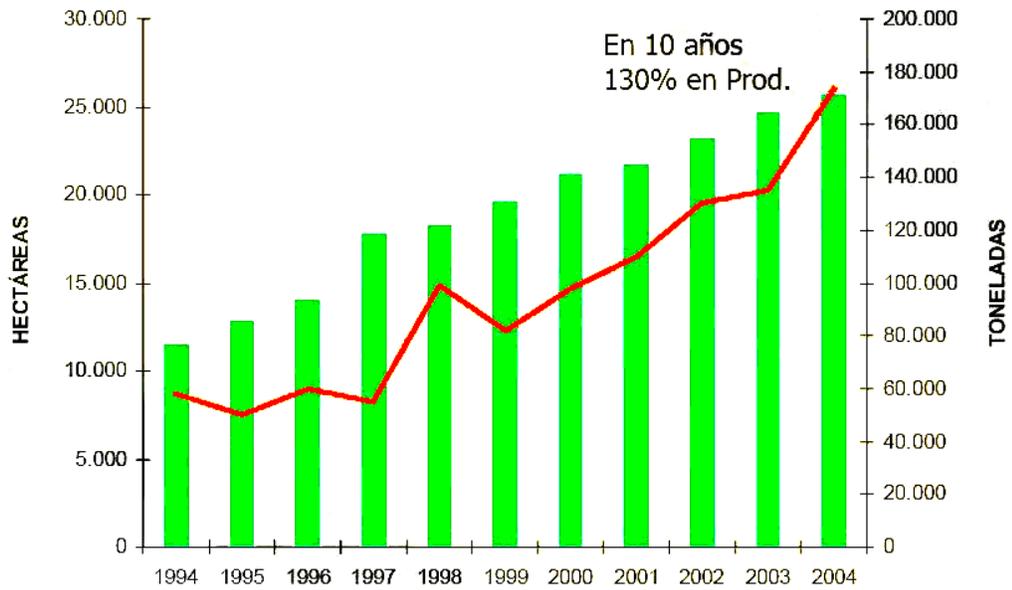
#### **4.4.2 Situación Nacional y Regional:**

##### **Producción**

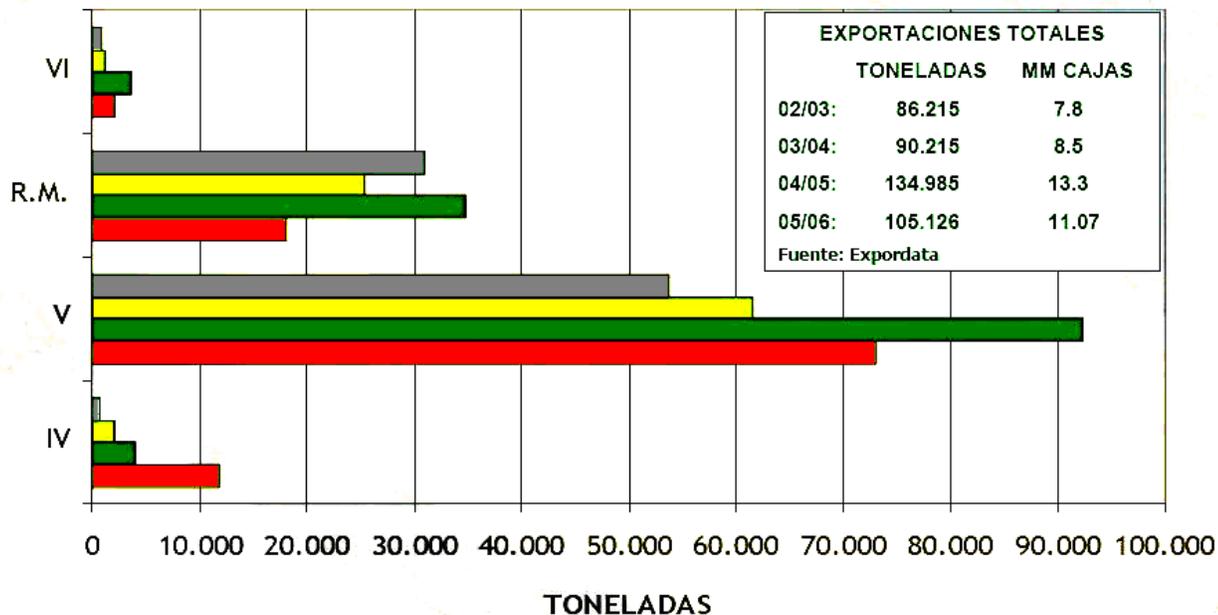
Según estimaciones de la industria, en el país habría 23.000 hectáreas plantadas, de las cuales más del 87% serían de la variedad Hass. En cuanto a la importancia de la región, ésta sería responsable del 68% de ésta superficie siendo la zona que habría experimentado el mayor crecimiento en la superficie plantada.

En cuanto a la producción, ésta ha experimentado un crecimiento sostenido, que ha estado enfocado principalmente en los mercados externos, puesto que el consumo interno se ha mantenido estable en 40 mil toneladas.

## SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN DE PALTO EN CHILE



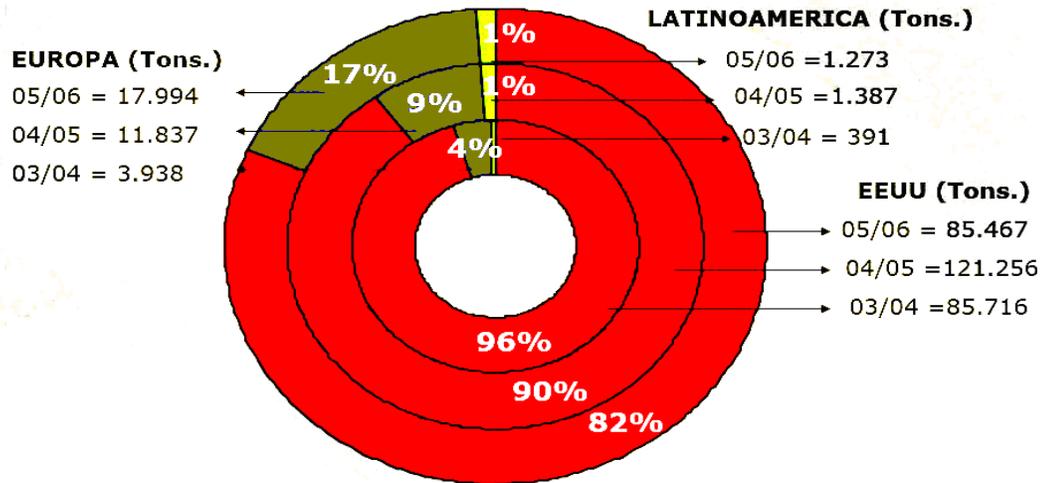
## EXPORTACIONES DE PALTA CHILENA POR REGIÓN



### Comercialización

En el año 2004 el país exportó 113.590 toneladas por un valor de US\$130 millones. El principal destino es EE.UU. que concentra el 90% del volumen y valor de las exportaciones nacionales. Le siguen según importancia los países de la UE tales como Holanda, Francia, Reino Unido y España.

## EXPORTACION DE PALTA CHILENA POR MERCADO



### Evolución de las exportaciones de paltas

Años	Volumen (Tonelada)	Tasa de Crecimiento	Valor (US\$ FOB)	Tasa de Crecimiento
2000	52.049	50%	73.787.209	-27%
2001	52.491	1%	78.642.000	7%
2002	78.070	49%	108.906.000	38%
2003	97.647	25%	180.496.000	66%
2004	113.592	16%	131.311.000	-27%

Fuente Prochile

Los precios de exportación se han mantenido en US \$1,5/kg., observándose una fuerte caída en la temporada 2004/05 producto de producciones mayores y tardías en California, niveles de producción mayores a los esperados en Chile, y problemas de calibre del producto nacional.

Analizando las exportaciones regionales, en promedio entre el 2002 y el 2004 la región exportó US\$ 61.128 miles, de los cuales un 92% se destinó a EE.UU. Claramente la principal variedad exportada es hass .

### Exportaciones Regionales de Palta Según Destino (Miles de US\$)

Código	Producto	Promedio 2002-04 (Miles de US\$)					
		Total	EE.UU.	UE	Corea	EFTA	Otros
08044010	Variedad Hass	61.093	56.210	4.444			439
08044090	Las demás Paltas	33	8	8			17
08044020	Variedad Fuerte	2					2
	<b>Total</b>	<b>61.128</b>	<b>56.218</b>	<b>4.452</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>459</b>

Fuente: Prochile

### Cambio Arancelario y Situación Posterior al Tratado

. En Europa las paltas antes tenían un arancel de 4% y producto del tratado recibieron acceso inmediato libre de arancel.

### Cambio Arancelario de Paltas

Código Arancelario	Código Arancelario Equivalente			Cambio Arancelario		
	UE	EE.UU.	Corea	UE	EE.UU.	Corea
08044010	08044000	08044000a-b	0804400000	4% INM	11.2 cents/kg. TQ 49000 TM 12 AÑOS NL.	30% Año 7

Fuente: Prochile

## **Análisis FODA**

El país presenta condiciones favorables para la producción de palta tales como la buena condición fitosanitaria y la menor necesidad de aplicación de pesticidas producto de la escasez de lluvia en las zonas productoras. Específicamente, la V Región, presenta las mejores condiciones climáticas para la producción de este frutal. Las condiciones existentes en el valle de Petorca y de Quillota hacen que éstos concentren el 70% de la producción de paltas. Es una zona que su principal fortaleza es la buena condición climática y la ausencia de heladas. Asimismo, gran parte de la superficie existente en el país y en la V Región es de la variedad más demandada por lo americanos y cuya resistencia de post cosecha es mayor

Una de las fortalezas de la industria es su organización en un comité cuyas principales acciones se focalizan en regular volumen, estandarizar producción, aumentar los niveles exigidos de calidad, realizar promociones, entre otros. Esto claramente beneficia a la industria sobretodo tomando en consideración su crecimiento.

El mercado de la palta ha presentado un cambio importante durante los últimos 10 años. Se puede apreciar un rápido crecimiento del consumo en los principales mercados y un enorme potencial de crecimiento a futuro lo que determinaría oportunidades potenciales. Asimismo, los tratados recientemente firmados con EE.UU., Europa y Corea representan una oportunidad que puede ser aprovechada por la industria, especialmente porque estos tres países tienen

hasta el minuto niveles de consumo bajos y por ende, el potencial de crecimiento es alto. Por ejemplo, el consumo per cápita en Europa es en promedio de 425 gramos, cifra muy por debajo de países tales como México o Chile que tienen un consumo de 10 Kg. y 3,5 Kg., respectivamente.

No obstante, el mercado norteamericano como el europeo ha visto crecer las importaciones de terceros países a niveles nunca antes vistos lo que claramente ha determinado un mayor nivel de competencia y menores niveles de precio. Si bien aspectos de la industria nacional tales como la posición favorable en temas sanitarios y la experiencia exportadora avalada por años, representan una fortaleza, a futuro se espera una disminución en los retornos de exportación y mayores exigencias sanitarias.

Es importante destacar que no existe en la industria una opinión generalizada sobre lo que puede representar para la industria nacional, la industria mexicana. Un sector opina que México es un competidor peligroso y que de a poco va a ir afectando los niveles de precio. Otro sector cree que México, si bien es un competidor importante, no va a estar dispuesto a mandar fruta a un precio de venta por caja (caja 11,2 kilos) menor de 23-25 dólares, lo que es equivalente a US\$1 dólar a productor.

## **4.5 Análisis de Mercado Europeo**

### **Producción**

En Europa, el principal y casi único productor de paltas es España llegando en la temporada 2003/04 a 62.000 toneladas. Este país es responsable del 80% de la producción europea de paltas. Las plantaciones se ubican en Málaga/Granada y cubren una superficie aproximada de 9.000 ha. Esta superficie ha ido aumentando como respuesta a una demanda creciente y una situación favorable de precios. El principal mercado para las paltas españolas continúa siendo la Unión Europea, especialmente Francia que absorbe más del 60% del total.

### **Consumo**

El consumo de palta en la Unión Europea ha aumentado durante los últimos diez años. Este hecho ha sido más notable en Francia donde el consumo per cápita pasó de 400 a 1500 gramos en dicho período. Pese a ello, la palta todavía es considerada un producto exótico en la mayor parte de los países europeos, donde se consume menos de 250 gramos por habitante por año. Lo anterior significa que en estos países todavía existe un importante potencial de mercado.

La tabla muestra los principales países abastecedores de palta a Europa. De los US\$347 millones que ingresaron el 2004, un 52% provino de países fuera de la comunidad europea. De éstos, el más importante es Sudáfrica, seguido

por Israel y México. Es importante destacar que Sudáfrica posee una superficie estimada de 12.000 ha. y destina cerca del 60% de su producción (60.000 ton.) al mercado de exportación, principalmente a UE (97%).

### Composición Porcentual de las Importaciones Europeas de Paltas (%)

Comunidad		2002	2003	2004
Intra		45,30%	39,06%	44,00%
Extra		54,70%	60,94%	56,00%
	Sudáfrica	19,10%	18,53%	13,29%
	Israel	19,66%	12,24%	12,97%
	México	6,49%	12,59%	9,19%
	Perú	2,40%	5,73%	6,67%
	Chile	1,29%	2,37%	5,76%
	Otros	5,77%	3,26%	6,82%

### Aspectos Normativos

Las frutas frescas que se exportan a la Unión Europea deben llevar un certificado sanitario que certifica que el producto salió del país exportador en condiciones saludables, libre de insectos y enfermedades.

En Europa existen cada vez más, regulaciones en el campo de la seguridad, salud, calidad y medio ambiente, con el fin de cumplir con el objetivo de bienestar para el consumidor. Además del certificado, se aplican los siguientes controles: control de calidad a la importación (Concal), Inspección sanitaria de importación (SANIM) e inspección fitosanitaria (FITIN).

La Unión Europea tiene definidos una serie de estándares para la palta que incluye lo siguiente:

- Estipulaciones relativas a calidad: define los requerimientos mínimos de calidad para la palta y la clasifica en tres categorías
- Estipulaciones relativas al calibre según peso del fruto
- Estipulaciones relativas a la tolerancia respecto a la calidad y el tamaño
- Estipulaciones relativas a la presentación (uniformidad, envasado)
- Estipulaciones relativas al rotulado

La calidad es el principal requisito para éste mercado. Debido a esto, en la categoría de las paltas, la variedad HASS es la mejor percibida por los consumidores debido a su sabor y facilidad para reconocer el momento óptimo de consumo. En cuanto al tamaño de la fruta, el mercado Europeo prefiere los calibres mediados a grandes (20, 18, 16, 14 y 12 en cajas de 4 kilos) con contenidos de aceite que superen el 11% ó su equivalente a 26,4% materia seca. En lo que respecta a calidad externa de la palta HASS, es fundamental arribar con un producto 100% verde. A pesar que fruta con tonalidades oscuras e incluso pre-madura, han ido ganando espacio en el mercado Europeo, especialmente en Francia y España mercados con mayor experiencia en el consumo y comercialización de la palta. Donde el producto es conocido y su consumidor sabe que la fruta pre-madura no es un problema a la hora de consumirla.

Traceability & Food Safety es sin duda otro de los requisitos que día a día ha ido tomando un papel preponderante en el viejo continente y en el mundo y que esta evolucionando continuamente. Este concepto, busca poder entregarle al

consumidor final tranquilidad y seguridad respecto a los productos que va a consumir sean inofensivos para él y su familia. Es por esto, la necesidad de contar con información de pesticidas, fungicidas y fertilizantes empleados en nuestros campos a la hora de comercializar en Europa, cada día toma más relevancia (BPA). A tal punto que hoy no es posible vender en Inglaterra a no ser que el producto cuente con certificación EUREP.

## **CAPITULO V ASPECTOS A CONSIDERAR A LA HORA DE EXPORTAR A LA UNIÓN EUROPEA SEGÚN PROPAL Y EL PRESIDENTE DE AGRICULTORES PROVINCIA DE QUILLOTA**

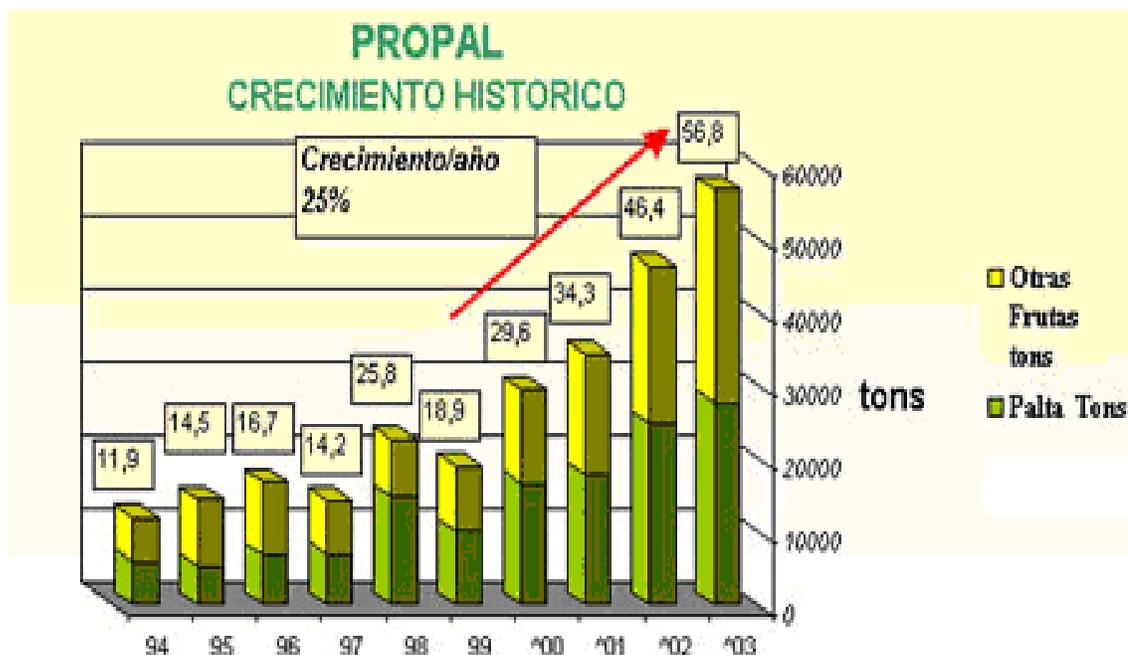
### **5.1 PROPAL**

Propal es una sociedad anónima cerrada la cual fue fundada en 1976 por un grupo de productores de Palta del Valle del Aconcagua de la Quinta región de Chile con el propósito de comercializar sus frutos en el mercado nacional. En el año 1987 la empresa inicia sus exportaciones a los mercados internacionales y gradualmente va obteniendo un fuerte y continuo crecimiento tanto en Paltas como Cítricos y Cebollas que continúa hasta hoy. Esto junto a su constante preocupación por la calidad y la atención a sus clientes tanto productores como distribuidores en el extranjero le ha permitido llegar a ser una de las dos 2 empresas exportadoras de Paltas más importantes y exitosas de Chile ya que en un mercado competitivo y de constantes cambios, han optado por la excelencia en la calidad del producto entregado, la transparencia en los negocios, y la eficiencia en las operaciones, lo que le ha dado a PROPAL S.A. un gran prestigio entre sus productores y es sinónimo de seriedad y cumplimiento entre sus clientes

La planta principal de Propal está ubicada sobre un terreno de 12 hectáreas en la comuna de Hijuelas de la provincia de Quillota, principal zona de paltos de Chile.

Cuentan con una gran planta de aproximadamente 182.986 pies cuadrados construidos, que incluye líneas de proceso y cámaras de frío y prefrío de última generación tanto para el mercado interno como para el mercado externo. También cuentan con capacidad de proceso de paltas en la zona de Melipilla.

Propal ha tenido un fuerte crecimiento en sus ventas en los últimos 5 años impulsado principalmente por el mercado exportador



Fuente: Propal

PROPAL está sólidamente posicionado en el negocio de la palta de exportación y es el principal exportador chileno de chirimoyas y cebollas dulces. Asimismo, cuenta con un importante volumen de kiwi temprano y pera asiática y está desarrollando con éxito un creciente programa de cítricos, todos productos

provenientes de mas de 150 productores de los valles de Quillota, La ligua y Petorca.

Cuentan con una variada gama de productores de distintos tamaños y ubicación lo que les permite alargar las temporadas en cada fruta y así poder surtir de manera segura y consistente a sus clientes en el extranjero.

Su equipo técnico de agrónomos está asesorando constantemente a un gran número de huertos que exportan paltas y cítricos con PROPAL entregándoles capacitación y conocimientos técnicos del más alto nivel

### **5.1.1 Entrevista a Rodrigo Manzo, Gerente comercial PROPAL**

#### **La experiencia de PROPAL en la Unión Europea:**

Hace aproximadamente 10 años comenzaron las exportaciones a la Unión Europea, el primer producto que se exportó a ese mercado fue la cebolla, pero su producto principal, la palta, comenzó a ser exportado en grandes volúmenes por la Unión Europea solo hace 5 años, cuando asumieron que era necesario hacer un esfuerzo mayor en gestión, promoción y marketing para obtener como resultado un mayor conocimiento del producto, y así poco a poco fidelizar al cliente.

La idea de comenzar a exportar a la Unión Europea comenzó con la necesidad de no ser tan dependientes de Estados Unidos, su principal mercado en esa época, a pesar de que sus precios eran más rentables, Europa aparecía como una oportunidad de diversificar mercados, en este proyecto fueron apoyados fielmente por sus productores pymes, los cuales a su vez fueron protegidos por medio de un fondo de compensación para que no se vieran perjudicados por el destino al cual iban dirigidos sus productos.

Las principales barreras a las cuales se vieron enfrentados al inicio de sus exportaciones a la Unión Europea fueron el desconocimiento de el producto, en el caso de las paltas, ya que el consumidor europeo estaba acostumbrado a consumir una palta de color verde y la variedad Hass, que exporta PROPAL al comenzar su proceso de maduración adquiere un color negro lo que producía desconfianza en el consumidor, los altos estándares de calidad exigidos por el

mercado europeo, las certificaciones y el alto costo del flete, ya que en ese tiempo el viaje duraba entre 20 y 25 días y se deben utilizar contenedores con atmósfera controlada.

Durante esta experiencia han contado con el apoyo de ProChile sobre todo de los instrumentos relacionados con promociones y ferias internacionales. Y en la actualidad las exportaciones de PROPAL tanto de cebollas, paltas y como de cítricos, estos últimos exportados con gran éxito en el mercado español, han aumentado sus volúmenes exportados de manera constante. Su nuevo desafío es el exportar a Escandinavia, y ya comenzaron las gestiones para conquistar este nuevo mercado.

PROPAL fue uno de los fundadores del Comité de Paltas que abarca cerca del 80% de los productores y exportadores de palta de Chile, todo el que pertenezca a este comité debe cumplir con ciertas certificaciones y estándares de calidad, lo que les ha permitido como comité exportar con éxito a diversos mercados.

PROPAL ha tenido una buena experiencia con sus productores PYMES, PROPAL pone a su disposición un grupo de profesionales que los orientan para producir más volúmenes y de una mayor calidad, este grupo es integrado por consultores, ingenieros agrónomos y técnicos, logrando fidelizar a sus productores y que estos se comprometan con la empresa.

A las PYMES chilenas PROPAL les recomienda asociarse para beneficiarse de las economías de escala y tener mayor poder de negociación.

PROPAL es un ejemplo a seguir si se quiere exportar a la Unión Europea ya que su marca es en la actualidad sinónimo de calidad en el extranjero, las claves de este éxito han sido saber minimizar el riesgo exportando a diversos mercados y a través de diversos distribuidores en el caso de Europa lo hacen a través de brokers, y directamente en supermercados, además de mantener la demanda constante, asociándose con productores europeos, y por supuesto entregar un producto de alta calidad.

## **5.2 Entrevista a Marcelo Pruzzo, Presidente de la Asociación de Agricultores de la Provincia de Quillota**

Se comenzó con preguntar su opinión sobre la situación de las pymes de la región el comentó que hay muchas barreras para que estas se expandan y comiencen a exportar además que existe una necesidad de que el gobierno trabaje en conjunto con las pymes para fomentar el sector exportador de la región.

Marcelo Pruzzo, Presidente de la Asociación de Agricultores de la Provincia de Quillota, recomienda al pymes que:

- Beneficiarse de la asociatividad para abaratar costos por medio de las economías de escala y mayor poder de negociación con el resto de la

cadena, además de compartir información, consultorías e investigaciones de mercado a mas bajo costo.

- Aumentar su participación en las agrupaciones Regionales ya que de esta manera pueden tener una representación ante el gobierno que les hagan saber sus demandas y sugerencias a la hora de mejorar el sector y de esta manera obtener ayuda del Estado..
- Interesarse por los nuevos estándares de calidad exigidos por los mercados para enfrentarse con éxito a las barreras fitosanitarias y a las nuevas certificaciones, asi como de los nuevos nichos de mercado.
- Las pymes se verían beneficiadas con una facilitación de los tramites de ampliación de giro y cambio de Rut por parte de Impuestos Internos así como que existan incentivos a las Pymes que exportan por primera vez y a los emprendedores.
- La agricultura regional se vería beneficiada con un aumento de fiscalización en las fronteras por parte de la Aduana y SAG para mantener libre al país de las mosca de la fruta y demás plagas cuarentenarias.
- Para fortalecer la imagen país en el extranjero, para que sus productos sean sinónimos de calidad hacen falta normas de calidad mas homogéneas para que todos los productores exporten productos de semejante calidad

En conclusión Señor Pruzzo recomienda que las Pymes vean a las demás empresas como socias y no como competencia para que aprovechen al máximo los beneficios que traen los TLC y los acuerdos comerciales que ha suscrito Chile en estos últimos años. Y al gobierno les recomienda que les preste más atención a las pymes ya que estas son las que dan el mayor porcentaje de empleo a nivel país.

## **CONCLUSION**

Un país con un mercado interno reducido como el de Chile requiere de una participación activa en el comercio internacional para mantener su ritmo de crecimiento en forma sostenida y la posibilidad de exportar es algo que deben tener en cuenta las PYMES chilenas, en el contexto actual donde la globalización por una parte representa una gran oportunidad de diversificar mercados y por otro hace que el escenario sea cada vez mas competitivo.

Las PYMES son un factor importante para la economía del país ya que son fuente de aproximadamente el 80% del empleo, debido a que son intensivas en mano de obra, por lo que el gobierno debe aumentar sus esfuerzos por ayudar a que estas aprovechen al máximo los beneficios que se desprenden de los diversos acuerdos internacionales a que Chile se ha suscrito, comenzando por una mayor difusión de todos los instrumentos que pone a disposición de las PYMES, además de hacer mas eficiente todos los procesos relacionados con la postulación a los diferentes concursos y beneficios, agilizar los tramites relacionados con impuestos internos, con la finalidad de apoyar el emprendimiento y que las PYMES comiencen a exportar, además de fortalecer la imagen país en el extranjero, para que los productos chilenos sean sinónimo de calidad.

Las PYMES en Valparaíso deben sacar provecho de las características de la región, las condiciones climáticas imperantes así como la cercanía al principal centro de consumo, la hacen una de las principales zonas productoras agrícolas y agroindustriales, no obstante la canasta regional es variada, lo cual es una fortaleza de Valparaíso.

Asimismo, la importancia económica que reviste la actividad de los puertos de San Antonio, Valparaíso y Ventanas, le da una de las vocaciones portuarias más marcadas en el país. La cercanía a los puertos y pasos fronterizos si bien puede representar una fortaleza por el menor costo de flete, puede ser vista también como una amenaza ya que la hace más vulnerable a la entrada de enfermedades o plagas tales como la mosca de la fruta, que pueden generar importantes pérdidas para los productores de la región, por esto se requiere por parte del Servicio Nacional de Aduanas desempeñarse de manera optima en la vigilancia y fiscalización del paso de las mercancías por las costas, fronteras y aeropuertos de la Republica.

El mercado de la Unión Europea representa una gran oportunidad para las PYMES chilenas, ya sea exportando de manera tanto directa como indirecta hay que tener en cuenta que en este mercado, a pesar de que ser un bloque comercial, existen países con estilos de vida muy diferentes entre si, lo que hay que tener en cuenta a la hora de escoger las estrategias de penetración de

mercado, y ver los factores económicos, de mercado, los aspectos legales, los aspectos logísticos, los aspectos financieros y la infraestructura ,que afectan a cada país en su individualidad , además de considerar los nuevos nichos de mercados que surgen como una nueva oportunidad: el envejecimiento de la población, la creciente inmigración, la entrada masiva de la mujer en el mercado laboral, y la proliferación de hogares unipersonales son fenómenos que han influido en los patrones de consumo europeos.

El Acuerdo de Asociación Político y Comercial Chile-Unión Europea originó convenios orientados a aumentar la competitividad chilena; fortalecer a las PYMES y favorecer su cooperación y desarrollo empresarial con PYMES europeas, en la actualidad Chile y la Unión Europea están cada vez más conectados, es importante destacar la existencia de EuroChile, una organización privada, sin fines de lucro, creada por el Estado Chileno y la Unión Europea es una institución que funciona como puente empresarial, promoviendo la cooperación económica, comercial y tecnológica entre empresarios e instituciones de la Unión Europea y Chile. La organización busca propiciar el traspaso de la experiencia y del "saber hacer" europeo a través de programas de formación, capacitación y asistencia técnica de empresas europeas hacia las chilenas en diferentes rubros productivos y de servicios aportando además con proyectos de interés publico- privado.

Las Pymes chilenas deben interesarse por los beneficios que traen los nuevos Acuerdos comerciales ya que representan una gran oportunidad de ampliar sus mercados, además de hacer un esfuerzo por darles un mayor valor agregado a sus productos para llegar a nuevos nichos de mercado, además de agruparse ya que esto les que permite acceder a mercados mayores; vender sus productos a mejor precio; comprar insumos y contratar servicios de consultoría e innovaciones tecnológicas a menores costos, obtener tener un mayor poder de negociación, beneficiarse de las economías de escalas ,tener conocimiento de las nuevas normas de calidad y mejorar su competitividad.

Las PYMES al asociarse obtienen mayor representatividad y de esta forma le facilitan el rol al gobierno ya que puede conocer de mejor manera las necesidades del sector y a la vez canalizar su ayuda.

## **BIBLIOGRAFIA**

Paginas Web:

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

[www.corfo.cl](http://www.corfo.cl)

[www.bancocentral.cl](http://www.bancocentral.cl)

[www.ine.cl](http://www.ine.cl)

[www.aduana.cl](http://www.aduana.cl)

[www.eurochile.cl](http://www.eurochile.cl)

[www.pymexporta.cl](http://www.pymexporta.cl)

[www.paltahass.cl](http://www.paltahass.cl)

[www.propal.cl](http://www.propal.cl)

[www.diariopyme.cl](http://www.diariopyme.cl)

[www.cipyme.cl](http://www.cipyme.cl)

[www.aconcaguaweb.com](http://www.aconcaguaweb.com)

[www.agendapyme.cl](http://www.agendapyme.cl)

Entrevistas realizadas:

Marcelo Pruzzo, Presidente de la Asociación de Agricultores de la provincia de Quillota

Rodrigo Manzo, Gerente Comercial de la empresa, PROPAL

Rodrigo Reyes, Ejecutivo de Fomento Productivo, CORFO

Artículos Especializados:

Artículo: "Las principales organizaciones que toda Pyme debe conocer", Diario "El Mercurio", 3 de Enero 2007.

Artículo: "Vislumbran estancamiento en sector Pyme exportador", "Diario Pyme", 20 de Enero 2007.

Artículo: "Cluster frutícola", Revista "Agro 2000", Diario "El Observador", 3 de Abril 2007.

Artículo: "Como potenciar el crecimiento de Chile", Diario "El Mercurio", 10 Abril 2007.

Artículo: "Factoring, una buena alternativa para las pymes", Diario "Las Ultimas Noticias", 17 Abril 2007.

Artículo: "Creando alternativas", Revista "Agro 2000", Diario "El Observador", 24 de Abril 2007.

Articulo: "El futuro de las Pyme está en dar valor agregado", Diario "El Mercurio" ,24 de Abril 2007.

Articulo:"Representación de las pymes", Diario el Mercurio, 6 de Mayo 2007.

Articulo:"Financiamiento dejó de ser principal dolor de cabeza de pymes", Diario "El Mercurio" 9 de Mayo 2007.

Articulo:"Relación con grandes clientes es el principal problema de las pymes", Diario "El Mercurio ",9 de Mayo 2007.