



UNIVERSIDAD DE VALPARAISO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

FOMENTO A LA EXPORTACIÓN DE INSUMOS Y EQUIPOS MEDICOS A  
TRAVÉS DE ORGANISMOS GUBERNAMENTALES COMO PROCHILE

Autoras:

GABRIELA PAZ TORO CEREZO

MARINA ALMENDRA SILVA SILVA

INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL PRESENTADO A LA CARRERA DE  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD  
DE VALPARAISO PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN NEGOCIOS  
INTERNACIONALES TITULO PROFESIONAL DE ADMINISTRADOR DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES

PROFESOR GUIA: DANIELLA DE LUCA

Viña del Mar, Diciembre de 2013

## **AGRADECIMIENTOS**

A continuación las autoras presentarán sus agradecimientos.

### **Marina Silva Silva**

A Dios, a mi Madre, mi Familia, mis amigos de Universidad y de la Vida, mi profesora guía Daniella De Luca, al personal de ProChile Valparaíso y ProChile Santiago, al personal docente y administrativo que conforma la carrera de Administración de Negocios Internacionales y la Universidad de Valparaíso, al Rotary Club San Fernando que me ayudó económicamente cada año, a toda la gente linda que conocí en mi estadía en Viña del Mar y en especial a todos los que me apoyaron durante este arduo y anhelado proceso de mis años de Universidad que concluyen en este paso, para cada uno de ellos muchas gracias!

### **Gabriela Toro Cerezo**

Agradezco a todos aquellos que me han apoyado siempre en cada uno de los desafíos que hay que enfrentar día a día, como la época escolar, universitaria, trabajos, entre otros. Dentro de estas personas cabe destacar, mi familia, amigos, compañeros de universidad, profesores de universidad, en especial a la profesora Daniella De Luca quien ha estado guiándonos y apoyándonos desde el comienzo de este proyecto.

Marina Silva & Gabriela Toro.

## INDICE

AGRADECIMIENTOS .....	2
INDICE DE FIGURAS.....	11
INDICE DE TABLAS .....	12
INDICE DE GRÁFICOS.....	15
SIGLAS Y ABREVIATURAS.....	16
INTRODUCCIÓN .....	17
CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES DE LA PRÁCTICA .....	20
1.1. DESCRIPCIÓN DE LAS EMPRESAS.....	20
PROCHILE.....	21
❖ MISIÓN .....	22
❖ VISIÓN .....	22
❖ OBJETIVOS .....	23
❖ FUENTE DE FINANCIAMIENTO DE PROCHILE.....	25
❖ PROCHILE EN EL MUNDO .....	25
❖ PROCHILE EN REGIONES .....	27
❖ ORGANIGRAMA.....	29
❖ FODA PROCHILE.....	31

❖ DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES REALIZADAS EN PROCHILE.....	32
TECNIGEN S.A. ....	35
❖ MISIÓN .....	36
❖ VISIÓN.....	37
❖ OBJETIVOS.....	37
❖ ESPECIALIDADES.....	38
❖ REPRESENTANTES DE TECNIGEN S.A. EN EL MUNDO.....	40
❖ TECNIGEN S.A. EN REGIONES .....	41
❖ ORGANIGRAMA.....	43
❖ FODA TECNIGEN S.A.....	44
❖ DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES REALIZADAS EN TECNIGEN S.A. ....	45
1.2. RAZONES QUE IMPULSAN EL TEMA A DESARROLLAR .....	46
CAPÍTULO 2: DESARROLLO DEL TEMA .....	48
2.1. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS.....	48
2.1.1. OBJETIVO GENERAL.....	48
2.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	49
2.2. METODOLOGÍA .....	50

2.3.	MARCO TEÓRICO.....	51
2.3.1.	Ampliación de Mercado.....	51
2.3.2.	Análisis FODA.....	51
2.3.3.	Auge.....	52
2.3.4.	Carencia.....	53
2.3.5.	Comercio Internacional.....	53
2.3.6.	Especialización Mundial (Ventaja Comparativa) .....	54
2.3.7.	Estrategia .....	56
2.3.8.	Estrategia Diversificación de Mercado.....	57
2.3.9.	Estrategia Producto-Mercado .....	59
2.3.10.	Exportación.....	60
2.3.11.	Importación.....	61
2.3.12.	Insumos Médicos .....	61
2.3.13.	Línea de Productos .....	62
2.3.14.	Marketing.....	64
2.3.15.	Ministerio de Relaciones Exteriores .....	65
2.3.16.	Normas de Calidad ISO.....	65
2.3.17.	Normas de Origen.....	66
2.3.18.	Organismo Gubernamental .....	67

2.3.19.	Productos No Tradicionales .....	68
2.3.20.	Pymes.....	69
2.3.21.	Sustentabilidad.....	70
2.3.22.	Tratado de Libre Comercio .....	71
2.3.23.	Valor Agregado .....	72
2.3.24.	Viabilidad.....	73
2.4.	DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN .....	74
2.4.1.	MERCADO DE LOS INSUMOS MÉDICOS EN CHILE.....	74
	❖ MARCAS PRESENTES EN EL MERCADO CHILENO .....	78
2.4.2.	EMPRESAS CHILENAS QUE EXPORTAN INSUMOS MÉDICOS VERSUS EMPRESAS CHILENAS QUE IMPORTAN INSUMOS MÉDICOS ....	80
2.4.3.	SITUACIÓN COMERCIAL EN CHILE: ANÁLISIS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE INSUMOS MÉDICOS EN EL PAÍS .....	84
	ANÁLISIS EVOLUCIÓN DE EXPORTACIONES DE EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS EN EL PAÍS.....	85
	❖ PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS.....	86
	❖ FÁBRICAS QUE DESTACAN EN EXPORTACIONES DESDE ESTADOS UNIDOS A CHILE.....	94

❖ FÁBRICAS QUE DESTACAN EN EXPORTACIONES DESDE CHINA A CHILE.....	95
❖ FÁBRICAS QUE DESTACAN EN EXPORTACIONES DESDE ALEMANIA A CHILE.....	96
❖ SITUACIÓN DE LA PYME ACTUAL .....	97
❖ PYMES EXPORTADORAS DE INSUMOS MÉDICOS EN CHILE	100
❖ PRINCIPALES EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS EXPORTADOS EN CHILE .....	107
❖ FACTORES QUE DETERMINARON EL ALZA DE EXPORTACIONES CHILENAS EN INSUMOS MÉDICOS.....	110
ANÁLISIS DE EVOLUCIÓN DE IMPORTACIONES DE EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS EN EL PAÍS .....	115
❖ PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS.....	116
❖ PYMES IMPORTADORAS DE INSUMOS MÉDICOS EN CHILE	120
❖ PRINCIPALES EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS IMPORTADOS EN CHILE .....	123
2.5. PROYECCIÓN FINAL .....	126
2.5.1. INGRESO DE INSUMOS MÉDICOS CHILENOS A PAÍSES DEL MERCOSUR, AMÉRICA LATINA, CENTROAMÉRICA Y CARIBE.....	126

❖ MERCOSUR .....	126
❖ EXPORTACION DE INSUMOS MÉDICOS DESDE CHILE A BRASIL .....	128
2.5.2. EXPORTACIÓN DE INSUMOS MÉDICOS DESDE CHILE A LATINOAMÉRICA, CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE .....	131
❖ LATINOAMÉRICA.....	131
❖ PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE CHILE EN EXPORTACIÓN DE INSUMOS MÉDICOS A PAÍSES DE CENTROAMÉRICA .....	135
2.5.3. SITUACIÓN ACTUAL DE LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA PARA DETERMINAR POSIBLES COMPLICACIONES EN MERCADOS DE DESTINO.....	136
2.5.4. PORCENTAJE DE SATISFACCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE INSUMOS MÉDICOS DESDE CHILE AL MERCOSUR.....	145
2.5.5. COMPARACIÓN ENTRE OFERTA DE CHILE Y DEMANDA DE PAÍSES DE LATINOAMERICA RESPECTO A EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS.....	148
2.5.6. PRECIOS DE LOS EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS EXPORTADOS DESDE CHILE .....	153

2.5.7. DECISIÓN PRÁCTICA SOBRE LA EXPORTACION CHILENA DE INSUMOS MÉDICOS.....	155
EMPRESA ESCOGIDA: BLUNDING S.A .....	155
❖ PARTIDAS ARANCELARIAS MÁS EXPORTADAS EN CHILE ..	156
❖ PAISES ESCOGIDOS PARA LAS EXPORTACIONES DE LA EMPRESA CHILENA.....	156
❖ CHILE, EXPORTADOR DE INSUMOS MÉDICOS A BRASIL Y CUBA .....	157
CAPÍTULO 3: CONCLUSIONES.....	159
BIBLIOGRAFÍA.....	167
ANEXOS.....	170
PROCHILE VALPARAÍSO.....	170
DESCRIPCIÓN PARTIDAS ARANCELARIAS .....	171
EMPRESAS IMPORTADORAS DE INSUMOS MÉDICOS .....	174
EXPORTACIONES PARTIDAS AÑO 2012 .....	178
EXPORTACIONES PARTIDAS AÑO 2013 .....	182
IMPORTACIONES PARTIDAS AÑO 2012 .....	186
IMPORTACIONES PARTIDAS AÑO 2013 .....	191
PLAN PROVEEDORES DE LA SALUD PROCHILE .....	196

ENTREVISTA A PAZ VALENTINA VENEGAS, ENCARGADA DEL  
SUBDEPARTAMENTO DE INDUSTRIAS DE PROCHILE SANTIAGO,  
LUNES 11 DE NOVIEMBRE DE 2013, 16:00 HRS..... 199

## **INDICE DE FIGURAS**

Figura 1: Oficinas de ProChile en el mundo.....	26
Figura 2: Oficinas regionales de ProChile en nuestro país. ....	28
Figura 3: Organigrama de ProChile. ....	30
Figura 4: Representantes de Tecnigen S.A. en el mundo.....	41
Figura 5: Oficinas regionales de TecnigenS.A. en nuestro país.....	42
Figura 6: Organigrama de Tecnigen S.A. ....	43

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Detalle de países donde se encuentra ProChile. ....	27
Tabla 2: FODA ProChile. ....	31
Tabla 3: FODA Tecnigen S.A. ....	44
Tabla 4: Mercado v/s Estrategia. ....	59
Tabla 5: Marcas más importantes presentes en el mercado chileno por tipo de equipo. .	79
Tabla 6: Empresas importadoras y exportadoras de insumos médicos en Chile. ....	80
Tabla 7: Saldo comercial 2007/2011 en USD. ....	84
Tabla 8: Total exportaciones 2007/2011 en USD. ....	85
Tabla 9: Clasificación partidas arancelarias de equipos e insumos médicos. ....	86
Tabla 10: Ranking top 10 países exportadores partida 9018 (USD). ....	88
Tabla 11: Ranking top 10 países exportadores partida 9019 (USD). ....	89
Tabla 12: Ranking top 10 países exportadores partida 9020 (USD). ....	90
Tabla 13: Ranking top 10 países exportadores partida 9022 (USD). ....	91
Tabla 14: Ranking top 10 países exportadores partida 9402.9010 (USD). ....	92
Tabla 15: Número de empresas, porcentaje en números y porcentaje en ventas de las Microempresas, PYMES y Empresas grandes. ....	99
Tabla 16: Ranking top 10 productos exportados años 2012-2013 (USD). ....	107
Tabla 17: Total importaciones 2007/2011 en USD. ....	115
Tabla 18: Arancel Preferencial Producto Chileno. ....	119
Tabla 19: Ranking top 10 productos importados años 2012-2013 (USD). ....	123

Tabla 20: Partida 9018908000.Los demás instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria, incluidos los del centellografía y demás aparatos electromédicos, así como los aparatos para pruebas visuales. ....	145
Tabla 21: Partida 9021100000. Artículos y aparatos para ortopedia o para fracturas...	146
Tabla 22: Demanda por parte de países de Latinoamérica. ....	151
Tabla 23: Exportaciones desde Chile 2013. ....	153
Tabla 24: Monto FOB productos exportados desde Chile por partida. ....	154
Tabla 25: Partidas arancelarias. ....	171
Tabla 26: Empresas importadoras de insumos y equipos médicos en Chile. ....	174
Tabla 27: Partida 9018, acumulado de Diciembre de 2012. ....	178
Tabla 28: Partida 9019, acumulado de Diciembre del 2012. ....	179
Tabla 29: Partida 9020, acumulado de Diciembre del 2012. ....	180
Tabla 30: Partida 9022, acumulado de Diciembre del 2012. ....	180
Tabla 31: Partida 9402, acumulado de Diciembre del 2012. ....	181
Tabla 32: Partida 9018, acumulado de Agosto del 2013. ....	182
Tabla 33: Partida 9019, acumulado de Agosto del 2013. ....	183
Tabla 34: Partida 9020, acumulado de Agosto del 2013. ....	184
Tabla 35: Partida 9022, acumulado de Agosto del 2013. ....	184
Tabla 36: Partida 9402, acumulado de Agosto del 2013. ....	185
Tabla 37: Partida 9018, acumulado de Diciembre del 2012. ....	186
Tabla 38: Partida 9019, acumulado de Diciembre del 2012. ....	188
Tabla 39: Partida 9020, acumulado de Diciembre del 2012. ....	188

Tabla 40: Partida 9022, acumulado del Diciembre del 2012. ....	189
Tabla 41: Partida 9402, acumulado de Diciembre del 2012. ....	190
Tabla 42: Partida 9018, acumulado de Agosto del 2013. ....	191
Tabla 43: Partida 9019, acumulado de Agosto del 2013. ....	192
Tabla 44: Partida 9020, acumulado de Agosto del 2013. ....	193
Tabla 45: Partida 9022, acumulado de Agosto del 2013. ....	194
Tabla 46: Partida 9402, acumulado de Agosto del 2013. ....	195

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Porcentaje de mercado y ventas para Microempresas, PYMES y Empresas grandes. ....	98
<b>Gráfico 2: Evolución importaciones y exportaciones 2007/2011.</b> .....	102
Gráfico 3: Participación de los socios del MERCOSUR en el comercio exterior de insumos y equipos médicos del bloque. Año 2004, en porcentaje.....	117
Gráfico 4: Porcentaje de participación de Chile en Exportación de Insumos Médicos a países de Centroamérica. ....	135

## **SIGLAS Y ABREVIATURAS**

ACE:	Acuerdo de Complementación Económica.
FODA:	Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.
ISO:	International Organization for Standardization
OC:	Orden de Compra.
OMC:	Organización Mundial del Comercio.
PYME:	Pequeña y Mediana Empresa
PO:	PurchaseOrder.
POC:	Point of care.
SA:	SociedadAnónima.
SRA:	Sistema de Registro de Actividades.
TLC:	Tratado de Libre Comercio.

## INTRODUCCIÓN

Las autoras Gabriela Toro Cerezo y Marina Silva Silva han realizado sus prácticas profesionales de la carrera de Administración de Negocios Internacionales en dos empresas distintas, donde cada una debió ejercer acciones en las cuales demostraron todo lo aprendido durante el periodo académico.

Las empresas en las cuales se desempeñaron como alumnas practicantes, fueron Tecnigen S.A. en el caso de Gabriela Toro, ubicada en Santiago de Chile, la que principalmente se dedica a la importación y distribución de insumos médicos.

Por otro lado, Marina Silva desarrolló su práctica en la oficina regional de ProChile Valparaíso, ubicada en Viña del Mar, la cual se dedica al fomento de las exportaciones nacionales.

En el caso de Tecnigen S.A., cabe mencionar, que no solo importa y distribuye los productos sino que también aporta en gran medida a la sociedad, debido a que contribuye con implementos médicos, tanto a hospitales, universidades, colegios, etc.

Tecnigen S.A. cuenta con 3 sucursales, ubicadas en Valparaíso, Concepción y Santiago, siendo esta última la casa matriz de la empresa

La autora Gabriela Toro, quien realizó su práctica en la sucursal ubicada en Santiago, específicamente en el área de importaciones, departamento de adquisiciones de la empresa, reconoce que el ambiente de trabajo generado en la oficina era el óptimo para un buen funcionamiento y desarrollo de las actividades a realizar, ya que la información

que contenía cada área, estaba puesta a disposición de las otras áreas para su respectiva utilización.

A su vez, la autora Gabriela Toro indica que realizar su práctica profesional en Tecnigen S.A., fue de gran ayuda para entender el proceso de importación de productos desde países de diversos continentes a Chile, ya que en su período de práctica, cada integrante, no solo de su área de trabajo, si no que de las otras áreas cercanas, colaboraron y fueron de gran ayuda para entender paso a paso, lo que conlleva importar un producto.

Durante la estadía de la autora en el lugar de práctica, hubo problemas con embarques, los que fueron vitales para que ella entendiera, que es lo que se debe realizar, en el caso de que un pedido no realice su trayectoria como está acordada en un comienzo, lo cual sucede día a día.

El propósito de la autora Gabriela Toro al realizar su práctica profesional, era entender y conocer los procedimientos necesarios y requeridos por los proveedores, para finalmente importar productos, de múltiples países, logrando resolver los obstáculos que se pudieran presentar en el camino.

Por otro lado, en el caso de ProChile podemos decir que es el organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores, el cual se dedica a fomentar las exportaciones de productos y servicios en nuestro país, y que además cuenta con 50 oficinas comerciales a nivel mundial y 15 oficinas regionales en Chile. En el caso de la oficina regional, la autora captó que se organizaban óptimamente ya que los sectorialistas que trabajaban en ProChile se dividían los productos y servicios exportables por sector, los que son tres,

sector de Industrias, de Alimentos y de Servicios, los cuales tienen un conjunto de empresas a las cuales orientan y ayudan a exportar.

La autora Marina Silva indica que fue de mucho apoyo realizar la práctica en esta institución tanto en el lado de la ética como en el lado del profesionalismo, principalmente porque existía mucho apoyo por parte de los profesionales de ProChile en el desarrollo de las actividades que surgían durante el período de la práctica. En cuanto al ámbito profesional la autora argumenta que cumplió el propósito por el cual decidió realizarla en este lugar ya que existe una amplia visión ante los productos que pueden ser exportados, inclusive aquellos que no son tradicionales.

“El propósito era conocer a fondo el apoyo del gobierno con los exportadores nacionales y además poder conocer cuáles son los productos más exportados a nivel nacional y respectivamente sus mercados de destino” señala la autora.

Para poder llevar a cabo este informe ampliado ambas autoras debieron buscar un nexo entre ambas prácticas el cual surgió en la idea de fomentar la exportación de instrumentos médicos a través de organismos gubernamentales como ProChile, el cual es un tema muy importante hoy en día, ya que el mercado de los insumos y equipos médicos ha logrado crecer en estos últimos años.

## **CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES DE LA PRÁCTICA**

En el presente capítulo, se relatarán las empresas en las que las autoras han desarrollado sus respectivas prácticas profesionales, y lo que cada una de ellas realizó en el lugar de práctica correspondiente.

Finalmente se presentará un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) de cada empresa, hecho por cada una de las autoras.

Marina Silva, desarrolló su práctica profesional en ProChile específicamente en la oficina regional de Valparaíso.

Por otro lado, Gabriela Toro, realizó su práctica profesional en la casa matriz de Tecnigen S.A. ubicada en Santiago.

### **1.1. DESCRIPCIÓN DE LAS EMPRESAS**

A continuación se detallarán los aspectos más relevantes de las empresas en las que cada una de las autoras ha realizado su práctica profesional.

## **PROCHILE**

Se crea en noviembre de 1974 bajo el decreto de Ley 740, su director actual es Don Carlos Honorato.

ProChile es la institución del Ministerio de Relaciones Exteriores encargada de promover las exportaciones de productos y servicios del país, además de contribuir a la difusión de la inversión extranjera y el fomento del turismo. Pone a disposición del exportador una red de más de 50 Oficinas Comerciales en el mundo y 15 oficinas Regionales a lo largo del país, con el conocimiento e información que se necesita para poder potenciar el sector exportador nacional.

Apoya la internacionalización de los productos y servicios a través de una amplia gama de herramientas en las que se destacan sistemas de información de alta calidad, participación en las ferias internacionales más importantes del mundo y programas diseñados para que se puedan desarrollar al máximo las capacidades exportadoras

Así ProChile se presenta como un socio estratégico que aporta su experiencia en gestión y promoción de Negocios Internacionales en cada etapa del proceso exportador.<sup>1</sup>

Las tareas de ProChile principalmente son:

- Apoyar con sus servicios a un 60% de los exportadores nacionales.

---

<sup>1</sup> Según lo descrito por página de Prochile, <http://www.prochile.gob.cl>

- Contribuir a disminuir los riesgos inherentes al proceso de internacionalización para que al menos 500 empresas puedan diversificarse y conquistar un nuevo mercado de destino, con foco en aquellas que actualmente exportan a solo uno o dos lugares en el mundo.
- Potenciar la internacionalización de la innovación a través de programas y capacitaciones de apoyo al exportador, a fin de contar con al menos 500 empresas con una oferta exportable diferenciadora basada en la innovación.

#### ❖ MISIÓN

- Promover las exportaciones no tradicionales de bienes y servicios, las inversiones y alianzas estratégicas entre empresas chilenas y extranjeras.
- Apoyar el proceso de internacionalización de las empresas chilenas y su posicionamiento en los mercados externos, con instrumentos Organización mundial del comercio (OMC) compatibles.<sup>2</sup>

#### ❖ VISIÓN

Tiene como finalidad apoyar el desarrollo del proceso exportador y la internacionalización de las empresas chilenas, de acuerdo a la política de inserción

---

<sup>2</sup> Según lo descrito por página de Prochile, <http://www.prochile.gob.cl>

económica internacional del país, de los acuerdos suscritos por Chile y en el marco de la OMC.

Este proceso de internacionalización es entendido en un sentido amplio que incluye tanto la promoción de bienes y servicios como la promoción de inversiones, negocios y alianzas estratégicas comerciales.<sup>3</sup>

#### ❖ OBJETIVOS

Su objetivo es contribuir al incremento y diversificación de las exportaciones de productos y servicios especialmente los no tradicionales, generando conocimiento de mercado y apoyando la gestión comercial.

Frente a los nuevos desafíos que presenta la inserción internacional de Chile, ProChile ha ampliado sus objetivos para apoyar a las empresas chilenas en su proceso de internacionalización, trabajando para incentivar a nuevas empresas para que se incorporen al mundo de los Negocios Internacionales y para las que ya lo han hecho, avancen a posiciones crecientemente competitivas en sus mercados, los objetivos se desglosan en los siguientes:

- Promover las exportaciones de bienes y servicios de manera de ayudar a su incremento sostenido y diversificación de productos, empresas y mercados.

---

<sup>3</sup> Según lo descrito por página de Prochile, <http://www.prochile.gob.cl>

- Contribuir a mejorar la competitividad de las empresas y promover la ampliación, profundización y consolidación de la base exportadora.
- Apoyar la generación de conocimiento de los mercados externos y del proceso exportador.
- Estimular en estrecha coordinación con los demás organismos de fomento productivo, el desarrollo de la oferta exportable y el ajuste de la oferta disponible a los patrones de calidad, precio y tiempo de servicio, de acuerdo a las oportunidades presentes en los mercados, enfatizando en el desarrollo de productos de alto valor agregado.
- Impulsar alianzas estratégicas entre empresas nacionales y entre empresas nacionales y extranjeras, con el fin de mejorar la competitividad de los productos y servicios chilenos y su grado de posicionamiento en los mercados de destino.
- Promover la inversión extranjera en Chile e inversión local en el exterior, de manera de ayudar a su aumento y diversificación, como soporte de alianzas estratégicas y transferencias tecnológicas entre empresas.
- Posicionar al país en el contexto mundial como proveedor confiable de bienes y servicios de alta calidad, valor agregado y de producción compatible con las normas ambientales.

#### ❖ FUENTE DE FINANCIAMIENTO DE PROCHILE

ProChile se financia a través de recursos públicos asignados anualmente por el Ministerio de Hacienda, previa aprobación por el Congreso Nacional. El presupuesto se compone de dos conceptos a financiar, uno dirigido al funcionamiento o presupuesto operativo de la Institución y segundo para las acciones de promoción propiamente tal, este último constituye el Fondo de Promoción de Exportación

#### ❖ PROCHILE EN EL MUNDO

En la figura 1 se señala la red de más de 50 Oficinas Comerciales que posee ProChile a nivel Mundial.

**Figura 1: Oficinas de ProChile en el mundo.**



Fuente: <http://www.prochile.gov.cl/prochile-en-el-mundo/>

La tabla 1 muestra el desglose con los países correspondientes a cada continente donde se encuentran las oficinas comerciales.

**Tabla 1: Detalle de países donde se encuentra ProChile.**

América del Norte	América Central y el Caribe	América del Sur	Europa	Asia y Oceanía	Medio Oriente
Cánada	Costa Rica	Argentina	Alemania	Australia	Emiratos Árabes Unidos
Estados Unidos	Cuba	Brasil	Bélgica	China	
México	El Salvador	Bolivia	España	Corea del Sur	
	Guatemala	Colombia	Francia	Hong Kong	
	Honduras	Ecuador	Holanda	India	
	Panamá	Perú	Italia	Indonesia	
	República Dominicana	Uruguay	Polonia	Japón	
		Venezuela	Reino Unido	Malasia	
			República Checa	Singapur	
			Rusia	Tailandia	
			Suecia	Taiwán	
			Turquía	Vietnam	

Fuente: Elaboración propia, autora Marina Silva.

#### ❖ PROCHILE EN REGIONES

En el país se encuentran 15 oficinas comerciales siendo la oficina central la ubicada en la ciudad de Santiago en calle Andrés Bello 2299, piso 13.

En la figura 2 se muestran las oficinas regionales en Chile.

**Figura 2: Oficinas regionales de ProChile en nuestro país.**



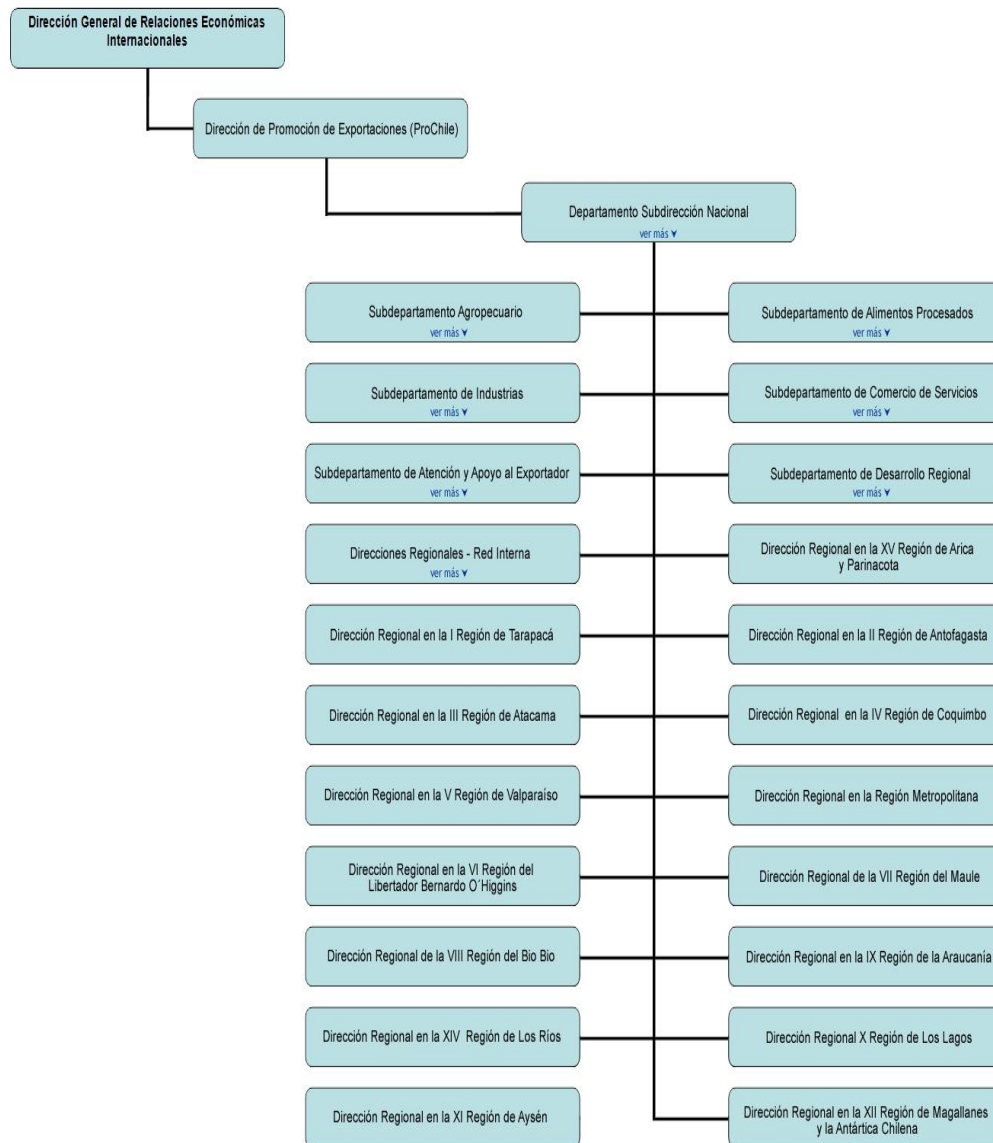
Fuente: <http://www.prochile.gob.cl/>

## ❖ ORGANIGRAMA

ProChile presenta departamentos y subdepartamentos tanto en la estructura organizacional de las oficinas nacionales como internacionales, las cuales son las encargadas de llevar a cabo las funciones de ProChile en tres sectores: Servicios, Alimentos e Industrias.

En la figura 3 podemos apreciar el Organigrama de ProChile.

**Figura 3: Organigrama de ProChile.**



Fuente: Página Oficial DIRECON, organigrama estructura del personal de ProChile, [http://www.direcon.gob.cl/sites/default/modules/admin/organigrama/imagenes/organigrama\\_prochile\\_subdireccion\\_nacional.jpg](http://www.direcon.gob.cl/sites/default/modules/admin/organigrama/imagenes/organigrama_prochile_subdireccion_nacional.jpg)

❖ FODA PROCHILE

Para una mejor comprensión de lo que hace ProChile, en la tabla 2, la autora Marina Silva, desarrolló una matriz FODA de la empresa en la que realizó su práctica.

**Tabla 2: FODA ProChile.**

<p>❖ <b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe un clima favorable a nivel de organización.</li> <li>• Hay una oferta continua y variada de productos que quieren ser exportados.</li> <li>• Estabilidad económica y normativa del país actualmente.</li> <li>• Sectorialistas manejan otros idiomas.</li> <li>• Existencia de marcas sectoriales en cada área.</li> <li>• Existencia de Agregados Comerciales Nacionales de Prochile en otros países.</li> </ul>	<p>❖ <b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lejanía de nuestro país con algunos mercados de exportación.</li> <li>• Aumento de costos en mano de obra y energía.</li> <li>• Fluctuaciones en el tipo de cambio.</li> <li>• Poca investigación y desarrollo de algunos productos que quieren ser exportados.</li> <li>• Poco seguimiento a los negocios que se llevan a cabo en las Ruedas de Negocios.</li> </ul>
<p>❖ <b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemas climáticos como por ejemplo la sequía sobre todo productos exportados en el área de alimentos.</li> <li>• Nuevos competidores que quieran financiar exportaciones.</li> <li>• Poco valor agregado en algunos productos.</li> <li>• Mayor exigencia de algunos mercados.</li> <li>• Enfermedades que pueden afectar algunos productos sobre todo en el área de alimentos.</li> </ul>	<p>❖ <b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tendencia mundial a la exportación.</li> <li>• Existencia de mercados inmaduros y emergentes.</li> <li>• Reconocimiento mundial de calidad en productos.</li> <li>• Apertura de nuevos mercados para exportación.</li> <li>• Existencia de los ACE y TLC que contribuyen en este caso a ofrecer mejores condiciones para los exportadores</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, autora Marina Silva.

## ❖ DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES REALIZADAS EN PROCHILE

Marina Silva desarrolló su práctica desde el 30 de mayo al 12 de julio de 2013 en ProChile, especialmente en el sector de Alimentos ya que la empresa se dedicaba al fomento de exportaciones en 3 sectores que son los principales exportadores del país: Alimentos, Industrias y Servicios siendo el primero el más destacado para su período allí. Esto principalmente porque el sector poseía más empresas (entre ellas había de frutos secos, gourmet, productos del mar, alimentos congelados entre otras) con esto se podía lograr un mayor aprendizaje en comparación a los otros rubros que poseían una menor cantidad de empresas. Entre las funciones se destacan:

- Trabajar en bases de datos con nóminas de exportadores nacionales, teniendo un contacto directo con ellos y entregándoles información de actividades promocionales que se realizaban.
- Ingreso de datos a bases institucionales como es el Sistema de Registro de Actividades (S.R.A.), allí se encuentran todos los datos de los productos nacionales exportados con las respectivas empresas y sus dueños, también se puede encontrar información en detalles de la cantidad exportada y los países a los cuales se exportó. Otro uso muy importante de esta base es que se registran cada una de las actividades realizadas por cada sectorialista, el cual es un encargado correspondiente al personal del organismo, que tiene a su cargo uno de los 4 sectores que trabaja ProChile (alimentos, industrias, servicios y

adquisición de nuevas empresas) trabajando en forma personal con el exportador del sector y entregándole información y ayuda en la respectiva exportación.

- La autora tuvo la oportunidad de hacer su práctica en el período en cual se realizaba el XVII Encuentro Empresarial 2013, allí se posibilitó el hecho de trabajar más a fondo las verdaderas actividades y apoyo que realizaba la institución. En este encuentro se le asignó contactar a los exportadores especialmente del sector Alimentos, ya se telefónicamente o por medio de mails, también debió organizar agendas para la Rueda de Negocios, así como ordenar carpetas de importadores, credenciales, y coordinación en cada día del evento. Fue un arduo trabajo de 3 días el cual se venía organizando con semanas de anticipación y donde la autora estuvo hasta la clausura.
- Posterior al encuentro la Directora Regional pidió realizar un Informe General del Encuentro según el punto de vista de la alumna en práctica, para esto se tomó dos semanas en el cual se debía investigar sobre Valparaíso y sus exportaciones, historia de los exportadores y mucha información del Encuentro Empresarial, incluida la información de prensa por ejemplo.
- Por otro lado también la autora debía generar reportes, especialmente del área de alimentos en donde desarrolló la gran mayoría de su práctica, especialmente con la ayuda de la sectorialista del respectivo sector Silvia Lillo Gerli
- En otras ocasiones los exportadores pedían por medio de mails información de las exportaciones de ciertos productos en los cuales se debía investigar en el S.R.A.

- También otro punto importante sobre todo previo al encuentro empresarial, fue ayudar a los exportadores que llamaban y querían inscribirse en el evento, guiándolos con información e inscribiéndolos telefónicamente.
- Por último, se debe mencionar que la autora recibía pequeñas labores de parte de los demás sectorialistas de los otros sectores que trabaja ProChile (servicios, industrias y adquisición de nuevas empresas) como búsqueda de datos por ejemplo con el fin de que ella conociera de las exportaciones de los otros sectores también.

## **TECNIGEN S.A.**

TECNIGEN S.A., se creó hace más de 60 años, los que han permitido abordar con optimismo nuevos desafíos y ofrecer las soluciones para ir adelante en un mercado altamente tecnificado y en constante evolución.

Ofrece soluciones de equipamiento, operación, gestión y control para satisfacer necesidades de diversos ámbitos en Medicina, Ciencia y Tecnología:

Ofrece servicios tales como:

- » Cirugía y pabellones quirúrgicos.
- » Laboratorios de diagnóstico clínico.
- » Bancos de sangre.
- » Logística de hospitales y clínicas.
- » Sistemas de bodegaje para productos críticos.
- » Laboratorios de investigación y desarrollo científico y tecnológico.
- » Laboratorios de enseñanza escolar y universitaria.
- » Desinfección y esterilización.
- » Unidades de Cuidados Intensivos.
- » Consultas dentales y médicas.

» Soluciones informáticas.

Son 120 personas con las más altas competencias profesionales y la mejor disposición para entregar un servicio eficaz y flexible. Acompañan a sus clientes antes, durante y después de entregarles una solución.

Entrega a sus clientes alta calidad y apoyo tecnológico para cuidar la salud de sus pacientes, mejorar la educación de sus alumnos, contribuir a la investigación científica y optimizar sus procesos de control de calidad, de logística y de almacenamiento.

Para Tecnigen S.A. es imperativo ser primeros en conocer los avances mundiales en áreas del conocimiento y quehacer humano que influyen en la actividad de la empresa. Por ello acceden a lo último en equipamiento, instrumentación y servicio, desarrollando asociaciones estratégicas con empresas líderes del mundo en este campo.<sup>4</sup>

## ❖ MISIÓN

Contribuimos en la mejora de los procesos de nuestros clientes, aportando soluciones de vanguardia tecnológica a las prestaciones de salud, investigación y desarrollo científico.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Según lo descrito por página de Tecnigen, <http://www.tecnigen.cl>

<sup>5</sup> Según lo descrito por página de Tecnigen, <http://www.tecnigen.cl>

## ❖ VISIÓN

Aspiramos a ser reconocidos por nuestra excelencia, los mejores profesionales entregando productos y servicios del más alto nivel tecnológico.

El compromiso con nuestros clientes surge de un equipo humano que entiende la importancia de dar soluciones integrales, privilegiando las relaciones de largo plazo.

Nuestra cultura organizacional permite el desarrollo personal de cada uno de nosotros, unidos en torno a objetivos comunes.

Asumimos con responsabilidad el desafío y la confianza que tanto nuestros empleados como nuestros accionistas han depositado en nosotros, entregándoles el legítimo retorno por el patrimonio puesto al servicio de la organización y de la comunidad.<sup>6</sup>

## ❖ OBJETIVOS

Satisfacción de nuestros clientes, estando siempre atentos a sus necesidades y sugerencias para mejorar el servicio.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Según lo descrito por página de Tecnigen, <http://www.tecnigen.cl>

<sup>7</sup> Según lo descrito por página de Tecnigen, <http://www.tecnigen.cl>

## ❖ ESPECIALIDADES

Tecnigen S.A. cuenta con 8 especialidades, las que serán descritas a continuación.

- Diagnóstica: División con gran experiencia en el ciclo de servicios del laboratorio. Brindamos soluciones globales para cualquier tipo de laboratorio clínico, dando asesoría y servicios altamente especializados. Con soluciones flexibles de acuerdo a la realidad nacional. Representamos compañías de primer nivel, con marcas internacionales de gran prestigio que nos permiten ofrecer tecnología de punta a nuestros clientes.
- Equipamiento médico: Proveer soluciones integrales y de última tecnología en las áreas de pabellón, cuidado crítico y urgencia, permitiendo satisfacer las necesidades del cuerpo médico tanto en la pre-venta, venta y post-venta, potenciando una relación de largo plazo.
- Proyectos logísticos: Desde hace más de seis años estamos trabajando para brindar soluciones de principio a fin a la cadena logística de insumos clínicos y medicamentos en el mercado hospitalario de Chile, mediante representaciones de marcas líderes en tecnología a nivel mundial, aportando valor, eficiencia y seguridad a la gestión en salud de nuestro país.
- Ciencia y tecnología: Nace para entregar soluciones a los requerimientos de nuestros clientes en cuanto a equipos y servicios que se ajusten a sus necesidades. Para ello establecemos relaciones de largo plazo con nuestros proveedores lo que nos da garantía de productos de alta calidad.

- Experimentar la alegría de la innovación y la aplicación de la tecnología para el beneficio de nuestros clientes, en conjunto a una oportuna atención y entrega, el compromiso de nuestra gente y la fortaleza de nuestra organización, serán primordiales para nuestro desarrollo.
- Test rápidos: Nace con el objetivo de proporcionar herramientas que permitan fortalecer el enfoque y cuidado hacia el paciente y hacia nuestros clientes, basadas en la confianza y respeto mutuo estableciendo relaciones a largo plazo. Seguridad, eficiencia, profesionalismo e innovación adquieren en nuestra Unidad especial relevancia para contribuir a la mejora de la práctica clínica, optimizar los resultados utilizando pruebas sencillas, precisas, rápidas y económicas que permitan asegurar la calidad analítica, capaces de orientar, confirmar o descartar patologías.
- Point Of Care (POC): Ofrece a sus clientes productos certificados de tecnología innovadora, únicos en Chile y con la seguridad de fabricantes reconocidos a nivel mundial. Nuestro equipo de profesionales otorga un servicio de post venta reconocido por más de siete décadas en nuestro país. Orientamos la relación con nuestros clientes a desarrollar y actualizar conocimientos mediante capacitación y educación permanentes, otorgando herramientas modernas que se adapten a las necesidades de cada uno.
- Informática médica: División dedicada al desarrollo de necesidades informáticas e interoperabilidad para el buen funcionamiento de laboratorios y centros de medicina transfusional, con sistemas que permiten el manejo y análisis de datos

de las muestras, control de calidad interno y externo, control de stock, terapia anticoagulante, todos ellos configurables, dando facilidad de ser compatible su comunicación con cualquier marca comercial de analizadores que existen en el mercado.<sup>8</sup>

❖ REPRESENTANTES DE TECNIGEN S.A. EN EL MUNDO

Tecnigen S.A., trabaja con muchas empresas a lo largo del mundo, las cuales proveen a la empresa con variados productos médicos.

La figura 4, muestra todas las empresas que proveen a Tecnigen S.A. con insumos médicos.

---

<sup>8</sup> Según lo descrito por página de Tecnigen, <http://www.tecnigen.cl>

**Figura 4: Representantes de Tecnigen S.A. en el mundo.**



Fuente: [http://www.tecnigen.cl/?page\\_id=222](http://www.tecnigen.cl/?page_id=222)

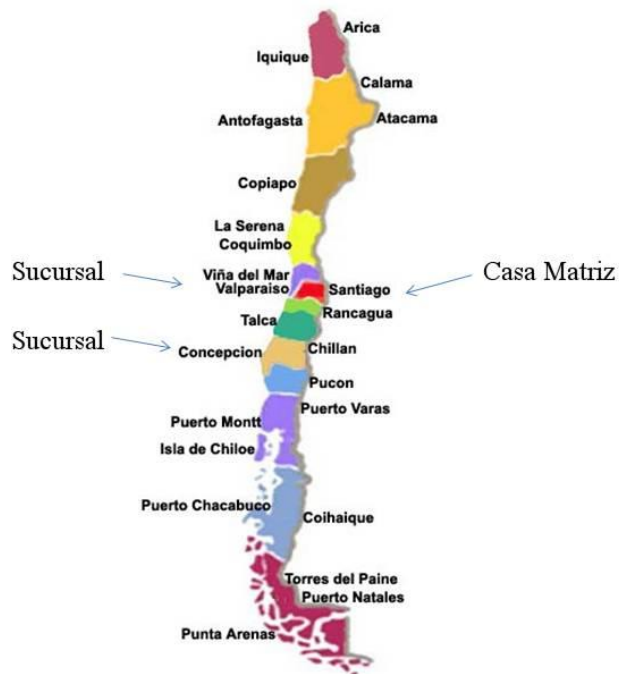
#### ❖ TECNIGEN S.A. EN REGIONES

Cuenta con 3 sucursales a lo largo de Chile, siendo la principal, la ubicada en Santiago.

- Casa Matriz: Avenida Zañartu 1060 Nuñoa Santiago, Chile
- Oficinas Regionales: Blanco 1663 OF. 1501, Valparaíso
- Luis Urrutia Manzano 330, Concepción

En la figura 5 se muestran las ciudades, en las que Tecnigen tiene sucursal.

**Figura 5: Oficinas regionales de TecnigenS.A. en nuestro país.**



Fuente: Elaboración propia, autora Gabriela Toro.

La estructura organizacional del área de importaciones de la empresa es la siguiente:

Head of Purchasing Department: Claudio Lobos B.

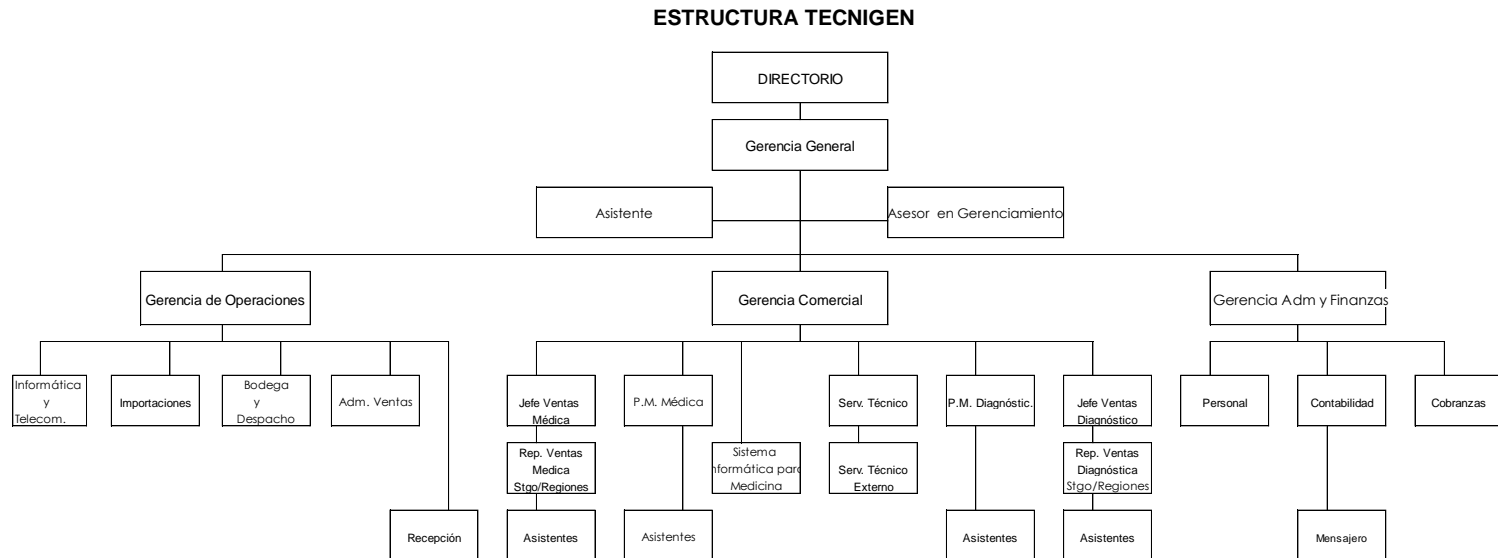
Foreign Trade Assistant: Simón Cerón H.

Foreign Trade Assistant: Verónica Escobar O.

❖ ORGANIGRAMA

Tecnigen S.A. presenta diversas áreas, a las que han debido incorporarse otras nuevas, que han surgido por las necesidades requeridas por la empresa. En la figura 6 se presenta el organigrama de la empresa.

**Figura 6: Organigrama de Tecnigen S.A.**



Fuente: Recabada por compañeros de trabajo.

❖ FODA TECNIGEN S.A.

A continuación la autora Gabriela Toro para mejor comprensión de la empresa realizará un análisis FODA, presentado en la tabla 3.

**Tabla 3: FODA Tecnigen S.A.**

<p>❖ <b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El personal está siempre dispuesto a ayudar a los empleados nuevos, para un mejor trabajo.</li> <li>• El clima laboral es el adecuado para un buen funcionamiento.</li> <li>• Al realizar negocios con empresas extranjeras, no se pierde el contacto con ellos, si no que se mantienen las relaciones para futuros negocios.</li> </ul>	<p>❖ <b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existen muchos residuos de documentos impresos, los cuales no se reciclan.</li> <li>• No todo el personal sabe hablar inglés, lo que es perjudicial, ya que la mayoría de los proveedores provienen del extranjero.</li> <li>• Poca relación entre ejecutivos de altos cargos y el resto de los trabajadores.</li> </ul>
<p>❖ <b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El clima afecta en gran medida, ya que al haber una tormenta se produce el cierre temporal de los aeropuertos afectados, lo que retrasa la llegada de los productos.</li> <li>• Nuevos competidores en el mercado actual.</li> <li>• Productos con mayor tecnología son lanzados al mercado día a día, por lo que se debe cambiar constantemente la línea de venta.</li> <li>• Cambios en los requisitos que exigen los mercados extranjeros.</li> </ul>	<p>❖ <b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora en la salud requiere de más implementos médicos.</li> <li>• Gran variedad de proveedores de insumos médicos.</li> <li>• Gran requerimiento por parte de universidades de productos para realizar clases.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, autora Gabriela Toro.

## ❖ DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES REALIZADAS EN TECNIGEN S.A.

La autora Gabriela Toro, desarrolló su práctica profesional del día 11 de Enero de 2013 al 25 de Febrero de 2013 en la empresa Tecnigen S.A. que se encuentra ubicada en Avenida Zañartu 1060, Ñuñoa Santiago, Chile; específicamente en el área de importaciones, la que se encarga del contacto con los proveedores extranjeros y nacionales, la negociación con ellos, y el cierre de contrato, para finalmente recibir los insumos médicos en la bodega de la misma empresa.

Por lo tanto, la autora realizó todos los trámites necesarios para llevar a cabo la importación de insumos médicos.

Las principales actividades que realizó Gabriela son las siguientes:

- Ingreso de facturas al sistema.
- Pago a proveedores extranjeros y nacionales.
- Ingreso de nuevos embarques al sistema.
- Realización de Certificado de Origen.
- Verificación de embarque según Purchaseorder (P.O).
- Solicitud de seguro para la orden requerida en ese momento.
- Confirmación de PO y de Orden de Compra (O.C.).
- Registro bancario.

## 1.2. RAZONES QUE IMPULSAN EL TEMA A DESARROLLAR

Las autoras han decidido relacionar la exportación de insumos médicos, debido a que en el país existe una carencia de empresas relacionadas con el área de instrumentos médicos. De acuerdo a lo citado por Carmen Gloria Cerda, jefe del departamento de Industrias de ProChile.

*<sup>9</sup>"El grupo de empresas chilenas que fabrica estos insumos y equipos está compuesto por alrededor de 30 empresas pymes emprendedoras, la mayoría de ellas únicas en su tipo, que fabrican y exportan productos con valor agregado para uso en hospitales y clínicas con un alto nivel tecnológico y certificadas por las normas de calidad ISO".*

Actualmente han aumentado las exportaciones de insumos médicos generando un alza para las empresas nacionales, con exportaciones que sobrepasan los 7 millones de dólares al año, según lo descrito en el artículo "El Auge de Chile como exportador de Insumos Médicos" publicado por El Mercurio el año 2012; lo cual crea la principal razón del tema escogido por las autoras, ya que si existe un auge en la exportación de insumos médicos, el número de empresas podría aumentar considerablemente, lo que ayudaría a Chile a posicionarse como un gran exportador de equipos médicos.

Las exportaciones chilenas sobreviven con productos como el vino, la fruta y el cobre, por lo que aprovechar la oportunidad en el mercado y ampliar la gama de productos

---

<sup>9</sup> El Mercurio S.A.P, El Auge de Chile como exportador de Insumos Médicos, <http://www.edicionesespeciales.elmercurio.com/hoy/detalle/index.asp?idnoticia=201209121094351&idcuervo=1072> , Miércoles 12 de Septiembre de 2012.

exportados, con productos no tradicionales y más elaborados, es otra de las razones del tema escogido por las autoras. Debido a esto en los últimos años, Chile ha enviado a mercados exigentes como Alemania y Estados Unidos, desde sillas de ruedas hasta guantes quirúrgicos.

## **CAPÍTULO 2: DESARROLLO DEL TEMA**

En el presente capítulo las autoras definirán los objetivos generales y los objetivos específicos del tema, los cuales formarán la estructura que sustentará al informe ampliado.

Luego se detallará el marco teórico, para finalmente desarrollar la investigación.

### **2.1. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS**

Es necesario que las autoras establezcan que pretende la investigación, para lo que se definirán sus objetivos, ya sea general o específicos.

#### **2.1.1. OBJETIVO GENERAL**

A continuación se redactará la finalidad genérica de la presente investigación.

- Analizar la posibilidad de aumentar la exportación de productos no tradicionales como insumos médicos, a través de organismos gubernamentales como ProChile.

### 2.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

En el siguiente informe las autoras tratarán principalmente de abarcar cada una de las aristas que pretenden investigar para poder llevar a cabo el tema a investigar.

- Investigar el mercado de los insumos médicos en Chile.
- Investigar la evolución de exportaciones de equipos e insumos médicos en el país.
- Identificar las pymes exportadoras de insumos médicos en Chile.
- Reconocer los principales países importadores de insumos médicos.
- Comparar a las empresas chilenas que exportan y las que importan insumos médicos.
- Investigar si Chile es un país viable para fomentar la exportación de equipos e insumos médicos.
- Analizar la posibilidad de expandir los mercados de exportación de equipos e insumos médicos desde Chile.

## 2.2. METODOLOGÍA

Para poder realizar la investigación se necesitará información Primaria y Secundaria:

- Entrevistas: A través de las entrevistas, lograremos conocer el estado actual del tema a investigar y la opinión que tienen las personas pertenecientes a empresas importadoras de insumos médicos, como Tecnigen S.A.
- Documentación: Con la documentación recaudada podremos obtener más información, la cual será de gran utilidad para el desarrollo de este informe.
- Comparaciones a nivel internacional: Éstas serán utilizadas solo a simple vista, para dar a conocer como en los países desarrollados se lleva a cabo este tema, teniendo ellos mejores capacidades tecnológicas.
- Publicaciones en revistas: Existen revistas online, las que contienen información respecto a la exportación de insumos médicos, por lo que serán utilizadas para informarnos, y poder llevar a cabo el informe ampliado.
- Información en páginas de Internet: Se utilizará la información de estas páginas para avalar nuestra información primaria y guiarnos de manera principal.
- Citas: Principalmente sacadas de Internet o de personas entrevistadas personalmente. Nos servirán para avalar nuestra información.

## **2.3. MARCO TEÓRICO**

El marco teórico tiene como finalidad definir los conceptos más importantes que serán utilizados en el presente informe con el propósito de facilitar la lectura y comprensión de este y de esa forma entregar información precisa.

### **2.3.1. Ampliación de Mercado**

La estrategia de desarrollo del mercado significa que los medios de la gama de comercialización de la empresa se orientan en su mayor parte a la creación de un nuevo mercado o a la ampliación del volumen del mercado ya existente. La idea principal de esta estrategia consiste en obtener una posición ventajosa respecto a la competencia durante la primera fase del desarrollo de un nuevo mercado.<sup>10</sup>

### **2.3.2. Análisis FODA**

La sigla FODA, es un acrónimo de Fortalezas (factores críticos positivos con los que se cuenta), Oportunidades, (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), Debilidades, (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y Amenazas, (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos).

---

<sup>10</sup><http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=6&sg=43>

También se puede encontrar en diferentes bibliografías en castellano como “Matriz de Análisis DAFO”, o bien “SWOT Matrix” en inglés. DAFO: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades SWOT Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo.<sup>11</sup>

### 2.3.3. Auge

Auge significa aumento, crecimiento. Apogeo lejos de la tierra; es decir, eminencia, altura.

*“Tal nación está en el apogeo de su poder, quiere decir que está en la cumbre de su grandeza y de su gloria.*

Tal cosa está en todo su auge, quiere decir que su fortuna no puede aumentar, que ha crecido cuanto podía crecer.

Después del apogeo viene el descender. Después del auge viene el menguar.<sup>12</sup>

Por otro lado, se hablará de auge económico cuando una economía se encuentre en aquella fase del ciclo económico en el cual las variables principales alcanzan el grado

---

<sup>11</sup><http://www.matrizfoda.com/>

<sup>12</sup><http://www.wikilengua.org/index.php/auge>

máximo de expansión porque se ha generado un mayor empleo de los factores de producción y también porque han mejorado las condiciones en los mercados.<sup>13</sup>

#### 2.3.4. Carencia

El término carencia se refiere a la falta o privación de algo. Se trata de un concepto que proviene de la lengua latina (*carentia*). El verbo carecer, del latín *carescere*, significa tener falta de algo.<sup>14</sup>

#### 2.3.5. Comercio Internacional

Se define como Comercio Internacional o mundial, al intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas.

Las economías que participan del comercio exterior se denominan *economías abiertas*. Este proceso de apertura externa se inició fundamentalmente en la segunda mitad del siglo XX, y de forma espectacular en la década de 1990, al incorporarse las economías latinoamericanas, de Europa del Este y el oriente asiático. Cada vez existe mayor

---

<sup>13</sup><http://www.definicionabc.com/general/auge.php>

<sup>14</sup><http://definicion.de/carencia/>

interrelación entre lo que ocurre en los mercados internacionales y lo que sucede en la economía de un país determinado.<sup>15</sup>

### 2.3.6. Especialización Mundial (Ventaja Comparativa)

El comercio internacional significa una fuente de aumento en el bienestar del país. En otras palabras es posible ir más allá de la frontera de posibilidades máximas de producción, permite la cooperación entre países y poder obtener con la misma cantidad de recursos y tecnología una canasta de consumo mayor. Se puede reasignar recursos de manera más eficiente, lo cual implica que los países tienden a la especialización. Se especializan en la producción de aquellos bienes que permiten mejorar la asignación de recursos con respecto a la situación cuando no había comercio internacional, esto implica que se incentive aún más el comercio, lo cual significa que se desarrolle la actividad económica más rentable (ya que se da la misma producción con menos recursos).

Conforme los países se especializan se da una división del trabajo en el país. Esta división internacional del trabajo implica a su vez que se profundice la especialización, y que se concentren los procesos productivos en fabricar ciertos bienes con el fin de intercambiarlos, y que es de ese modo todos los países tengan una mayor cantidad de

---

<sup>15</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio\\_internacional](http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_internacional)

bienes. Esta tendencia la podemos observar alrededor del mundo, ya que por ejemplo existen países desarrollados que producen bienes manufacturados o industriales, los cuales emplean relativamente poca mano de obra (son intensivos en el uso del capital), también podemos observar otras economías que tienen procesos productivos que son intensivos en el uso del trabajo, tal es el caso de las economías de América Latina.

Así entonces el comercio internacional, a través del aumento en las exportaciones e importaciones, genera un incremento en el nivel de producción el ingreso y de ese modo promueve el desarrollo económico, y en consecuencia el bienestar de la población.

El comercio internacional impulsa el desarrollo económico cuando el país reasigna recursos de manera más eficiente, es decir busca los procesos productivos que permiten producir los bienes a menor costo, y cuando los países producen a precios más bajos se dice que explotan sus ventajas comparativas.

La ventaja comparativa se da cuando se puede producir un bien ahora costo menor comparado con el resto del mundo. Si los países producen los bienes comenta comparativa entonces el mantenimiento de estas ventajas facilita un mayor desarrollo económico.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup><http://www.auladeeconomia.com/articulos2b.htm>

### 2.3.7. Estrategia

En la actualidad, toda empresa competitiva u organización, cualquiera que sea su naturaleza, basa su gestión y funcionamiento sobre un concepto que se considera fundamental: La Estrategia.

Estrategia para la guerra, para el deporte y, por supuesto, estrategia para la empresa en lo que se refiere a planificación, organización, gestión de sus recursos humanos y el marketing.

La estrategia es el objetivo de la actividad que realiza la dirección de la empresa, que debe perseguir que su organización funcione de manera eficiente, y la mejor manera de que esto ocurra es que no existan conflictos en la misma.

Es por esto que la cúpula de la empresa deberá planificar su estrategia en función de los objetivos que persiga, para lo que debe definir claramente lo que quiere conseguir, la forma de conseguir los objetivos fijados y un posterior sistema de control. Es lo que se denomina Formulación e Implantación de la estrategia, los cuales no se quedan sólo en el estudio previo sino que en la práctica se desarrollan al mismo tiempo.

Con la formulación de la estrategia, la dirección de la empresa define los objetivos que pretende alcanzar. Para ello parte de un análisis de su propia empresa así como del entorno que la rodea. Con la puesta en práctica del análisis anterior la empresa busca ser

competitiva en el mercado y pretende lograr una ventaja competitiva que le permita obtener beneficios superiores a la competencia.<sup>17</sup>

#### 2.3.8. Estrategia Diversificación de Mercado

*En un contexto de marketing corporativo, la diversificación es la estrategia de aumentar los beneficios mediante la venta de nuevos productos en nuevos mercados. Al igual que con todas las estrategias, tiene ventajas y desventajas y la administración puede utilizar estas ventajas y desventajas para diferentes fines.*

La diversificación en la comercialización corporativa puede dirigirse tanto para fines ofensivos como defensivos. En la ofensiva, puede ser utilizada para aumentar las ganancias de la corporación a través de la puesta en marcha de empresas en los mercados sin explotar. A la defensiva, puede ser utilizada para difundir los activos de la corporación a fin de protegerse contra la crisis en un mercado.

La mayor ventaja potencial de la diversificación es el aumento de los ingresos. La diversificación significa la venta de los productos de una empresa en un entorno nuevo que no haya tratado de aprovechar en ocasiones anteriores; una empresa exitosa ahí puede dar lugar a una corriente totalmente nueva de ingresos. Mejor aún, estas empresas

---

<sup>17</sup><http://www.aulafacil.com/estrategia/Lecc-2.htm>

no compiten con las participaciones más antiguas de la corporación y tienden a ofrecer mayores recompensas que los de las empresas preexistentes.

Una desventaja importante a la diversificación es el costo de la puesta en marcha de nuevos negocios en nuevos mercados. Es más difícil para las empresas asegurar los recursos para iniciar estas empresas debido a que el elemento de riesgo es más alto. Por otra parte, no hay garantía de que la nueva empresa comenzará a producir en un futuro próximo y una corporación puede tener que soportar una pérdida por períodos consecutivos antes de que alcance la penetración de mercado suficiente como para empezar a lograr un beneficio. Dependiendo de cuándo y cuánto beneficio, las nuevas empresas puede que no valgan la inversión.

Otra desventaja importante a la diversificación es que es la más riesgosa de todas las posibles estrategias de marketing. Dado que la empresa está vendiendo nuevos productos en nuevos mercados, no tiene ni los conocimientos necesarios para producir y comercializar los productos, ni la experiencia para vender en esos mercados. Como tal, tendrá que gastar el dinero para adquirir cualquiera de los conocimientos o la información para hacer ambas cosas, y existe la posibilidad de que su gestión ya existente no sea capaz de hacerlo con eficacia, lo que podría convertir un proyecto potencialmente rentable en un recurso que se hunde sin retorno.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup>[http://www.ehowenespanol.com/ventajas-desventajas-estrategia-diversificacion-empresarial-info\\_109760/](http://www.ehowenespanol.com/ventajas-desventajas-estrategia-diversificacion-empresarial-info_109760/)

### 2.3.9. Estrategia Producto-Mercado

Las estrategias que se adopten para lograr los objetivos (considerando fortalezas y debilidades internas y oportunidades y amenazas externas), pueden ser clasificadas en dos grandes categorías: las que mantienen su campo de acción en el mercado actual y las que se diseñaran para entrar en nuevos mercados, en otras palabras mismos productos y mercados, pero mejor, o nuevos mercados y o productos.

Igor Ansoff presentó en 1957 la primera matriz de análisis estratégico, que muestra gráficamente las opciones que tienen empresa en ese sentido. Cabe anotar que esta matriz continúa usándose en la actualidad.

Típicamente se puede lograr mejorando el esfuerzo de mercadeo y aprovechando las debilidades de la competencia.

**Tabla 4: Mercado v/s Estrategia.**

	Productos actuales	Nuevos productos
Mercados existentes	Penetración del mercado	Desarrollo del producto
Nuevos mercados	Desarrollo del mercado	Diversificación

- Desarrollo del producto: Es decir nuevos productos para los mercados existentes con el fin de satisfacer los deseos cambiantes de los clientes, aprovechar una nueva tecnología, enfrentar nuevas ofertas de la competencia, etc.

- Desarrollo del mercado: La empresa intenta adaptar sus productos actuales para que cumplan nuevas finalidades. Esto puede hacerse con la identificación de aplicaciones nuevas, nuevos usuarios, otros mercados geográficos, o canales de distribución diferentes.
- Diversificación: Esto es ofrecer nuevos productos en mercados nuevos. Ello significa distinguir con respecto a la presente línea de productos y actual estructura demercado.

Como señala Rafael Vinader “Una estrategia producto-mercado no es para Ansoff otra cosa que una clara especificación de la línea de productos junto con las necesidades que cada producto satisface”. En cualquier momento que se le analice una empresa está actuando consciente o inconsciente.

Guiltinan y Paul también consideran que las estrategias se pueden clasificar en dos categorías amplias, según se continúe en el mercado actual o se busquen otros nuevos.<sup>19</sup>

### 2.3.10. Exportación

En economía, una exportación es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo con propósitos comerciales. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o

---

<sup>19</sup><http://www.slideshare.net/rojs/estrategias-para-colocacin-de-productos-y-servicios-en-el-mercado>

servicios desde un TERRITORIO ADUANERO hacia OTRO TERRITORIO ADUANERO. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un Estado o bloque económico. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. La complejidad de las diversas legislaciones y las condiciones especiales de estas operaciones pueden presentarse, además, se pueden dar toda una serie de fenómenos fiscales.<sup>20</sup>

#### 2.3.11. Importación

En economía, la importación es el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país, pretendidos para el uso o consumo interno de otro país. Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales. Las importaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas.<sup>21</sup>

#### 2.3.12. Insumos Médicos

Los productos considerados necesarios para el tratamiento de una enfermedad o lesión.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/Exportaci%C3%B3n>

<sup>21</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/Importaci%C3%B3n>

<sup>22</sup><http://www.businessdictionary.com/definition/medical-supplies.html>

El sector insumos y equipamiento médico incluye todos los artículos (equipamientos, aparatos, materiales y sistemas de uso o aplicación médica, odontológica o de laboratorio) destinados a la prevención, diagnóstico, tratamiento, rehabilitación o anticoncepción y que no utilizan medios farmacológicos, inmunológicos o metabólicos para realizar su función principal en seres humanos, pudiendo, entretanto, ser auxiliados en su función por tales medios<sup>23</sup>

### 2.3.13. Línea de Productos

Una línea de productos es un grupo de productos relacionados entre sí que se ofrecen a la venta. Al contrario que la agrupación de productos en la que varios productos se combinan en uno, la creación de líneas de productos implica el ofrecer varios productos relacionados entre sí pero de forma individual. Una línea puede comprender productos de varios tamaños, tipos, colores, cantidades o precios.

- La *profundidad* de la línea se refiere al número de variaciones de producto que contiene.
- La *consistencia* de una línea se refiere a lo estrechamente relacionados que están los productos que componen la línea entre sí.

---

<sup>23</sup>[http://www.cep.gov.ar/descargas\\_new/panorama\\_sector\\_industria/estudios\\_del\\_sec\\_ind/2008/insumos\\_y\\_equipamiento\\_medico.pdf](http://www.cep.gov.ar/descargas_new/panorama_sector_industria/estudios_del_sec_ind/2008/insumos_y_equipamiento_medico.pdf)

- La *vulnerabilidad* de la línea se refiere al porcentaje de ventas o beneficios que se derivan de tan sólo unos cuantos productos en la misma.

El número de líneas diferentes que una compañía pone a la venta se conoce como amplitud del mix de producto. El número total de productos vendidos en todas las líneas se conoce como longitud del mix de producto. Si una línea de productos se vende con la misma marca, a ésta se le conoce como marca de familia. Cuando se añade un producto a una línea, se dice que ha habido una extensión de la misma. Cuando añades una extensión de línea de mejor calidad que los productos actuales, se dice que ha habido un apalancamiento de marca. Cuando la extensión de línea es de menor calidad que los otros productos, ha habido un empobrecimiento de la marca. Estás ganando ventas a corto plazo a costa de las ventas a largo plazo.

La fijación de precios de línea consiste en la determinación de una banda limitada de precios para todos los productos de la misma. Esta es una tradición que se remonta a las primeras tiendas de todo a 100 (*five and dime*) en las que todo costaba 5 ó 10 centavos. Su principal ventaja consiste en hacer más fácil la administración del negocio pero la desventaja es su inflexibilidad sobre todo en tiempos de alta inflación o precios inestables.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/L%C3%ADnea\\_de\\_productos](http://es.wikipedia.org/wiki/L%C3%ADnea_de_productos)

#### 2.3.14. Marketing

Tiene diversas definiciones. Según Philip Kotler (considerado por algunos padre de la mercadotecnia moderna). Es el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios. También se le ha definido como una filosofía de la dirección que sostiene que la clave para alcanzar los objetivos de la organización reside en identificar las necesidades y deseos del mercado objetivo y adaptarse para ofrecer las satisfacciones deseadas por el mercado de forma más eficiente que la competencia.

La mercadotecnia es también un proceso que comprende la identificación de necesidades y deseos del mercado objetivo, la formulación de objetivos orientados al consumidor, la construcción de estrategias que creen un valor superior, la implantación de relaciones con el consumidor y la retención del valor del consumidor para alcanzar beneficios.

En español se traduce como *mercadotecnia* o *mercadología*; a veces *mercadeo*, según el contexto. Algunos le llaman *mercática*, aunque otros autores también lo traducen como *estrategia comercial* o como *promoción y propaganda*. El profesional dedicado a la *mercadotecnia* se llama *mercadólogo*.

Por otra parte, la palabra *marketing* está reconocida por el DRAE, la RAE recomienda usar con preferencia la voz española *mercadotecnia*. La adaptación gráfica de *marketing* propuesta por la RAE es *márquetin*.<sup>25</sup>

#### 2.3.15. Ministerio de Relaciones Exteriores

El Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile es el Ministerio de Estado encargado de la planificación, dirección, coordinación, ejecución, control e información de la política exterior que formula el Presidente de la República.

El actual Ministro de Relaciones Exteriores o Canciller es Alfredo Moreno Charme.<sup>26</sup>

#### 2.3.16. Normas de Calidad ISO

Las normas ISO 9000 son normas de "calidad" establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) que se componen de estándares y guías relacionados con sistemas de gestión, aplicables en cualquier tipo de organización y de herramientas específicas como los métodos de auditoría (el proceso de verificar que los sistemas de gestión cumplen con el estándar).

---

<sup>25</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/Mercadotecnia>

<sup>26</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Ministerio\\_de\\_Relaciones\\_Exteriores\\_de\\_Chile](http://es.wikipedia.org/wiki/Ministerio_de_Relaciones_Exteriores_de_Chile)

Su implantación en las empresas, aunque supone una cierta dedicación, ofrece una gran cantidad de ventajas.

Los principales beneficios son:

- Reducción de rechazos e incidencias en la producción o prestación del servicio
- Aumento de la productividad
- Mayor compromiso con los requisitos del cliente
- Mejora continua
- Más fácil acceso a grandes clientes y administraciones públicas
- Mayor y mejor acceso a los mercados internacionales<sup>27</sup>

### 2.3.17. Normas de Origen

Las normas de origen son los criterios necesarios para determinar la procedencia nacional de un producto. Su importancia se explica porque los derechos y las restricciones aplicados a la importación pueden variar según el origen de los productos importados. Las prácticas de los gobiernos en materia de normas de origen pueden variar considerablemente. Si bien se reconoce universalmente el criterio de la transformación sustancial, algunos gobiernos aplican el criterio de la clasificación arancelaria, otros, el criterio del porcentaje ad valorem, y otros, incluso, el criterio de la operación de

---

<sup>27</sup>[http://www.qualityteam-consulting.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=48&Itemid=58](http://www.qualityteam-consulting.com/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=58)

fabricación o elaboración. En un mundo en proceso de globalización es más importante aún lograr un cierto grado de armonización entre las prácticas adoptadas por los Miembros para aplicar tal prescripción.

Las normas de origen se utilizan en los siguientes casos:

- Al aplicar medidas e instrumentos de política comercial tales como los derechos antidumping y las medidas de salvaguardia.
- Al determinar si se dispensará a los productos importados el trato de la nación más favorecida (NMF) o un trato preferencial.
- A efectos de la elaboración de estadísticas sobre el comercio.
- Al aplicar las prescripciones en materia de etiquetado y marcado.
- En la contratación pública.<sup>28</sup>

#### 2.3.18. Organismo Gubernamental

Un organismo gubernamental, es una institución estatal cuya administración está a cargo del gobierno de turno. Su finalidad es brindar un servicio público que resulta necesario para la ciudadanía.

---

<sup>28</sup>[http://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/roi\\_s/roi\\_info\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/tratop_s/roi_s/roi_info_s.htm)

Por lo general, los servicios brindados por los organismos gubernamentales son gratuitos y se solventan a través de los impuestos y de otros ingresos que percibe el Estado. El Presupuesto Nacional se encarga de determinar cuántos fondos recibe cada organismo gubernamental. En algunos casos, los organismos gubernamentales también generan sus propios fondos o parte de ellos.

Las características de los organismos gubernamentales pueden ser muy variadas según su ámbito de acción y el país en el que se encuentran. Hay organismos orientados a cuestiones económicas, sanitarias, administrativas, etc.<sup>29</sup>

#### 2.3.19. Productos No Tradicionales

En el curso de los últimos tres decenios, varios países de América Latina han desarrollado las exportaciones de productos básicos no tradicionales, término que usan tanto los investigadores como los medios de comunicación. Sin embargo, las definiciones de este concepto difieren muchísimo entre países y también entre expertos ya que unas se basan en enfoques prácticos, mientras que otras abogan por ciertos criterios lógicos.

Producto no tradicional es aquel que resulta de usar la materia prima sometiéndola a un proceso el cual requirió mucha energía para transformarla en un producto derivado

---

<sup>29</sup><http://definicion.de/organismo-gubernamental/>

con un alto valor agregado. El producto usa el término "no tradicional" debido a que no solo incluye lo agrícola, sino también otros rubros como la tecnología.

Ocasionalmente, en las exportaciones de los países aparecen productos nuevos de comportamiento muy dinámico, o bien las ventas externas de algún producto exportable crecen a altas tasas, cambia su importancia en la economía respectiva, e incluso se modifica la estructura de exportaciones del país. Esas ventas externas han sido denominadas "exportaciones no tradicionales" y, en varias economías de la región, han desempeñado y siguen desempeñando un papel muy importante como fuentes de divisas y de trabajo. Sin embargo, existen varias interpretaciones del concepto mismo de exportación no tradicional, las cuales, a veces, no son comparables.

Las definiciones examinadas presentan un fenómeno común y usual: no se especifica el plazo en que estas exportaciones dejan de ser no tradicionales y se convierten en tradicionales. Asimismo, durante los últimos dos decenios nunca se ha anunciado que algún producto de exportación pasara de no tradicional a tradicional.

Desde otro punto de vista los productos no tradicionales son aquellos que no son producidos en el país.<sup>30</sup>

### 2.3.20. Pymes

#### La Pequeña y Mediana Empresa

---

<sup>30</sup><http://www.monografias.com/trabajos82/mango-como-producto-no-tradicional/mango-como-producto-no-tradicional.shtml#conceptoda>

Es una empresa con características distintivas, y tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o regiones. Las pymes son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos. Usualmente se ha visto también el término Mi Pyme (acrónimo de "micro, pequeña y mediana empresa"), que es una expansión del término original, en donde se incluye a la microempresa.

Las pequeñas y medianas empresas son entidades independientes, con una alta predominancia en el mercado de comercio, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias y por las limitaciones que impone la legislación en cuanto al volumen de negocio y de personal, los cuales si son superados convierten, por ley, a una microempresa en una pequeña empresa, o una mediana empresa se convierte automáticamente en una gran empresa. Por todo ello una pyme nunca podrá superar ciertas ventas anuales o una cantidad de personal.<sup>31</sup>

### 2.3.21. Sustentabilidad

La sustentabilidad (o sostenibilidad) es un término que se puede utilizar en diferentes contextos, pero en general se refiere a la *calidad de poderse mantener por sí mismo, sin ayuda exterior y sin agotar los recursos disponibles*. En la ecología, la sustentabilidad describe a los sistemas ecológicos o biológicos (como bosques, por ejemplo) que

---

<sup>31</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Peque%C3%B1a\\_y\\_mediana\\_empresa](http://es.wikipedia.org/wiki/Peque%C3%B1a_y_mediana_empresa)

mantienen su diversidad y productividad con el transcurso del tiempo. En el contexto económico y social, la sustentabilidad se define como la habilidad de las actuales generaciones para satisfacer sus necesidades sin perjudicar a las futuras generaciones.

El desarrollo sustentable se utiliza en dos contextos diferentes: La primera es una combinación de la sustentabilidad ecológica y socio económica y consiste en mantener un equilibrio entre la necesidad del ser humano a mejorar su situación física y emocional, y la conservación de los recursos naturales y ecosistemas que sustentarán la vida de la futura generación.

El desarrollo sustentable también se utiliza para describir proyectos de desarrollo en comunidades que carecen de infraestructura, y se refiere a que, después de un tiempo introductorio de apoyo externo, la comunidad debe seguir mejorando su propia calidad de vida de manera independiente aunque el apoyo inicial ya se haya acabado.<sup>32</sup>

### 2.3.22. Tratado de Libre Comercio

Un Tratado de Libre Comercio (TLC) consiste en un acuerdo comercial regional o bilateral para ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes. Básicamente, consiste en la eliminación o rebaja sustancial de los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios. Este acuerdo se rige por las

---

<sup>32</sup><http://vidaverde.about.com/od/Vida-Verde101/g/Que-Significa-Sustentabilidad.htm>

reglas de la Organización Mundial del Comercio (OMC) o por mutuo acuerdo entre los países.

Un TLC no necesariamente conlleva una integración económica, social y política regional, como es el caso de la Unión Europea, la Comunidad Andina, el Mercosur y la Comunidad Sudamericana de Naciones. Si bien estos se crearon para fomentar el intercambio comercial, también incluyeron cláusulas de política fiscal y presupuestario, así como el movimiento de personas y organismos políticos comunes, elementos ausentes en un TLC.

Históricamente el primer TLC fue el Tratado franco-británico de libre comercio (o Tratado de Cobden-Chevalier) firmado en 1860 y que introduce también la cláusula de nación más favorecida.<sup>33</sup>

### 2.3.23. Valor Agregado

Es el valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo. El valor agregado o producto interno bruto es el valor creado durante el proceso productivo. Es una medida libre de duplicaciones y se obtiene deduciendo de la producción bruta el valor de los bienes y servicios utilizados como insumos intermedios. También puede calcularse por la suma de los pagos a los factores

---

<sup>33</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Tratado\\_de\\_libre\\_comercio](http://es.wikipedia.org/wiki/Tratado_de_libre_comercio)

de la producción, es decir la remuneración de asalariados, el consumo de capital fijo, el excedente de operación y los impuestos a la producción netos de los subsidios correspondientes.<sup>34</sup>

#### 2.3.24. Viabilidad

Viabilidad es la cualidad de viable (que tiene probabilidades de llevarse a cabo o de concretarse gracias a sus circunstancias o características). Se conoce como análisis de viabilidad al estudio que intenta predecir el eventual éxito o fracaso de un proyecto. Para lograr esto parte de datos empíricos (que pueden ser contrastados) a los que accede a través de diversos tipos de investigaciones (encuestas, estadísticas, etc.).<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup><http://www.hacienda.cl/glosario/valor-agregado.html>

<sup>35</sup><http://definicion.de/viabilidad/>

## **2.4. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN**

En el presente capítulo las autoras abordarán el tema principal de este informe partiendo por descubrir en qué consiste el mercado de la industria médica en Chile.

### **2.4.1. MERCADO DE LOS INSUMOS MÉDICOS EN CHILE**

Hoy en día, la industria médica en Chile, se ve enfrentada a diversos desafíos en el orden ético, debido a las nuevas tecnologías, a los nuevos descubrimientos científicos y a todos los cambios que experimenta día a día la sociedad.

Unos de los grandes desafíos que debe enfrentar un doctor a la hora de tomar una decisión médica y apartarla de su fin primario que es considerar, antes que nada, el bien del paciente, son los conflictos de intereses, ya que estos pueden influir considerablemente a la hora de tomar la decisión final.

Los conflictos de intereses relacionados con la industria farmacéutica, son aquellos que se presentan con mayor frecuencia en la actualidad y que provocan inquietud y notoriedad pública.

Los médicos en diversas ocasiones colocan en un segundo plano las necesidades del paciente, debido a que la industria farmacéutica al buscar optimizar la venta de sus productos, realiza promociones de estos de tal manera que influye en la toma de decisión del médico sesgando su juicio personal.

El Departamento de Ética del Colegio Médico realizó una encuesta entre sus dirigentes nacionales y regionales, con el fin de evaluar la percepción que tienen los médicos respecto a estos conflictos de intereses.

Las respuestas obtenidas en la encuesta realizada concluyeron en lo siguiente:

- 1.- Se percibe la existencia de conflictos de intereses en la práctica profesional.
- 2.- Hay acciones que realizan las empresas farmacéuticas, por iniciativa propia o a petición de los médicos, que se perciben como atentatorias a la independencia que requiere un médico para un buen actuar profesional.
- 3.- Las medidas para enfrentar este problema deben encaminarse en una línea educativa y normativa.
- 4.- Los conflictos de intereses deben hacerse explícitos.
- 5.- No se considera aceptable que los médicos reciban aportes de valor significativo de parte de la industria farmacéutica.<sup>36</sup>

El interés primario de la profesión médica es buscar el mayor bien para su paciente, sin embargo, de forma paulatina, el desarrollo de la industria farmacéutica y de las empresas que fabrican tecnología biomédica han llevado a los médicos a que se alejen de tal interés.

---

<sup>36</sup>[http://www.colegiomedico.cl/Portals/0/files/etica/art\\_interes/conflictos\\_de\\_intereses\\_en\\_la\\_practica\\_medica.pdf](http://www.colegiomedico.cl/Portals/0/files/etica/art_interes/conflictos_de_intereses_en_la_practica_medica.pdf)

En consecuencia, a medida que son requeridos y vendidos estos productos al público, se van desarrollando las industrias y empresas médicas, respondiendo así a la rentabilidad requerida por sus accionistas. En efecto, los médicos son los intermediarios activos entre la industria y el público consumidor.

El Departamento de Ética del Consejo General del Colegio Médico cree que para privilegiar el mejor bien para el paciente se debe establecer una justa relación entre los médicos y la industria, de esta manera se integrarán los intereses de los profesionales y de las empresas siendo todos favorecidos.

Por otro lado las autoras consideran necesario abarcar el tema del Sistema de Salud en Chile, para comprender de mejor manera el tema principal de esta investigación.

El Sistema de Salud Chileno se divide en dos partícipes: el sector Público y el Privado. El sector público cubre el 76,2% de la población chilena mientras que el sector privado representa el 16,9%.

El porcentaje de la salud pública ha aumentado en los últimos 10 años (65.5% en el año 2000), mientras que el sistema privado se ha reducido en el tema de las Instituciones de Salud Previsional más conocidas como Isapres (20% en 2000).

El sistema privado (Isapres creadas en 1981) generó un aumento de la actividad médica privada y un auge en la inversión de las clínicas, centros médicos y laboratorios. Por el lado del sector público existe el Fondo Nacional de Salud (FONASA) que cubre a más

de 13 millones de asegurados sin exclusiones, esto bonifica total o parcialmente la prestación de salud.

Existen muchas polémicas actualmente frente al Sistema de Salud Chileno, esto principalmente porque la población alega que no se invierten los fondos necesarios y por lo mismo existe una gran escasez de recursos en el sistema. Debido a este problema el Gobierno de Chile ha promovido un Programa de Infraestructura Hospitalario para los años 2010-2014, este contempla muchas concesiones hospitalarias que necesitarán enormemente de equipamiento médico.

La demanda en Chile de equipos médicos se divide en dos partes: la pública canalizada por el CENABAST (Central de Abastecimiento para el Sistema Público de Salud) cuya principal factor es el precio; por otro lado se encuentra el sector privado compuesto por las ISAPRES, otras clínicas y hospitales privados que aparte del factor precio tiene en cuenta el factor servicios de mantenimiento y postventa, por lo que se dan licencia de pagar un precio más alto al proveedor.

La balanza comercial en cuanto a equipamiento médico presenta un déficit en el área de las exportaciones, esto ocurre porque el sector depende considerablemente del comercio internacional

La casi inexistente oferta comercial de tecnología hospitalaria se contrasta con la fuerte influencia de empresas multinacionales de todo el mundo quienes inclinan la balanza comercial hacia el lado de las importaciones chilenas. Estados Unidos lidera con marcas prestigiosas como General Electric o 3M, seguidas por las japonesas como Toshiba y las europeas como SIEMENS o Philips, existe una gran competencia entre estas empresas

extranjeras y sus equipos médicos. Los proveedores de equipamiento médico en Chile usan la venta personal llamada “group manager”, con esta técnica se aproximan a nuevos clientes y mantienen a los existentes realizando visitas a establecimientos de salud, además participan en ferias del sector y congresos médicos donde muestran y realizan ventas de los equipos principalmente porque estos eventos representan un punto de encuentro entre la oferta y la demanda.

Como resumen se puede decir que es un mercado marcado principalmente por empresas extranjeras de prestigio, por lo que la competencia es feroz y el factor precio es el clave para tomar las decisiones.

El sector Público es el principal demandante de equipamiento médico durante este periodo debido a que tiene programado un plan de concesiones en la creación de 9 hospitales de aquí al año 2014.<sup>37</sup>

#### ❖ MARCAS PRESENTES EN EL MERCADO CHILENO

A continuación, en la tabla número 5, se muestra las marcas extranjeras que se encuentran presentes en el mercado chileno según el tipo de equipo. Esto coincide con lo dicho en la sección anterior ya que podemos notar la presencia de marcas como 3M, Philips y Siemens.

---

<sup>37</sup><http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4630797>

**Tabla 5: Marcas más importantes presentes en el mercado chileno por tipo de equipo.**

<b>Electrocardiógrafos</b>	3M	GE	NIHON KOHDEN	CONMED
<b>Aparatos de diagnóstico ultrasónico</b>	SONOSITE	MINDRAY	ALOKA	ESAOTE
<b>Aparatos de diagnóstico por resonancia magnética.</b>	SIEMENS	PHILIPS	GE	
<b>Incubadoras</b>	GE	DRÄGER	DATEX OHMEDA	
<b>Desfibriladores</b>	NIHON	PHILIPS	ZOLL	MEDTRONIC
<b>Monitores cardíacos</b>	CRITICARE	WELLCHALYN	COSMED	HEALFORCE
<b>Aparatos de anestesia</b>	DATEX OHMEDA	MINDRAY	DRÄGER	FRESENIUS
<b>Aparatos de diálisis</b>	FRESENIUS	BAXTER	NIPRO	
<b>Nebulizadores</b>	PHILIPS	DRÄGER	MEDTRONIC	
<b>Aparatos aerosolterapia</b>	PHILIPS	DRÄGER	MEDTRONIC	
<b>Estimuladores cardíacos</b>	BIOTRONIK	MEDTRONIC	ST. JUDE MEDICAL	BOSTON SCIENTIFIC
<b>Aparatos tomografía</b>	TOSHIBA	PHILIPS	SIEMENS	GE
<b>Aparatos rayos X</b>	TOSHIBA	SIEMENS	PHILIPS	GE
<b>Tubos rayos X</b>	TOSHIBA	SIEMENS	PHILIPS	ALOKA

Fuente:

<http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4630797>

2.4.2. EMPRESAS CHILENAS QUE EXPORTAN INSUMOS MÉDICOS VERSUS  
EMPRESAS CHILENAS QUE IMPORTAN INSUMOS MÉDICOS

A continuación se presentan las empresas importadoras y exportadoras de equipos e insumos médicos en Chile.

**Tabla 6: Empresas importadoras y exportadoras de insumos médicos en Chile.**

IMPORTADORAS	EXPORTADORAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3M CHILE S.A.</li> <li>• AIR LIQUIDE CHILE, S.A.</li> <li>• ALLMEDICA, S.A.</li> <li>• ALTA TECNOLOGÍA MÉDICA, S.A.</li> <li>• ANDOVER ALIANZA MÉDICA, S.A.</li> <li>• B.BRAUN MEDICAL S.A.</li> <li>• BIOMET CHILE, S.A.</li> <li>• BORZUTZKY FRIDMAN S.A.</li> <li>• CENCOMEX S.A.</li> <li>• CIENTEC INSTRUMENTOS CIENTIFICOS S.A.</li> <li>• COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS MÉDICOS BIOSCIENCE CHILE LTDA.</li> <li>• COMERCIAL KENDALL CHILE, LTDA.</li> <li>• DIPROMED S.A.</li> <li>• DISTRIBUIDORA MEDICSA,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BIOCLIN S.A.</li> <li>• BLUNDING S.A.</li> <li>• COMERCIAL A Y B S.A.</li> <li>• COMERCIALIZADORA DE TECNOLOGÍAS MÉDICAS GLOBAL MED</li> <li>• DIFEM PHARMA S.A.</li> <li>• GRUPOBIOS S.A.</li> <li>• INMED LTDA.</li> <li>• OPPICI S.A.</li> <li>• VALTEK DIAGNOSTICS</li> <li>• VESTCLIN S.A.</li> <li>• MAREA ALTA CHILE LTDA.</li> <li>• BIOSANO</li> <li>• PMGPHARMA S.A.</li> <li>• BARRON VYEIRA S.A.</li> </ul>

<p>LTDA.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• DRAGER MEDICAL CHILE, LTDA.</li> <li>• DROGUERIA HOFMANN S.A.C.</li> <li>• EQUIMED ELECTRÓNICA LTDA.</li> <li>• HEMISFERIO SUR S.A.</li> <li>• HOSER INGENIERÍA</li> <li>• HOSPITALIA PRODUCTOS MÉDICOS LTDA.</li> <li>• INDURA S.A.</li> <li>• INDUSTRIAL Y COMERCIAL BAXTER DE CHILE LTDA.</li> <li>• INTERNATIONAL CLINICS S.A.</li> <li>• IVENS S.A.</li> <li>• JOHNSON &amp; JOHNSON MEDICAL CHILE (J&amp;J MEDICAL CHILE)</li> <li>• LABORATORIOS FASA S.A.</li> <li>• M. KAPLAN Y CIA LTDA.</li> <li>• MEDCOME EQUIPOS MÉDICOS LTDA.</li> <li>• MEDIPLEX S.A.</li> <li>• MEDITEC S.A.</li> <li>• PENTAFARMA S.A.</li> <li>• P.V. EQUIP (PINOCHET VIZCAYA EQUIPOS LTDA.)</li> <li>• PROMEDON CHILE S.A.</li> <li>• REICH S.A. DE COMERCIO EXTERIOR</li> <li>• SALYMED LTDA.</li> <li>• SOCIEDAD COMERCIAL</li> </ul>	
--	--

BIOSCOM CHILE, LTDA. <ul style="list-style-type: none"> <li>• SOCIEDAD COMERCIAL MCI LTDA.</li> <li>• SURMEDICAL S.A.</li> <li>• TÉCNICA DIVISIÓN MÉDICA LTDA (TDM)</li> <li>• TECNIGEN S.A.</li> <li>• TECNOIMAGEN LTDA.</li> </ul>	
---	--

Fuente: Elaboración propia autora Marina Silva y Gabriela Toro.

Como se puede apreciar, son muchas más las empresas importadoras de insumos médicos que las empresas exportadoras, debido a que es un ámbito de las exportaciones que recién se está tomando en cuenta en Chile.

Los insumos médicos y sus exportaciones, son un tema muy nuevo en Chile, ya que hace aproximadamente 20 años se comenzó a fabricar de estos productos, siendo el principal destino Chile, esto quiere decir, que en un comienzo sus ventas eran a nivel nacional, y luego de un tiempo se expandieron y comenzaron a vender a otros países de Latinoamérica, quienes son sus principales mercados a la hora de exportar.

Es importante mencionar que las empresas que se dedican a la exportación de insumos médicos, deben manufacturar al menos un 80% del producto en Chile, para que ProChile los ayude; también, otro requisito es que no reexporten, esto quiere decir, que no importen un producto y luego lo exporten a otro destino.

Sin embargo, en el caso de las empresas importadoras de insumos médicos, no hay registro de si ellas importan los productos y luego los exportan a otro país, debido a que ProChile no ayuda a este tipo de empresas.

Otro tema importante, es que a las empresas exportadoras de insumos médicos, ProChile no les exige que tengan un capital específico, si no que se preocupan principalmente de la calidad, y que tengan o estén en proceso de obtener las certificaciones ISO. Sin embargo si la empresa exportadora no cuenta ni contará en un corto periodo de tiempo con estas certificaciones, simplemente exigirá que tengan las normas de calidad chilena (NCh).

Por otro lado, las empresas importadoras deben contar con un capital mínimo para poder importar los productos desde su respectivo país de origen, ya que de otra manera, no podrían realizar la compra.

Por lo tanto, las autoras piensan que las empresas exportadoras necesitan un mayor nivel de conocimientos, ya sea del producto o del servicio, para poder ingresar a otros países, frente a las exigencias que se requieren para importar un producto, debido a que la empresa importadora, trae lo que el cliente necesita, en cambio, los productos de la empresa exportadora, deben tener un valor agregado, para lograr posicionarse como un buen competidor frente a otros países y otras marcas de renombre.

### 2.4.3. SITUACIÓN COMERCIAL EN CHILE: ANÁLISIS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE INSUMOS MÉDICOS EN EL PAÍS

Hasta fines del 2011 la oferta chilena de equipamiento e insumos médicos era casi inexistente y como consecuencia de esto se puede encontrar una fuerte presencia de empresas extranjeras que satisfacen la mayor parte de la demanda nacional.

Muchas de las empresas chilenas del área de tecnología médica se dedican a la distribución o producción de marcas y equipos extranjeros. Esta evidente ausencia permitió que se pudieran estimar de manera precisa el volumen de mercado de equipamiento hospitalario tecnológicamente complejo, teniendo como referencia los datos de importación comprendidos entre los años 2007 a 2011.

La tabla número 7 presenta el saldo comercial entre el año 2007 y 2011 expresado en dólares, en la cual se ve el aumento sostenido de las importaciones. Por otro lado se observa que las exportaciones realizadas han sido muy pocas o nulas.

**Tabla 7: Saldo comercial 2007/2011 en USD.**

Partida arancelaria	2007	2008	2009	2010	2011	Crecimiento periodo (%)	Total partida
9018	- 109.151.252	- 115.036.676	- 103.663.272	- 133.428.993	- 184.262.075	69%	- 645.542.268
9019	- 12.818.254	- 14.951.758	- 15.387.147	- 19.099.983	- 25.703.183	101%	- 87.960.324
9020	- 2.620.789	- 2.766.951	- 3.187.121	- 2.422.282	- 5.838.447	123%	- 16.835.591
9022	- 26.889.350	- 41.557.100	- 17.351.846	- 24.720.881	- 40.773.268	52%	- 151.292.445
9402.9010	- 5.983.228	- 8.555.825	- 7.285.187	- 11.803.523	- 12.880.678	115%	- 46.508.442
<b>Total año</b>	<b>- 157.462.873</b>	<b>- 182.868.310</b>	<b>- 146.874.573</b>	<b>- 191.475.663</b>	<b>- 269.457.651</b>	<b>71%</b>	<b>- 948.139.070</b>

Fuente:

<http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4630797>

## ANÁLISIS EVOLUCIÓN DE EXPORTACIONES DE EQUIPOS E INSUMOS

### MÉDICOS EN EL PAÍS

Chile es un mercado muy dependiente del sector exterior, en la tabla 8 se puede observar un claro déficit en la balanza comercial. Este déficit ha ido aumentando año a año logrando alcanzar un volumen cercano a los 270 millones de dólares en el año 2011 y un crecimiento para el período del 7%.

**Tabla 8: Total exportaciones 2007/2011 en USD.**

Partida arancelaria	2007	2008	2009	2010	2011	Total partida
9018	1.792.117	1.901.199	3.544.691	2.684.562	4.786.348	14.708.918
9019	1.793.270	2.335.482	1.168.735	1.347.102	846.062	7.490.651
9020	93.730	96.469	77.288	227.468	26.174	521.129
9022	655.509	872.491	440.237	678.189	1.115.103	3.761.529
9402.9010	570	640	12.499	-	300.359	314.068
<b>Total año</b>	<b>4.335.197</b>	<b>5.206.280</b>	<b>5.243.450</b>	<b>4.937.321</b>	<b>7.074.046</b>	<b>26.796.295</b>

Fuente:

<http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4630797>

A nivel de exportaciones este es prácticamente inexistente llegando incluso a no exportar nada de mobiliario médico quirúrgico durante el año 2011.

❖ PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS

Una partida arancelaria presenta cada uno de los códigos que definen en el arancel de aduanas a una determinada mercancía o a un grupo de mercancías afines entre sí, los dos primeros códigos hacen referencia al capítulo y los otros dos hacen referencia al lugar que ocupan dentro del capítulo. La tabla número 9 presenta las partidas arancelarias de equipos e insumos médicos con su respectiva definición; estas serán utilizadas a continuación.<sup>38</sup>

**Tabla 9: Clasificación partidas arancelarias de equipos e insumos médicos.**

<b>Partida Arancelaria</b>	<b>Descripción</b>
<b>9018</b>	Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria incluyendo los de centellografía y demás aparatos electrodomésticos, así como los aparatos para problemas visuales.
<b>9019</b>	Aparatos de mecanoterapia; aparatos para masajes; aparatos de sicotecnia; aparato de ozonoterapia, oxigenoterapia o aerosol terapia,

<sup>38</sup><http://www.economia48.com/spa/d/partida-arancelaria/partida-arancelaria.htm>

	aparatos respiratorios de reanimación y demás aparatos de terapia respiratoria.
<b>9020</b>	Los demás aparatos respiratorios y máscaras antigás, excepto las máscaras de protección sin mecanismo ni elemento filtrante amovible.
<b>9022</b>	Aparatos de rayos X y aparatos que utilicen radiaciones alfa, beta o gamma, incluso para uso médico, quirúrgico, odontológico o veterinario, incluidos los aparatos de radiografía y radioterapia, tubos de rayos X, y demás dispositivos generadores de rayos X, generadores de tensión, consolas de mando, pantalla, mesas, sillones y soportes similares para examen y tratamiento.
<b>9402.9010</b>	Mobiliario Médico Quirúrgico

Fuente: Elaboración propia, autora Marina Silva.

A continuación las autoras presentarán tablas que contienen los principales países exportadores de insumos médicos según partida arancelaria.

**Tabla 10: Ranking top 10 países exportadores partida 9018 (USD).**

<b>PARTIDA 9018</b>		
<b>PAÍS</b>	<b>TOTAL AÑOS 2008-2011</b>	<b>CUOTA</b>
<b>Estados Unidos</b>	190.121.796	30,17%
<b>Alemania</b>	93.356.034	14,82%
<b>Japon</b>	47.610.541	7,56%
<b>México</b>	26.988.406	4,28%
<b>China</b>	24.418.811	3,88%
<b>Holanda</b>	14.853.407	2,36%
<b>Suiza</b>	21.119.442	3,35%
<b>Brasil</b>	12.527.324	1,99%
<b>Italia</b>	10.194.579	1,62%
<b>Corea del sur</b>	10.171.882	1,61%

Fuente: Elaboración propia, autora Gabriela Toro.

En la tabla número 10, se destaca Estados Unidos, abarcando un 30,17% del mercado, seguido por Alemania, quien exporta aproximadamente la mitad de los insumos médicos exportados por Estados Unidos de la partida 9018, bajando considerablemente la cuota de los siguientes países.

**Tabla 11: Ranking top 10 países exportadores partida 9019 (USD).**

<b>PARTIDA 9019</b>		
<b>PAÍS</b>	<b>TOTAL AÑOS 2008-2011</b>	<b>CUOTA</b>
<b>Estados Unidos</b>	27.912.648	34,50%
<b>China</b>	20.256.812	25,10%
<b>Alemania</b>	4.761.273	5,90%
<b>Suiza</b>	4.111.765	5,10%
<b>Corea del sur</b>	2.604.061	3,20%
<b>Suecia</b>	2.135.735	2,60%
<b>Australia</b>	2.103.231	2,60%
<b>México</b>	2.046.987	2,50%
<b>España</b>	1.986.182	2,50%
<b>Brasil</b>	1.668.812	2,10%

Fuente: Elaboración propia, autora Marina Silva.

En la tabla número 11, Estados Unidos nuevamente lidera el ranking de los aparatos respiratorios con un 34,5% de la cuota de mercado, seguido por China quién abarca un 25,10%.

En este caso Estados Unidos y China, son los mayores exportadores de insumos médicos de la partida 9019.

**Tabla 12: Ranking top 10 países exportadores partida 9020 (USD).**

<b>PARTIDA 9020</b>		
<b>PAÍS</b>	<b>TOTAL AÑOS 2008-2011</b>	<b>CUOTA</b>
<b>Estados Unidos</b>	10.459.093	71,9%
<b>China</b>	1.268.904	8,70%
<b>Singapur</b>	806.156	5,50%
<b>Alemania</b>	583.541	4,00%
<b>México</b>	580.344	4,00%
<b>Nueva Zelanda</b>	115.097	0,80%
<b>Reino Unido</b>	110.261	0,80%
<b>Holanda</b>	102.162	0,70%
<b>España</b>	97.489	0,70%
<b>Irlanda</b>	79.780	0,50%

Fuente: Elaboración propia, autora Gabriela Toro.

En la tabla número 12, Estados Unidos vuelve a liderar el mercado, con una cuota de importación de 71,9%, superando de esta manera en gran cantidad a los demás países.

**Tabla 13: Ranking top 10 países exportadores partida 9022 (USD).**

<b>PARTIDA9022</b>		
<b>PAÍS</b>	<b>TOTAL AÑOS 2008-2011</b>	<b>CUOTA</b>
<b>Estados Unidos</b>	41.828.317	33,90%
<b>Alemania</b>	28.598.601	23,20%
<b>Japón</b>	11.540.708	9,40%
<b>Holanda</b>	8.914.689	7,20%
<b>Corea del sur</b>	7.052.035	5,70%
<b>Reino Unido</b>	3.857.592	3,10%
<b>China</b>	3.188.817	2,60%
<b>Finlandia</b>	2.968.660	2,40%
<b>Canadá</b>	2.490.842	2,00%
<b>Italia</b>	2.208.622	1,80%

Fuente: Elaboración propia, autora Gabriela Toro.

En la tabla número 13, una vez más el líder indiscutible es Estados Unidos, con una cuota de importación acumulada entre el 2008 y 2011 de 33,90%, seguido por Alemania quien tiene una cuota de mercado del 23,20%.

**Tabla 14: Ranking top 10 países exportadores partida 9402.9010 (USD).**

<b>PARTIDA 9402-9010</b>		
<b>PAÍS</b>	<b>TOTAL AÑOS 2008-2011</b>	<b>CUOTA</b>
<b>Estados Unidos</b>	10.805.982	26,50%
<b>China</b>	5.984.884	14,70%
<b>Alemania</b>	5.652.238	13,80%
<b>Canadá</b>	4.712.972	11,50%
<b>Taiwán</b>	4.218.151	10,30%
<b>Francia</b>	2.772.017	6,80%
<b>Polonia</b>	1.146.690	2,80%
<b>México</b>	823.945	2,00%
<b>Brasil</b>	727.160	1,80%
<b>Bélgica</b>	681.176	1,70%

Fuente: Elaboración propia, autora Gabriela Toro.

Para finalizar, en la tabla número 14, una vez más Estados Unidos, obtiene la mayor cuota de importación de la partida 9402.9010, con un 26,50% del mercado.

Como se ha podido apreciar en los recuadros anteriores, Estados Unidos es indiscutiblemente el país líder en exportación de equipos e insumos médicos, continuando la lista China y Alemania.

Debido a que los tres países ya mencionados, lideran este mercado sin duda alguna, Chile deberá esforzarse considerablemente para lograr posicionarse como un país reconocido en la exportación de insumos y equipos médicos, de esta forma logrará entrar en la competencia con Estados Unidos, China y Alemania.

❖ FÁBRICAS QUE DESTACAN EN EXPORTACIONES DESDE ESTADOS UNIDOS A CHILE

Como hemos mencionado el principal país exportador de equipos hospitalarios hacia Chile es Estados Unidos y sus marcas están presentes en casi todos los segmentos del equipamiento hospitalario.



❖ FÁBRICAS QUE DESTACAN EN EXPORTACIONES DESDE CHINA A CHILE

Japón y China tienen una gran relevancia en el panorama médico hospitalario chileno. Son grandes países proveedores y caracterizadas por su gran capacidad de tecnología, especialmente en el caso de Japón. Las marcas Chinas son las siguientes:

**TOSHIBA**  
Leading Innovation >>>

**NIPRO**

**NIHON KOHDEN**

**ALOKA**  
illuminate the change

**mindray**

❖ FÁBRICAS QUE DESTACAN EN EXPORTACIONES DESDE ALEMANIA A CHILE

Las marcas europeas, en especial gracias a Alemania, también tienen una importante cuota de mercado, lideradas por las alemanas SIEMENS, seguidas por la holandesa Philips, la alemana Biotronik y Dräger y las italianas Cosmed y Esaote. La española TELIC, proveedora de electrodos para electrocardiógrafos, posee una importante cuota de mercado en este segmento, pero no se encuadra dentro de los productos altamente tecnológicos.



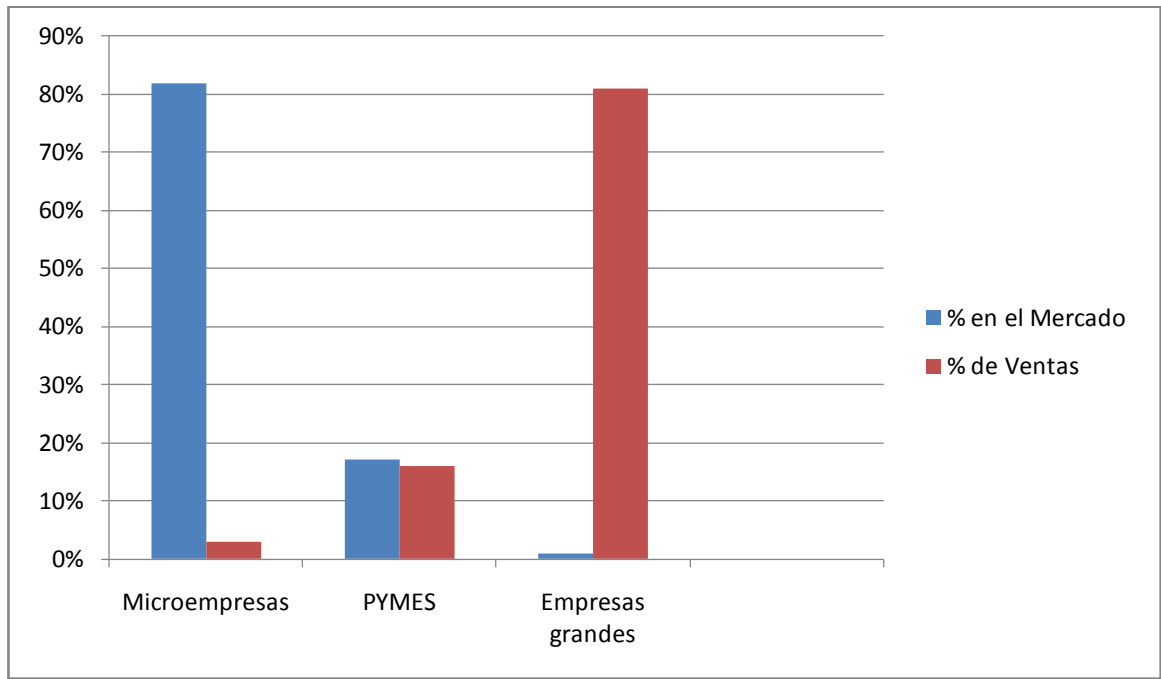
## ❖ SITUACIÓN DE LA PYME ACTUAL

Como mencionamos anteriormente, las principales exportadoras de insumos médicos en el país actualmente son PYMES, este dato nos obliga a conocer el porcentaje de mercado que ellas ocupan y también a la vez la cantidad de ventas que ellas generan, En el país existen alrededor de 744.000 empresas formales, las cuales se dividen en:

- Microempresas
- PYMES
- Empresas Grandes

A continuación podremos saber cuál es el porcentaje de mercado y ventas para cada uno de estos grupos a través del siguiente gráfico.

**Gráfico 1: Porcentaje de mercado y ventas para Microempresas, PYMES y Empresas grandes.**



Fuente: Elaboración propia, autora Marina Silva.

El gráfico anterior nos muestra que las microempresas se llevan una gran cantidad del mercado (cerca del 82%) en cuanto al número de empresas que existen, a pesar de esto solo generan un 3% de las ventas anuales. Caso contrario demuestran las empresas grandes quienes ocupan el 1% del mercado pero generan más del 81% de ventas anuales, por ultimo están las PYMES quienes se encuentran con un 17% de porcentaje de mercado y un 16% de porcentaje en ventas lo que nos indica que a pesar de su pequeña participación este tipo de empresas son bastantes productivas acorde a su tamaño. Esta información la podemos ver más detallada en la siguiente tabla:

**Tabla 15: Número de empresas, porcentaje en números y porcentaje en ventas de las Microempresas, PYMES y Empresas grandes.**

<b>Categoría</b>	<b>N° de Empresas</b>	<b>% en N°</b>	<b>% en Ventas</b>
<b>Microempresas</b>	609.941	82%	3%
<b>PYMES</b>	126.232	17%	18%
<b>Empresas Grandes</b>	8013	1%	81%
<b>Total</b>	744.000	100%	100%

Fuente: Elaboración propia, autora Marina Silva.

En el porcentaje de ventas se refleja el tamaño de cada uno de estos tipos de empresas, esto se ve principalmente afectado en el caso de las PYMES por los siguientes motivos:

- Las condiciones de la competencia.
- El funcionamiento del aparato estatal.
- La situación macroeconómica actual.
- Las condiciones de financiamiento: Garantías exigidas, tasas de interés, falta de capital de trabajo.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup>[http://www.pymer.cl/?page\\_id=3545](http://www.pymer.cl/?page_id=3545)

## ❖ PYMES EXPORTADORAS DE INSUMOS MÉDICOS EN CHILE

En Chile existen aproximadamente 30 empresas que se dedican a la exportación de insumos y equipos médicos. A continuación las autoras presentarán 13 empresas pertenecientes a la Región Metropolitana, y 1 empresa perteneciente a la V Región.

- BIOCLIN S.A.
- BLUNDING S.A.
- COMERCIAL A Y B S.A.
- COMERCIALIZADORA DE TECNOLOGÍAS MÉDICAS GLOBAL  
MED
- DIFEM PHARMA S.A.
- GRUPOBIOS S.A.
- INMED LTDA.
- OPPICI S.A.
- VALTEK DIAGNOSTICS
- VESTCLIN S.A.
- MAREA ALTA CHILE LTDA.
- BIOSANO
- PMGPHARMA S.A.
- BARRON VYEIRA S.A.

El sector de los insumos médicos, es un nicho que ha representado un importante alza para las empresas nacionales durante los últimos años, especialmente en las PYMES las cuales deben cumplir con grandes exigencias de calidad durante este proceso, esto ocurre porque los productos enviados deben ser más elaborados (se exportan desde sillas de ruedas a guantes quirúrgicos), algunos mercados de destino para estos productos son Alemania y Estados Unidos.

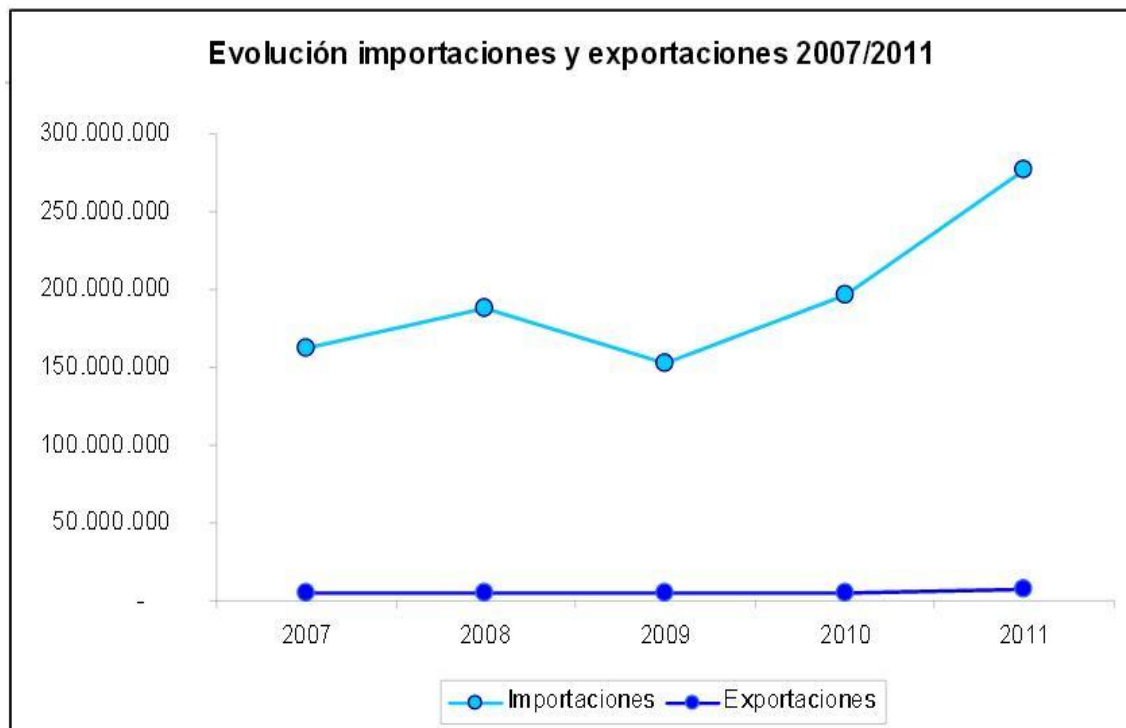
Durante los años 2012 y 2013 las empresas chilenas exportadoras de insumos y equipos médicos experimentaron un alza, superando los US\$7 millones anuales en el envío de diversos artículos.

Los estándares de calidad exigidos por los mercados Europeos y Norteamericanos hacen que este proceso se vuelva engorroso y a veces poco viable, sin embargo esto no ha sido un inconveniente para que estos productos tengan éxito al posicionarse en estos mercados. A esto se le suma que los insumos médicos, principalmente por su destino que son clínicas, hospitales y consultorios, deben cumplir con requerimientos más complejos.

Las pymes son las principalmente apoyadas por ProChile a través de mecanismos de gestión, las que serán explicadas más adelante.

En el siguiente gráfico podemos notar la muy baja presencia de exportaciones durante los años 2007 a 2011 por lo que es de suma importancia para desarrollar la investigación, descubrir el o los motivos que produjeron un alza en la exportación de insumos médicos durante el año 2012 a la actualidad.

**Gráfico 2: Evolución importaciones y exportaciones 2007/2011.**



Fuente:

<http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4630797>.

A continuación las autoras indicarán de qué tratan las normas de calidad que los países de destino exigen.

➤ **Exigencias de Calidad Normas ISO**

La certificación de la Norma ISO implica una ventaja de los productos o servicios por sobre su competencia, ya que son un medio para garantizar que éstos están conformes con los requisitos que satisfacen las expectativas del consumidor o usuario de los mercados de destino de las exportaciones. La implementación de las Normas ISO no es obligatoria pero su cumplimiento puede ser exigido por el comprador o por el mercado, debido a que se trata de estándares que garantizan niveles de calidad que los proveedores deben cumplir.

Existen distintos tipos de Norma ISO y distintas versiones de las mismas, las más difundidas son las Normas ISO: 9000 e ISO: 14000.

- **Normas ISO 9000:** Son un conjunto de normas enfocadas hacia la gestión y aseguramiento de la calidad. Las más representativas de esta familia de Normas son la ISO 9001:1994, la ISO 9002:1994 y la ISO 9003:1994, las tres integradas conforman la actual ISO 9001: 2000, la que promueve la adopción de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implementa y mejora la eficacia de un sistema de gestión de calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos. Esta norma puede ser utilizada por partes internas y externas, incluyendo organismos de certificación para evaluar la

capacidad de la organización para cumplir los requisitos del cliente, los reglamentos y los propios de la organización.

- **Normas ISO 14000:** Principalmente enfocadas a crear normas ambientales internacionales, no tienen como objetivo la prevención de la contaminación o la mejora del desempeño ambiental a nivel mundial, sino que establecen herramientas y sistemas enfocadas a los procesos de producción al interior de una empresa u organización, y de los efectos o externalidades que de estos deriven hacia el medio ambiente. Esta norma es un conjunto de documentos de gestión ambiental que una vez implantados afectará todos los aspectos de la gestión de una organización en sus responsabilidades ambientales y ayudará a las organizaciones a tratar sistemáticamente asuntos ambientales, con el fin de mejorar el comportamiento ambiental y las oportunidades de beneficio económico.<sup>40</sup>

- **Herramientas de ProChile para la Pyme Exportadora**

ProChile posee herramientas necesarias para que las PYMES puedan enviar sus productos hacia el extranjero, entre ellas destacan las exportadoras de Insumos Médicos

---

<sup>40</sup><http://www.prochile.gob.cl/preguntas-frecuentes-exportador/>

Las herramientas entregadas por ProChile son:

- ✓ **Asistencia al Exportador:** Especialmente a través de:
  - Atención Presencial a través de los 15 centros exportadores en donde las puertas están abiertas para que los exportadores puedan realizar visitas y tener una orientación personalizada con un especialista en materias de organización y negocios internacionales,
  - Asistencia telefónica y virtual al exportador: Un equipo de especialistas deberá dar orientación y asistencia técnica que el exportador necesita, además de guiarlo para usar diferentes herramientas y servicios que ProChile ha dispuesto para promover la internacionalización y diversificación del negocio.
  - Beneficios: Entrega orientación y respuesta a consultas tanto de exportadores como de importadores extranjeros además, entrega recomendación y derivación a otras unidades especializadas de ProChile para asesorías más específicas.
  - Todo esto no tiene costo de participación.
- ✓ **Formación Exportadora:** Esto está enfocado para que el exportador desarrolle capacidades y competencias de gestión empresarial orientadas a internacionalizar el negocio.

Las instancias de formación exportadoras pueden darse en Chile, en el extranjero u online, según la etapa exportadora en la que se encuentre el negocio y son una instancia única para adquirir conocimientos determinantes en la proyección internacional de los productos y servicios, estas son:

- E-learning.
- Coaching Exportador.
- Pre internacionalización.
- Talleres, cursos y seminarios.
- Beneficios: Capacitación referente al comercio internacional, profundización en el conocimiento de los procesos de internacionalización, desarrollo y fortalecimiento de capacidades de gestión internacional, orientación a través de información estratégica que apoye la toma de decisiones en negocios internacionales. El costo de participación dependerá de la actividad.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup><http://www.prochile.gob.cl/herramientas/herramientas-pro-chile/>

Ver Anexos, “Plan Proveedores de la Salud, ProChile”.

❖ PRINCIPALES EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS EXPORTADOS EN CHILE

Existen diversos equipos e insumos médicos que son exportados día a día por Chile. A continuación las autoras presentarán los 10 productos con mayor cantidad de exportaciones durante los años 2012-2013, de las partidas 9018, 9019, 9020, 9022, 9402.

**Tabla 16: Ranking top 10 productos exportados años 2012-2013 (USD).**

<b>PRODUCTO</b>	<b>2012</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>2013</b>
LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES.	3.787.457,94	PARTES Y ACCESORIOS DE INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES.	1.822.974,70
LOS DEMAS APARATOS QUE UTILICEN RADIACIONES ALFA, BETA O GAMMA, INCLUIDAS LAS PARTES Y ACCESORIOS, EXCEPTO UNIDADES GENERADORAS DE RADIACION Y CAÑONES PARA EMISION DE RADIACION.	2.878.304,03	LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES.	1.702.046,63
PARTES Y ACCESORIOS DE INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES.	2.780.935,63	LOS DEMAS APARATOS QUE UTILICEN RADIACIONES ALFA, BETA O GAMMA, INCLUIDAS LAS PARTES Y ACCESORIOS, EXCEPTO UNIDADES GENERADORAS DE RADIACION Y CAÑONES PARA EMISION DE RADIACION.	1.469.276,59

LAS DEMAS AGUJAS, CANULAS E INSTRUMENTOS SIMILARES.	1.020.892,89	TUBOS DE RAYOS X.	1.264.650,00
APARATOS DE MECANOTERAPIA; APARATOS PARA MASAJES; APARATOS DE SICOTECNIA.	939.609,82	APARATOS DE MECANOTERAPIA; APARATOS PARA MASAJES; APARATOS DE SICOTECNIA.	575.249,66
CATETERES.	804.383,37	LAS DEMAS AGUJAS, CANULAS E INSTRUMENTOS SIMILARES.	517.455,79
TUBOS DE RAYOS X.	592.905,24	APARATOS PARA DIALISIS.	407.780,07
APARATOS DE RAYOS X, PARA OTROS USOS.	582.738,56	BOLSAS RECOLECTORAS DE SANGRE.	371.611,76
LOS DEMAS APARATOS DE OZONOTERAPIA, OXIGENOTERAPIA O AEROSOLTERAPIA, APARATOS RESPIRATORIOS DE REANIMACION Y DEMAS APARATOS DE TERAPIA RESPIRATORIA.	552.906,78	LOS DEMAS APARATOS DE RAYOS X, PARA USO MEDICO O QUIRURGICO.	296.630,82
LOS DEMAS APARATOS DE ELECTRODIAGNOSTICO, EXCEPTO EL ELECTROCARDIOGRAFO.	247.860,22	JERINGAS, INCLUSO CON AGUJA, DE PLASTICO, DESECHABLES.	270.855,81

Fuente: Elaboración propia, autora Gabriela Toro.

Como se puede apreciar en la tabla anterior, las tres primeras partidas arancelarias se repiten en el año 2012 y 2013.

Estos tres productos correspondientes a las partidas 9018, 9022 y nuevamente la partida 9018 respectivamente, son los principales productos exportados en los últimos dos años, hasta la fecha; sin embargo el monto en dólares de los insumos exportados en el año 2012 es superior al del año 2013 debido a que el monto del 2012, es un acumulado de Diciembre de 2012, mientras tanto el monto en dólares de los insumos exportados en el años 2013, es un acumulado de Agosto de 2013.

Es importante mencionar que los equipos e insumos médicos con mayor cantidad de exportaciones durante los últimos años, son los correspondientes a la 9018.

Se puede obtener más información de todos los productos exportados según partida, en las tablas adjuntas en anexos de esta investigación.

## ❖ FACTORES QUE DETERMINARON EL ALZA DE EXPORTACIONES CHILENAS EN INSUMOS MÉDICOS

A través del análisis de exportaciones e importaciones de insumos médicos, podemos observar que el alza de las exportaciones en los últimos dos años nos deja inquietantes respecto a lo que ocurría durante el año 2011. Estas inquietudes pueden dar respuesta a factores fundamentales de crecimiento que podrían cambiar el escenario de las exportaciones chilenas en este sector. Por esto es de suma importancia para las autoras dar a conocer los principales motivos que cambiaron la balanza comercial chilena desde una producción casi inexistente a U\$ 7 millones anuales en envío.

- **Los procesos de compras y licitaciones públicas:** El proceso de Compra y Licitaciones Públicas fomentó las exportaciones de Insumos Médicos en los últimos años, debido a que: “Es un proceso administrativo para la adquisición de suministros, realización de servicios, o ejecución de obras que realicen los entes, organismos y entidades que conforman el Sector Público de un país”, por esta misma razón si lo analizamos de este punto de vista ProChile es un organismo gubernamental y los países de destino desarrollan procesos de Licitación Pública lo que facilita el intercambio principalmente en países latinoamericanos. Según estudios de ProChile entre los destinos de las exportaciones chilenas en equipos médicos están Argentina, Estados Unidos, Brasil y Perú seguido por Alemania, Uruguay, Ecuador y diferentes países de Centro América.

Incluso se comercializan instrumentos y aparatos de medicina, cirugía y odontología a Egipto, Arabia Saudita, Japón, Corea y Grecia.<sup>42</sup>

- **Orientación en expandir sus Nichos de Mercado:** "Uno de los focos que ProChile, en conjunto con las empresas de la industria, están desarrollando, es orientar sus esfuerzos en el mercado latinoamericano"<sup>43</sup>, Sostiene Carmen Gloria Cerda encargada del sector industrias de ProChile.

Países como Ecuador, Perú, Bolivia, Venezuela, Paraguay y Brasil representan parte importante de los envíos con cifras superiores al 80%.

Colombia también aparece como un destino importante dentro de las empresas proveedoras de insumos médicos, con recientes investigaciones en aquellos mercados.

- **Otorgando confianza a través de una Buena Estrategia Exportadora:** "La estrategia de ProChile para este sector en particular se ha basado en propiciar una industria sectorial consolidada y fortalecida, que sea capaz de ofrecer una amplia gama de productos y servicios, destacándolas como proveedores de calidad,

---

<sup>42</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/Licitaci%C3%B3n>

<sup>43</sup><http://www.edicionesespeciales.elmercurio.com/hoy/detalle/index.asp?idnoticia=201209121094351&idcuerpo=1072>

confianza e innovación de clase nivel mundial"<sup>44</sup>. Sostiene Carmen Gloria Cerda encargada del sector industrias de ProChile.

De esta forma, han unido fuerza subsectores tales como fármacos veterinarios, equipos e insumos médicos y suplementos nutricionales o productos funcionales.

➤ **Desarrollando nuevas Misiones Comerciales Exportando de Manera**

**Sólida:**"Esta es una industria que trabaja en forma asociativa de manera de llegar de forma sólida a los mercados de destino. Es así como ya se está trabajando para desarrollar nuevas misiones comerciales en la región"<sup>45</sup>. Sostiene Carmen Gloria Cerda encargada del sector industrias de ProChile.

Un ejemplo de esto es Cuba donde ProChile ha puesto el foco para exportar, esto pasa principalmente porque el importador de todo el sistema de salud cubano en insumos y equipos médicos es la empresa Medicuba, esta es una empresa estatal que adquiere compras por US\$ 162 millones anuales para todo el sistema de salud del país y responde por los programas sociales que lleva adelante el gobierno Cubano. Adquiere productos relacionados con terapia intensiva, cardiología y programa materno infantil.

---

<sup>44</sup><http://www.edicionesespeciales.elmercurio.com/hoy/detalle/index.asp?idnoticia=201209121094351&idcuerpo=1072>

<sup>45</sup><http://www.edicionesespeciales.elmercurio.com/hoy/detalle/index.asp?idnoticia=201209121094351&idcuerpo=1072>

➤ **Participando en Ferias como Expo Hospital:** Consiste en una rueda de negocios en la que países exponen sus productos. En el año 2012 reunió a más de 165 empresas nacionales e internacionales provenientes de países como Estados Unidos, Alemania, Brasil, Bélgica, China, Corea del Sur, Indonesia y Francia. En esta feria se dieron a conocer algunos de los últimos avances tecnológicos en equipamiento e insumos para el área de la salud. Esta es una excelente herramienta para promover las exportaciones chilenas a otros países.

➤ **Tratados de Libre Comercio:** Desde fines de la década de los 90, nuestro país se ha adherido a una serie de Tratados de Libre Comercio con países latinoamericanos, como del resto del mundo, destacando principalmente tratados con economías más desarrolladas como : Estados Unidos, China y la Unión Europea. A la fecha Chile posee libre acceso a muchos mercados mundiales, se han suscrito 22 acuerdos comerciales con más de 60 países.

Además de los tratados de Libre Comercio y los acuerdos de Asociación Económica, existen otros tipos de acuerdos como son los ACE (Acuerdo de Complementación Económica) y los Acuerdos de Alcance Parcial. Los primeros son acuerdos bilaterales de países pertenecientes a la ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración), nuestro país ha suscrito ACE con Venezuela (1993), Bolivia (1993), Ecuador (1994) y en 1996 con el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) cuyos miembros son Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. Por otro lado los Acuerdos de Alcance Parcial se refieren a medidas arancelarias

para denominados productos y se considera una primera etapa para un tratado de mayor alcance, Chile tiene acuerdos de este tipo con Cuba firmado en 1999 y ratificado en 2008 e India firmado en 2006 y ratificado en 2007.

Lo mencionado anteriormente es un factor que ayudo en el alza de las exportaciones principalmente porque el intercambio se produjo con países latinoamericanos, con los cuales existe un mayor número de TLC y por lo mismo existió un menor número de barreras arancelarias para entrar al país, también podría ser un factor para las futuras exportaciones de insumos médicos ya que nuestro país posee apertura comercial y podríamos llegar a otros mercados con la misma facilidad.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Tratados\\_de\\_libre\\_comercio\\_de\\_Chile](http://es.wikipedia.org/wiki/Tratados_de_libre_comercio_de_Chile)

## ANÁLISIS DE EVOLUCIÓN DE IMPORTACIONES DE EQUIPOS E INSUMOS

### MÉDICOS EN EL PAÍS

Hacia el lado de las importaciones durante los años 2007 a 2011 estas experimentan un aumento continuado. En 2009 hubo un pequeño déficit el que se asocia con la crisis económica que vivieron algunos países europeos durante ese período.

**Tabla 17: Total importaciones 2007/2011 en USD.**

Partida arancelaria	2007	2008	2009	2010	2011	Total partida
9018	110.943.369	116.937.875	107.207.964	136.113.555	189.048.423	660.251.186
9019	14.611.524	17.287.240	16.555.881	20.447.085	26.549.245	95.450.976
9020	2.714.520	2.863.420	3.264.410	2.649.750	5.864.621	17.356.720
9022	27.544.859	42.429.590	17.792.083	25.399.071	41.888.371	155.053.974
9402.9010	5.983.798	8.556.465	7.297.685	11.803.523	13.181.037	46.822.509
<b>Total año</b>	<b>161.798.070</b>	<b>188.074.591</b>	<b>152.118.023</b>	<b>196.412.984</b>	<b>276.531.698</b>	<b>974.935.365</b>

Fuente:

<http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4630797>

La partida arancelaria 9018 referente a instrumentos y aparatos de cirugía, medicina y odontología, es decir la partida que abarca la mayor cantidad de productos, es la de mayor valor durante toda la serie, esta es seguida a una gran distancia por la partida 9022 referente a los aparatos de rayos X.

❖ PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS

Según el estudio publicado por ProChile en el diario El Mercurio el año 2012 mencionado anteriormente, Chile exporta principalmente insumos médicos a Brasil, Argentina, Estados Unidos, Perú, Alemania, Uruguay, Ecuador, entre otros países de Centroamérica.

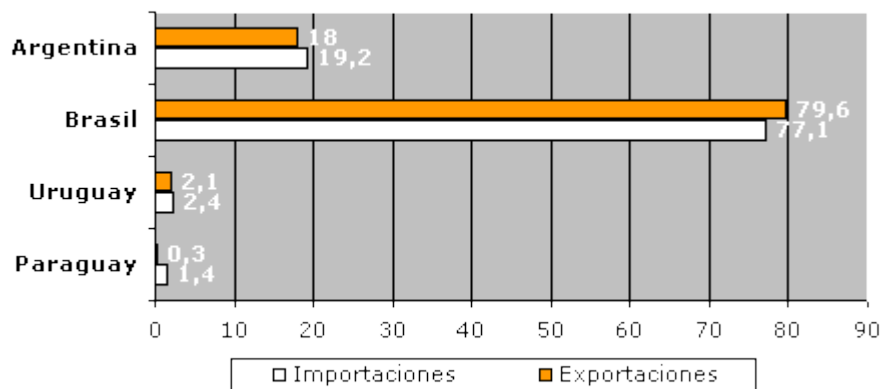
Otro de los países importantes son Egipto, Japón Arabia Saudita, Corea y Grecia, a los con los cuales se comercializan instrumentos de medicina, y odontología.

A continuación, se presentarán algunos de los países importadores de insumos médicos desde Chile.

- **Brasil:** Principal país exportador e importador de insumos y equipamiento médico del MERCOSUR (Mercado Común del Sur). Sus transacciones dieron cuenta del 77,1% de las compras externas del bloque y del 79,6% de las ventas durante 2004.
- **Argentina:** País perteneciente al MERCOSUR, quien en el año 2004, contaba con un 19,2% de importaciones de insumos médicos, mientras tanto las exportaciones eran de un 18%.
- **Uruguay:** En Uruguay rige una política general de libertad de importaciones, con algunas excepciones. En cualquier caso, y como norma general, la política en materia de importaciones se ha caracterizado tradicionalmente por la no

discriminación y ausencia de limitaciones cuantitativas, la no aplicación de cuotas ni restricciones no arancelarias, con la excepción de los mecanismos de protección a la producción nacional frente a prácticas de comercio consideradas desleales.

**Gráfico 3: Participación de los socios del MERCOSUR en el comercio exterior de insumos y equipos médicos del bloque. Año 2004, en porcentaje.**



Fuente:

<http://www.proargentina.gov.ar/estudios/equipamientomedico/comercio.html>

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, Argentina importa una mayor cantidad de insumos médicos, comparado con sus exportaciones, al igual que Uruguay y Paraguay. Sin embargo, Brasil, exporta más de lo que importa.

- **Estados Unidos:** A pesar de ser el líder en exportaciones de insumos médicos, es un país al cual Chile exporta anualmente insumos médicos.
- **Cuba:** Como se ha mencionado en diversas ocasiones de este informe, Cuba es un país al cual ProChile tiene grandes expectativas para exportar insumos

médicos. Estas importaciones deben cumplir ciertos requisitos técnicos y de homologación impuestos por el MINSAP (Ministerio de Salud Pública), a través del Centro para el Control Estatal de Medicamentos, Equipos y Dispositivos Médicos (CECMED).

Es importante mencionar que no se disponen de estadísticas para el Subsector de equipos e insumos médicos en Cuba, sin embargo el resultado de una entrevista realizada a MEDICUBA y GCATESA, ambas importadoras cubanas de estos productos, dan a conocer que MEDICUBA importa aproximadamente US\$162 millones anuales en insumos médicos y medicamentos traídos mayoritariamente desde la Unión Europea, por lo que es muy importante entrar con productos e insumos médicos que contengan un valor agregado, para así poder ser un competidor de la Unión Europea.

Chile y Cuba tienen suscrito el Acuerdo de Complementación No.42, en vigor desde junio de 2008. A continuación se indican los productos del rubro que están comprendidos en el ACE 42 con preferencias arancelarias para su entrada a Cuba, así como en el II Protocolo Adicional del acuerdo.

**Tabla 18: Arancel Preferencial Producto Chileno.**

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN DE LA GLOSA	ACE 42	II PROTOCOLO
			ADICIONAL
3006.5000	Botiquines equipados para primeros auxilios	-	100%
3006.9100	Dispositivos identificables para uso en estomas	-	100%
3822.0000	Reactivos de diagnóstico o de laboratorio sobre cualquier soporte y reactivos de diagnóstico o de laboratorio preparados, incluso sobre soporte, excepto los de las partidas 30.02 o 30.06; materiales de referencia certificados	-	100%
	- Guantes, mitones y manoplas:		
4015.1100	--Para cirugía	-	50%
8419.2000	Esterilizadores médicos, quirúrgicos o de laboratorio	-	100%
8713.1010	Sillas plegables para inválidos	100%	-
8713.1090	Los demás	100%	-
8713.9000	-Los demás	100%	-
9018.3910	--- Catéteres	100%	-
9018.3920	--- Bolsas recolectoras de sangre	100%	-
9018.3930	--- Sondas	100%	-
9018.3990	--- Los demás	100%	-
9018.9010	-- Desfibriladores	100%	-
9018.9020	-- Incubadoras	100%	-
9018.9030	-- Monitores cardíacos	100%	-
9018.9040	-- Aparatos para diálisis	100%	-
9018.9050	-- Aparatos para anestesia	100%	-
9018.9080	-- Los demás instrumentos y aparatos	100%	-
9018.9090	-- Partes y accesorios	100%	-

Fuente: ACE 2 y II Protocolo Adicional

Fuente: <http://www.prochile.gob.cl/wp->

[content/blogs.dir/1/files\\_mf/documento\\_01\\_03\\_12185303.pdf](http://www.prochile.gob.cl/wp-content/blogs.dir/1/files_mf/documento_01_03_12185303.pdf)

## ❖ PYMES IMPORTADORAS DE INSUMOS MÉDICOS EN CHILE

En Chile existen 41 empresas que se dedican a la importación de equipos e insumos médicos, estas son las siguientes:

- 3M CHILE S.A.
- AIR LIQUIDE CHILE, SA
- ALLMEDICA, SA
- ALTA TECNOLOGÍA MÉDICA, SA
- ANDOVER ALIANZA MÉDICA, SA
- B.BRAUN MEDICAL S.A.
- BIOMET CHILE, S.A.
- BORZUTZKY FRIDMAN S.A.
- CENCOMEX S.A.
- CIENTEC INSTRUMENTOS CIENTIFICOS S.A.
- COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS MÉDICOS BIOSCIENCE CHILE LTDA.
- COMERCIAL KENDALL CHILE, LTDA
- DIPROMED S.A.
- DISTRIBUIDORA MEDICSA, LTDA.
- DRAGER MEDICAL CHILE, LTDA.
- DROGUERIA HOFMANN S.A.C.
- EQUIMED ELECTRÓNICA LTDA.

- HEMISFERIO SUR S.A.
- HOSER INGENIERÍA
- HOSPITALIA PRODUCTOS MÉDICOS LTDA.
- INDURA S.A.
- INDUSTRIAL Y COMERCIAL BAXTER DE CHILE LTDA.
- INTERNATIONAL CLINICS S.A.
- IVENS S.A.
- JOHNSON & JOHNSON MEDICAL CHILE (J&J MEDICAL CHILE)
- LABORATORIOS FASA S.A.
- M. KAPLAN Y CIA LTDA.
- MEDCOM EQUIPOS MÉDICOS LTDA.
- MEDIPLEX S.A.
- MEDITEC S.A.
- PENTAFARMA S.A.
- P.V. EQUIP (PINOCHET VIZCAYA EQUIPOS LTDA.)
- PROMEDON CHILE S.A.
- REICH S.A. DE COMERCIO EXTERIOR
- SALYMED LTDA.
- SOCIEDAD COMERCIAL BIOSCOM CHILE, LTDA.
- SOCIEDAD COMERCIAL MCI LTDA.
- SURMEDICAL S.A.
- TÉCNICA DIVISIÓN MÉDICA LTDA (TDM)

- TECNIGEN S.A.
- TECNOIMAGEN LTDA.

❖ PRINCIPALES EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS IMPORTADOS EN CHILE

A continuación las autoras presentarán los 10 productos con mayor cantidad de importaciones durante los años 2012-2013, de las partidas 9018, 9019, 9020, 9022, 9402.

**Tabla 19: Ranking top 10 productos importados años 2012-2013 (USD).**

<b>PRODUCTO</b>	<b>2012</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>2013</b>
LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES.	96.713.229,98	LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES.	74.276.182,38
LAS DEMAS AGUJAS, CANULAS E INSTRUMENTOS SIMILARES.	43.387.581,22	LAS DEMAS AGUJAS, CANULAS E INSTRUMENTOS SIMILARES.	30.661.930,78
PARTES Y ACCESORIOS DE INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES.	24.704.187,39	LOS DEMAS APARATOS DE RAYOS X, PARA USO MEDICO O QUIRURGICO.	18.582.054,95
LOS DEMAS APARATOS DE RAYOS X, PARA USO MEDICO O QUIRURGICO.	23.285.292,49	PARTES Y ACCESORIOS DE INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES.	17.667.193,43
MOBILIARIO MEDICO-QUIRURGICO.	22.577.975,33	LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE OFTALMOLOGIA.	15.066.069,34
LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE	21.373.217,74	LOS DEMAS APARATOS DE ELECTRODIAGNOSTICO,	14.451.639,70

ODONTOLOGIA.		EXCEPTO EL ELECTROCARDIOGRAFO.	
LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE OFTALMOLOGIA.	20.220.137,68	LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE ODONTOLOGIA.	13.978.338,33
APARATOS DE RAYOS X, PARA OTROS USOS.	19.821.559,98	LOS DEMAS APARATOS DE OZONOTERAPIA, OXIGENOTERAPIA O AEROSOLTERAPIA, APARATOS RESPIRATORIOS DE REANIMACION Y DEMAS APARATOS DE TERAPIA RESPIRATORIA.	12.417.509,37
CATETERES.	19.282.798,49	CATETERES.	12.006.986,16
LOS DEMAS APARATOS DE ELECTRODIAGNOSTICO, EXCEPTO EL ELECTROCARDIOGRAFO.	18.686.777,72	MOBILIARIO MEDICO-QUIRURGICO.	11.915.909,38

Fuente: Elaboración propia, autora Gabriela Toro.

En la tabla número 18, se contempla que los dos primeros productos que aparecen en los primeros lugares, se repiten en los años 2012 y 2013, con un monto muy elevado, comparado con los demás productos que siguen en la tabla.

Estos productos, “LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES” y “LAS DEMAS AGUJAS, CANULAS E INSTRUMENTOS SIMILARES” corresponden a la partida 9018, la cual en los últimos años ha sido la partida con mayor cantidad de importaciones de equipos e insumos médicos.

Cabe destacar, que los productos del año 2012, tienen un mayor monto en dólares que los del año 2013, debido a que los productos del año 2012 es un acumulado de Diciembre de 2012, mientras que los del 2013, es un acumulado de Agosto de 2013.

Se puede obtener más información de todos los productos exportados según partida, en las tablas adjuntas en anexos de esta investigación.

## **2.5. PROYECCIÓN FINAL**

### **2.5.1. INGRESO DE INSUMOS MÉDICOS CHILENOS A PAÍSES DEL MERCOSUR, AMÉRICA LATINA, CENTROAMÉRICA Y CARIBE**

#### **❖ MERCOSUR**

El acuerdo de Complementación Económica n° 35, fue firmado en junio de 1996 y su vigencia se inició el 01 de octubre del mismo año, su obligación es establecer un área de libre comercio entre los países contratantes y eliminar las restricciones arancelarias y no arancelarias que representen un obstáculo para el comercio internacional, además debe crear un espacio económico ampliado que facilite la circulación de bienes y servicios y la plena utilización de los factores productivos, así como también promover la complementación y cooperación energética, científica y tecnológica entre otras áreas.

En el ACE 35 se destaca el protocolo sobre “Comercio y Servicios entre el MERCOSUR Y CHILE”; así como el protocolo que reguló la aplicación del régimen de preferencias establecidas para todas las mercancías elaboradas o provenientes de zonas francas de cualquier naturaleza ubicadas en Brasil y Chile con excepción de las mercaderías clasificadas en los capítulos 50 al 63.

El Programa de Liberación Comercial total tuvo su inicio el 01 de enero del año 2011, esto significa que cualquier producto comercializado entre ambos países tiene preferencias de 100% (con excepción del azúcar y del trigo que fueron negociados en separado, en dicho programa de liberación comercial.)

Mercosur se encuentra conformado por Brasil, Argentina, Uruguay, Venezuela y Paraguay que se encuentra en proceso de reincorporación.

Brasil y Argentina se encuentran entre las dos economías más potentes del bloque, principalmente nos enfocaremos en Brasil como mercado de exportación con respecto al Mercosur.

La economía de Brasil en un principio se basó en la exportación de materias primas (como el café, el azúcar, el algodón etc.), pero luego de la Segunda Guerra Mundial se desarrolló industrialmente, hasta convertirse hoy en día en el país más desarrollado industrialmente del Mercosur. Importa y exporta principalmente a Estados Unidos y a la Argentina en segundo lugar. Actualmente Brasil es la mayor economía de Latinoamérica, la segunda de toda América y la octava a nivel mundial por lo que cuenta con socios como: La Unión Europea, el Mercosur, Estados Unidos y China. En América Latina, sobresale en diversos sectores económicos: la producción industrial, la agrícola y las exportaciones.

## ❖ EXPORTACION DE INSUMOS MÉDICOS DESDE CHILE A BRASIL

### ➤ **ARANCELES DE IMPORTACIÓN**

- **Impuesto sobre la Importación (II):** El impuesto sobre la importación, es un impuesto federal que grava los productos al ingresar a territorio brasileño. Brasil adopta la TEC (tarifa externa común) del Mercosur. El valor del impuesto de importación varía según el producto con un rango que va desde 0% (como es el caso de Chile ya que este es aplicado cuando existe acuerdos entre países) hasta 35% (cuota superior establecida por la OMC). El arancel es más alto a medida que aumenta el valor agregado del producto. El arancel promedio del TEC, es del orden del 14% actualmente.
- **Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI):** Este impuesto federal grava todos los productos ya sean finalizados o intermedios, nacionales o extranjeros. El valor del impuesto varía según producto y se impone al valor de la mercancía, una vez agregado el impuesto a la importación y otros gastos requeridos como seguros, fletes y otros, Este impuesto debe ser cancelado hasta el día 25 del mes subsiguiente a la realización del hecho imponible que es una vez realizado el desembarque del producto importado en la aduana.
- **Impuesto a la Circulación de Mercaderías y Servicios (ICMS):** Es un impuesto de los estados brasileños que grava las operaciones de circulación de mercancías o de prestación de servicios de transporte entre los Estados, entre municipalidades y de comunicación. Este impuesto se aplica al valor de

las mercancías una vez adicionados el Impuesto sobre la Importación (II), el Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI), y los otros gastos requeridos. Desde el 01/01/2013 el arancel es de un 4% y es aplicado a los productos que tras su desaduanaje:: no hayan sometidos a proceso de industrialización, aunque sean sometidos a cualquier proceso de industrialización, transportación, montaje maquila resulten en mercaderías con contenido de importación superior al 40%.

- **Programa de Integración Social y Programa de Formación de Patrimonio de Servicios Públicos (PIS/PASEP) y Contribución para el financiamiento de Seguridad Social (Cofins):** Es un impuesto de contribución social con el objetivo de financiar el seguro de desempleo, beneficios monetarios y compartir ingresos de los organismos y entidades para trabajadores públicos (PASEP) o públicos (PIS). Este impuesto se atribuye a las mercancías una vez aplicados todos los anteriores, el valor de este impuesto varía según el producto y debe ser cancelado antes del día 20 mes subsiguiente.
- **Impuesto sobre los Servicios de cualquier Naturaleza (ISS):** Este gravamen es de competencia de los municipios y del Distrito Federal. El valor de este gravamen varía según el municipio, pero tiene costos mínimos y máximos, un 2 y un 5% respectivamente y se aplica al valor del servicio prestado.

➤ **CERTIFICACIONES**

- **Certificado de Origen:** Emitido en Chile por entidad autorizada para ello, con este se certifica que el importador brasileño podrá acceder a las preferencias arancelarias negociadas en el ámbito del ACE 35.

Para gran parte de los productos importados no son necesarias certificaciones pero en el caso de los insumos médicos son necesarias algunas certificaciones específicas, en este caso el importador brasileño tiene que contactar algunos organismos del gobierno brasileño para obtener las licencias de importación.

Los principales organismos que exigen certificaciones son:

- **MAPA:** Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento.
- **ANVISA:** Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria.
- **INMETRO:** Instituto Nacional de Metrología, Normalización y Calidad Industrial.
- **IBAMA:** Instituto Brasileño del Medio Ambiente y de los Recursos Naturales Renovables.

- **ETIQUETADOS:** En el caso de los insumos médicos existe la necesidad de registro de etiquetas, principalmente en algunos organismos gubernamentales brasileños, quienes entregan este registro son: MAPA, ANVISA e INMETRO.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup>Estudio de Mercado ProChile, Título ¿Cómo hacer negocios con Brasil?, Autor Oficina Comercial de Sao Paulo Brasil, año 2013.  
<http://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/6370458/Economia-de-los-Paises-Miembro-del-MERCOSUR-apunte.html>

## 2.5.2. EXPORTACIÓN DE INSUMOS MÉDICOS DESDE CHILE A LATINOAMÉRICA, CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE

### ❖ LATINOAMÉRICA

➤ **REPÚBLICA DOMINICANA:** Exportación desde Chile principalmente de la partida 90189090 (Partes y accesorios de instrumentos y medicina, cirugía y odontología o veterinaria, incluidos los de centellografía y demás aparatos electromédicos, así como los aparatos para pruebas visuales).

- **Arancel General:** 0% para la partida mencionada anteriormente.
- **Arancel Preferencial Producto Chileno:** No tenemos TLC ni acuerdo de Alcance Parcial por lo que no hay arancel preferencial para Chile, pero el producto está exento de arancel.
- **Otros impuestos:** 0%.
- **Barreras para arancelarias:** El solicitante de un permiso de importación deberá acompañar su solicitud de los siguientes documentos:
  - ✓ **Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura:** Del Laboratorio fabricante del producto que se va a importar y en su caso el “**Certificado de Libre Venta del producto en el país de Origen**”.
  - ✓ **Documento de Reconocimiento Sanitario para los fines Aduanales:** Expedido por la Dirección General de Drogas y Farmacias y que estará a disposición del solicitante en esta entidad de la Secretaría de Estado de Salud Pública y en la Dirección General de Aduanas.

- ✓ Los documentos citados y la certificación en el caso de ser necesario deberán adjuntarse traducidos, legalizados y en original.
  - ✓ La participación del mercado chileno es del 0,6%<sup>48</sup>
- **CUBA:** Principalmente se importan desde Chile la partida 9018, 9019, 9021, 9022 y 94002.

Chile y Cuba tienen suscrito el Acuerdo de Complementación (ACE 42), en vigor desde junio de 2008. A fines del año 2009 se realizaron nuevas negociaciones para ampliar el acuerdo mediante un II Protocolo Adicional, que incluye una nueva lista de preferencias arancelarias. Dicho protocolo entrará en vigor próximamente.

- **Preferencia Arancelaria:** 100% para todas las partidas.
- **Otros impuestos:** 0%
- **Barreras para arancelarias**
  - a) **Centralización de los recursos financieros:** El sector de equipos e insumos médicos, es uno de los sectores priorizados para el Gobierno cubano, pero no escapa a la concurrencia de ofertas en cuanto a competitividad de los precios (producto y flete) y el otorgamiento de financiamiento.

---

<sup>48</sup>[http://www.prochile.gob.cl/wp-content/blogs.dir/1/files\\_mf/documento\\_05\\_09\\_12110214.pdf](http://www.prochile.gob.cl/wp-content/blogs.dir/1/files_mf/documento_05_09_12110214.pdf)

- b) Relaciones diplomáticas e intereses políticos con el país del suministrador:** En ocasiones se favorece la compra a determinados suministradores cuyos gobiernos sean de interés para las relaciones diplomáticas de Cuba, tal es el caso de China.
- c) Condiciones crediticias para la adquisición del producto:** Un aspecto muy importante para la venta de productos a Cuba lo constituye el otorgamiento de financiamiento a los compradores cubanos.
- d) Protección e incentivación a la producción nacional:** Adicionalmente a las medidas arancelarias establecidas, en la mayoría de los casos las comisiones de compra de los importadores cubanos deben decidir todo lo relacionado con la demanda, necesidad, volúmenes, suministradores, etc.
- e) Negociaciones sin intermediarios:** Las autoridades comerciales de Cuba han indicado la preferencia por negociar con productores o fabricantes, excluyendo la intervención de intermediarios que encarecen las operaciones comerciales. Esta política se aplica a todos los sectores de importaciones del país, en particular al sector de los equipos e insumos médicos.
- **Regulaciones:** Las importaciones de los equipos e insumos médicos deben cumplir los requisitos técnicos y de homologación impuestos por el MINSAP, a través del Centro para el Control Estatal de Medicamentos, Equipos y Dispositivos Médicos (CECMED). Para los equipos médicos existe una Subdirección que atiende estos productos. El proceso de

Evaluación y Registro de un equipo médico consta de 2 etapas: inscripción del fabricante y proceso de evaluación y registro. <sup>49</sup>

➤ **CENTROAMÉRICA Y CARIBE**

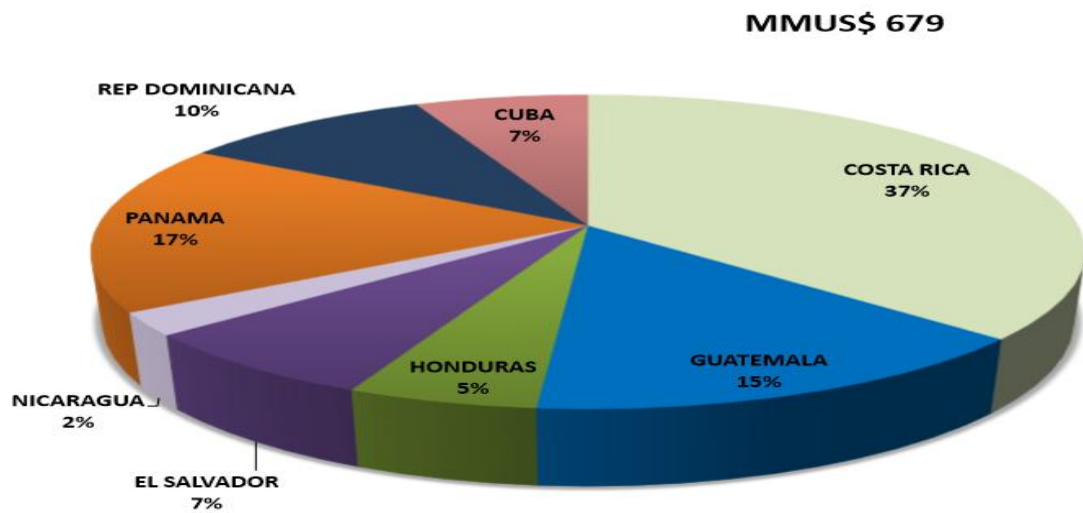
- **HONDURAS:** Realiza sus compras a través de la Secretaria de Salud Pública (para todo el sistema de salud a nivel mundial) y el Instituto Hondureño de Seguridad Social, El 30% lo importa de forma directa y el 70% restante a través de proceso de licitación.
- **PANAMÁ:** Normalmente licita las compras, pero ante la escasez de insumos médicos puede recurrir a la compra directa con distribuidores en el Extranjero.
- **GUATEMALA:** Se divide en dos tipos de mercado, debido a la característica de la población; en la capital se puede encontrar insumos médicos especializados y en provincia en donde es más escasa la atención médica, se comercializan otro tipo de insumos, teniendo que estar al alcance de los consumidores. Chile en la mayoría de estos países ingresa con arancel del 0% y además existe TLC vigente con Centroamérica y Panamá (desde el 2002 en adelante).

---

<sup>49</sup>[http://www.prochile.gob.cl/wpcontent/blogs.dir/1/files\\_mf/documento\\_01\\_03\\_12185303.pdf](http://www.prochile.gob.cl/wpcontent/blogs.dir/1/files_mf/documento_01_03_12185303.pdf)

❖ PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE CHILE EN EXPORTACIÓN DE INSUMOS MÉDICOS A PAÍSES DE CENTROAMÉRICA

**Gráfico 4: Porcentaje de participación de Chile en Exportación de Insumos Médicos a países de Centroamérica.**



Fuente: Estudio de mercado ProChile, Título “Centro América y Caribe”, Autora “Mariela Díaz Zamorano” jefa del departamento América Latina en ProChile.

En el gráfico número 4 podemos notar que existe una fuerte presencia de Chile en el mercado de Costa Rica seguido de Panamá y Guatemala, así por el contrario podemos notar que en Nicaragua y Honduras existe el menor porcentaje de mercado.

### 2.5.3. SITUACIÓN ACTUAL DE LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA PARA DETERMINAR POSIBLES COMPLICACIONES EN MERCADOS DE DESTINO.

Al ingresar a mercados de destino primero debemos analizar la situación actual de estos países, así podemos notar la presencia de posibles conflictos que afecten la economía y con ello el futuro de las exportaciones chilenas de insumos médicos. A continuación analizaremos la situación de los países pertenecientes al Mercosur.

#### **ARGENTINA**



La economía se beneficia principalmente de recursos naturales, una población con un buen grado de educación, un sistema de agricultura, y una importante industria. Importa y exporta principalmente a Brasil<sup>50</sup>

#### **“Argentina tiene cuatro problemas sociales”**

Un especialista de la Escuela de Innovación Educativa de la UNSE, Daniel Arroyo (docente de universidades de Buenos Aires y experto en gestión de Políticas Públicas), entregó una capacitación que se llamaba “Situación de Argentina: Diagnóstico y

---

<sup>50</sup><http://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/6370458/Economia-de-los-Paises-Miembro-del-MERCOSUR-apunte.html>

Políticas Públicas” aquí explico que Argentina posee cuatro problemas sociales principales

**1.- La pobreza estructural:** Una parte de la gente del país vive más parecido al siglo XIX que al siglo XXI, porque no tiene servicios básicos ni condiciones mínimas, sobre todo en las provincias del noroeste del país.

**2.- Informalidad Económica:** El que trabaja sin recibo de sueldo y por ende no tiene obra social, no sabe qué se va a jubilar tampoco tiene vacaciones, pagas ni un sindicato que lo defienda (esto es el 30% de los que trabajan).

**3.- La Desigualdad Social:** En la década del 70 la diferencia entre el 10% más rico y el más pobre era de 7 a 1, es decir \$7 pesos ganaba más rico y \$1 el más pobre. En 2011 se fue de 44 a 1, un proceso brutal de concentración y hoy es de 24 a 1, por lo que hay un alto nivel de desigualdad en Argentina.

**4.- La clave del Problema Social:** Es que hay 900.000 jóvenes de 16 a 24 años que no estudian ni trabajan

El Licenciado sostuvo que la situación ha mejorado en comparación con el 2001 pero que de todas formas se necesita una Reforma Tributaria para superar la desigualdad ya que los pobres no pueden pagar lo mismo que la clase alta de Argentina (Aquí se paga el 21% en IVA por ejemplo) .<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup><http://www.nuevodiarioweb.com.ar/notas/2012/6/7/argentina-tiene-problemas-sociales-400727.asp>

### **“En Argentina buscan alternativas ante falta de Insumos Médicos Importados”**

El secretario de Comercio Exterior Guillermo Moreno en Argentina debió reunirse con productores locales e importadores porque buscaba avanzar en el reemplazo de productos que según el Gobierno sean más baratos y de mejor calidad.

Lo que actualmente ocurre es que muchas empresas extranjeras practican lobby (intereses comunes que generan acciones que influyen en la administración pública) como es el caso de China en Argentina, entre los importadores y clínicas, sanatorios, además de hospitales privados. De este modo exportan productos a precios mucho menores de que lo que cuestan en suelo chino, quedando en evidencia que es mucho mejor comprar en el exterior que preferir la producción local, un ejemplo puede ser el caso de las jeringas, en China cuestan alrededor de un dólar y al país llegaron a 10 centavos de dólar. En conclusión lo que quiere comprobar el encargado de comercio exterior es que “no todo lo que viene desde afuera ingresa con menor precio a mercados argentinos”

Aquí Argentina desea avanzar en la fabricación local lo cual nos perjudica porque se importaría mucho menor cantidad de lo que se importa actualmente, y además esto comprueba que la competitividad en precios es un factor importante al momento de exportar insumos médicos en este país.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup><http://www.puntal.com.ar/v2/article.php?id=94191>

## **BRASIL**



Su economía es importante a nivel mundial ya que explota sectores de agricultura, ganadería, minería industria y turismo.<sup>53</sup>

### **“Brasil procura que sus empresarios aumenten sus negocios con Venezuela”**

A principios de noviembre del presente año la presidenta DilmaRousseff señaló estar preocupada por la falta de abastecimientos en Venezuela, hoy miembro legítimo del Mercosur. Brasil es el país con mayores recursos económicos del grupo pero no puede ayudar en este momento de forma directa y económicamente a los venezolanos dado el momento delicado por el que pasan las finanzas del país.

Por este motivo se llamó a los empresarios brasileños y empresas de trading vecinas a aumentar sus negocios con Venezuela, la tarea consiste en convencer en exportar más hacia el país

---

<sup>53</sup><http://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/6370458/Economia-de-los-Paises-Miembro-del-MERCOSUR-apunte.html>

Venezuela es uno de los principales compradores de productos brasileños pero la crisis económica que lo azota hace que muchas veces los pagos a las empresas se retrasen lo que ha creado más de una crisis en los últimos cinco años entre las autoridades de Venezuela y los empresarios que actúan en dicho país, Brasil como forma de ayuda dio la oportunidad de que las ventas podrían ser financiadas por el programa de financiamiento a las exportaciones (PROEX)

Como podemos ver en esta noticia, no es un buen momento para exportar hacia Venezuela.<sup>54</sup>

## URUGUAY



La producción del país está orientada básicamente a la exportación. Los productos de campo derivaron hacia un desarrollo industrial. El sector agropecuario es clave de su economía. Actualmente la forestación se ha convertido en el moto de la economía rural. Exporta principalmente a Brasil e importa a Argentina.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup>[http://internacional.elpais.com/internacional/2013/11/06/actualidad/1383774766\\_260180.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2013/11/06/actualidad/1383774766_260180.html)

<sup>55</sup><http://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/6370458/Economia-de-los-Paises-Miembro-del-MERCOSUR-apunte.html>

### **“La crisis golpea más de lo esperado a Uruguay”**

Un dato que influyó más en la desaceleración fue el comercio exterior, ya que demuestra que la crisis internacional golpeó más fuerte de lo esperado a Uruguay durante el año pasado.

Las exportaciones tuvieron un crecimiento nulo en comparación interanual dado que crecieron las exportaciones de servicios (vinculadas al turismo), pero cayeron las exportaciones de bienes.

Un dato importante es que si bien bajaron enormemente las exportaciones en el país, las importaciones aumentaron en más del 13%. El dato de las exportaciones revela que la crisis está golpeando la economía uruguaya más de lo que se esperaba

Como las importaciones aumentaron no representa complicaciones para nosotros en cuanto a exportar insumos médicos al país, de todos modos debemos tener en cuenta que el país pasa por una crisis.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup>[http://www.180.com.uy/articulo/28905\\_La-crisis-golpea-mas-de-lo-esperado-a-Uruguay](http://www.180.com.uy/articulo/28905_La-crisis-golpea-mas-de-lo-esperado-a-Uruguay)

## PARAGUAY



Su principal actividad económica es la agropecuaria que concentra al 50% de la población económicamente activa. Sus exportaciones se basan en los cueros y en la energía hidroeléctrica. La mayor parte de las exportaciones son hacia Brasil y las importaciones desde Argentina, desde su entrada al Mercosur en 1991 el país viene desarrollando intensamente los sectores industriales y terciarios.<sup>57</sup>

### **“Paraguay quiere libertad para negociar fuera del MERCOSUR”**

Paraguay buscará que sus socios del Mercosur le den “margen de maniobra” para negociar pactos comerciales bilaterales en forma independiente, el presidente esta acordando la readmisión de su país al bloque aduanero.

Se espera que para comienzos de 2014 Paraguay se reincorpore como socio pleno del Mercosur tras la suspensión temporal que sufrió el país en protesta por el juicio sumario al ex presidente Fernando Lugo el año pasado.

---

<sup>57</sup><http://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/6370458/Economia-de-los-Paises-Miembro-del-MERCOSUR-apunte.html>

Según el presidente sería bueno que los países tengan independencia en poder buscar mercados que a otros no interesen y a uno sí, y que tengamos los países la libertad de poder hacer esas negociaciones.

Las normas del Mercosur no permiten a los socios negociar en forma bilateral con naciones fuera de la región, un beneficio que Uruguay reclamó sin éxito en el pasado.

El pedido podría generar nuevas tensiones en el debilitado bloque integrado también por Argentina, Brasil y el recientemente incorporado por Venezuela

Una buena noticia para nosotros es que Paraguay ha buscado potenciar relaciones bilaterales acercándose a la Alianza del Pacífico que integran Chile, Colombia, México y Perú.<sup>58</sup>

## VENEZUELA



### **“Semana negra para la economía de Venezuela”**

El Banco Central de Venezuela anunció que la inflación fue del 4,4% en septiembre lo que representa un incremento del 49,4% en un año, una de las tasas más altas en más de una década. Ingresa con esto a los países con mayor inflación del planeta y solo es superada por Bielorrusia y Sudán del Sur,

---

<sup>58</sup><http://www.infobae.com/2013/09/19/1510152-paraguay-quiere-libertad-negociar-fuera-del-mercosur>

El drama del desabastecimiento, sumado a las trabas a las importaciones, está provocando una crisis sanitaria en el país por la falta de insumos esenciales. Un ejemplo es la situación es que ya no se pueden hacer diagnósticos de cáncer. Semanas atrás un grupo de médicos de hospitales públicos solicitó al presidente Nicolás Maduro que declare la “Emergencia Hospitalaria” para atender esta realidad.

Como podemos ver estamos frente a un país que necesita importar insumos médicos pero tiene trabas del Gobierno para poder realizarlo, además obviamente esto es producto de la crisis que agobia al país.<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup><http://www.infobae.com/2013/10/12/1515630-semana-negra-la-economia-venezuela>

#### 2.5.4. PORCENTAJE DE SATISFACCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE INSUMOS MÉDICOS DESDE CHILE AL MERCOSUR

A lo largo de este informe las autoras han abordado diversas partidas arancelarias, sin embargo, a continuación, se verán solo dos, debido a la dificultad para obtener las demás, enfocadas principalmente en los países del MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Venezuela)

**Tabla 20: Partida 9018908000.Los demás instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria, incluidos los del centellografía y demás aparatos electromédicos, así como los aparatos para pruebas visuales.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
<a href="#">219</a>	PERU	841,00	1.661.653,57	43,87	U
<a href="#">563</a>	ALEMANIA	4.186,12	599.257,96	15,82	U
<a href="#">225</a>	ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA...	7.001,00	409.311,16	10,81	U
<a href="#">218</a>	ECUADOR	1.528,00	407.308,52	10,75	U
<a href="#">508</a>	SUIZA	23,00	173.935,06	4,59	U
<a href="#">221</a>	BOLIVIA	6.850,93	125.979,51	3,33	U
<a href="#">223</a>	URUGUAY	730,00	109.728,35	2,90	U
<a href="#">224</a>	ARGENTINA	54,00	94.725,33	2,50	U
<a href="#">216</a>	MEXICO	1,00	82.024,87	2,17	U
<a href="#">342</a>	HONG KONG	25,00	59.043,75	1,56	U
<a href="#">331</a>	JAPON	1,00	29.498,53	0,78	U
<a href="#">517</a>	ESPAÑA	1,00	13.200,00	0,35	U
<a href="#">336</a>	CHINA	3,00	8.090,41	0,21	U
<a href="#">507</a>	DINAMARCA	1,00	5.850,00	0,15	U
<a href="#">220</a>	BRASIL	3,00	4.570,92	0,12	U

18 filtro Página 1 de 2 Ir a Página:

Fuente: ProChile.

La tabla número 20 muestra los principales países importadores de la partida 9018908000 desde Chile.

Como se puede apreciar, Argentina se encuentra en el 8vo lugar, importando el 2,5% del total de estos productos, sin embargo, dentro de los países del Mercosur, importa un 19,2% en equipos e insumos médicos.

Por otro lado, Brasil obtiene el 15avo lugar con un 0,12% del total de importaciones de la partida mencionada, muy contrario a lo que ocurre dentro del Mercosur, ya que Brasil es el líder importando un 77,1% de equipos e insumos médicos.

**Tabla 21: Partida 9021100000. Artículos y aparatos para ortopedia o para fracturas.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
<a href="#">218</a>	ECUADOR	6.001,44	335.942,03	25,12	KN
<a href="#">222</a>	PARAGUAY	5.785,41	176.896,02	13,23	KN
<a href="#">221</a>	BOLIVIA	4.740,29	169.461,71	12,67	KN
<a href="#">210</a>	PANAMA	2.830,12	149.970,94	11,21	KN
<a href="#">201</a>	VENEZUELA	1.453,80	128.247,59	9,59	KN
<a href="#">211</a>	COSTA RICA	2.815,69	104.366,48	7,80	KN
<a href="#">216</a>	MEXICO	1.824,22	78.489,20	5,87	KN
<a href="#">225</a>	ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA...	119,00	49.240,00	3,68	KN
<a href="#">212</a>	NICARAGUA	795,66	38.299,19	2,86	KN
<a href="#">213</a>	EL SALVADOR,	712,26	27.690,94	2,07	KN
<a href="#">215</a>	GUATEMALA	531,83	25.155,42	1,88	KN
<a href="#">223</a>	URUGUAY	614,50	21.344,39	1,60	KN
<a href="#">303</a>	KUWAIT	335,39	15.852,59	1,19	KN
<a href="#">508</a>	SUIZA	0,74	6.630,00	0,50	KN
<a href="#">202</a>	COLOMBIA	100,61	6.388,20	0,48	KN

18 filtro Página 1 de 2 Ir a Página:

Fuente: ProChile.

Como se pudo ver en el gráfico número 3, Paraguay, al igual que Argentina y Uruguay, realizan una mayor cantidad de importaciones de equipos e insumos médicos comparados con sus exportaciones.

En la tabla número 21, Paraguay se encuentra en el 2do lugar, lo que significa que importa un 13,23% de la partida 9021100000; sin embargo, dentro de los países del Mercosur, Paraguay, junto a Uruguay son los que menos importan, obteniendo un 1,4% y 2,4% respectivamente.

Por otro lado, Venezuela ha obtenido el 5to lugar contando con el 9,59% de importaciones de “Artículos y aparatos para ortopedia o para fracturas”.

Finalmente Uruguay aparece en el lugar número 12, con un 1,6% de importaciones desde Chile, lo que llama mucho la atención, ya que dentro del Mercosur Uruguay importa un 2,4% en equipos e insumos médicos, por lo tanto, se concluye que importa solo de Chile más de la mitad de su total de importaciones dentro del bloque.

### 2.5.5. COMPARACIÓN ENTRE OFERTA DE CHILE Y DEMANDA DE PAÍSES DE LATINOAMERICA RESPECTO A EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS

A continuación, las autoras compararán a 3 empresas exportadoras de equipos e insumos médicos en Chile versus los equipos e insumos médicos más comprados por países de Latinoamérica.

Esto será realizado con el fin de identificar la oferta exportable de Chile, y la demanda requerida por los países latinoamericanos.

- OPPICI S.A.: Fue fundada por ErcoleOppiciZecca, el año 1932. Su actividad inicial, hasta 1935 fue el diseño y fabricación en Chile de andariveles y puentes colgantes. Desde esa fecha hasta el año 1963 su actividad fue el diseño, fabricación y comercialización, de equipos y productos para Centrales de Alimentación, exclusivamente. El año 1963 se incorpora otra área de especialización, dando inicio a la fabricación y comercialización de equipos de esterilización y sanitización clínica (Autoclaves y maquinas Lavachatas, entre otros productos relacionados y complementarios).<sup>60</sup>

Algunos de los productos clínicos que Oppici comercializa son los siguientes:

- Mesa disección

---

<sup>60</sup>[http://www.oppici.cl/index.php?go=nuestra\\_empresa](http://www.oppici.cl/index.php?go=nuestra_empresa)

- Lavadora chatas
- Autoclaves esterilización general

➤ BIOCLIN S.A.: Es una empresa creada con el fin de manufacturar productos, entregar servicio de esterilización y asistencia técnica en el ámbito global de la esterilización a clientes insertos en el mercado público y privado de la provisión de atención de salud.

La empresa confecciona según los requerimientos del cliente el insumo, ajustándose a: tipo de gasa, medidas, volumen de despacho, períodos de entrega y tipo de empaque.

Además, nuestra empresa otorga asistencia técnica en evaluación de necesidades de productos de acuerdo a la prestación de salud del cliente y capacitación del personal profesional y técnico en áreas de manejo de materiales, esterilización, riesgo laboral, prevención y administración de recursos.<sup>61</sup>

Algunos de los productos que Bioclin exporta son:

- Compresas quirúrgicas
- Tómulas algodón y gasa
- Bolsa de drenaje

---

<sup>61</sup><http://www.bioclinsa.cl/paginas/empresa.htm>

- DIFEM PHARMA S.A.: Somos una empresa especializada en el desarrollo, producción y comercialización de productos que otorgan soluciones en higiene y desinfección.

Con más de 20 años de experiencia, y gracias al permanente desarrollo y calidad de nuestros productos, DIFEM LABORATORIOS se ha consolidado como un actor importante en 3 áreas de negocio.

- Área Médica: Hospitales y Clínicas, Farmacias.
- Área Industrial: Agroindustria, Acuicultura, Alimentos, HORECA.
- Área Consumo Masivo: Supermercados, Almacenes.

Nuestra misión es responder y satisfacer las diversas necesidades de nuestros variados clientes y mercados, junto con ofrecer nuevas propuestas de innovación y soluciones eficaces para la higiene y desinfección.

En Difem Laboratorios, contamos con la infraestructura, Sistemas de Gestión de Calidad y Registros necesarios para garantizar la calidad, seguridad y efectividad de nuestros productos.

Empresa está acreditada por SGS bajo la norma ISO 9001: 2008.<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup>[http://www.difem.cl/?page\\_id=6](http://www.difem.cl/?page_id=6)

Algunos de los productos exportados por la empresa son:

- Limpiador Desincrustante a base de ácido Glicólico
- Vaselina sólida blanca
- Guantes Vinilo

Como se puede apreciar, son diversos los productos que las empresas exportadoras de equipos e insumos médicas chilenas ofrecen al mercado extranjero, pasando desde guantes quirúrgicos hasta sillas de ruedas.

A continuación, se presentará una tabla, con los insumos y equipos médicos más comprados por parte de los países de Latinoamérica.

**Tabla 22: Demanda por parte de países de Latinoamérica.**

Los demás instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria, incluidos los de centellografía y demás aparatos electromédicos, así como los aparatos para pruebas visuales.
Los demás aparatos que utilicen radiaciones alfa, beta o gamma, incluidas las partes y accesorios, excepto unidades generadoras de radiación y cañones para emisión de radiación.
Partes y accesorios de instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria, incluidos los de centellografía y demás aparatos electromédicos, así como los aparatos para pruebas visuales.

Fuente: Elaboración propia, autora Gabriela Toro.

En la tabla 22, las autoras presentan los 3 partidas arancelarias (9018,9022 y 9018 respectivamente), mas importadas por los países latinoamericanos como Brasil, Argentina, Venezuela, entre otros.

Cabe destacar, que la oferta exportable de equipos e insumos médicos por parte de Chile, satisface la demanda del mercado extranjero; debido a que existe una amplia gama de productos nacionales, los que cumplen con todos los requisitos y necesidades que requiere el mercado.

2.5.6. PRECIOS DE LOS EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS EXPORTADOS  
DESDE CHILE

Chile exporta diversos equipos e insumos médicos principalmente a países de Latinoamérica.

A continuación las autoras presentarán dos tablas que contienen las partidas trabajadas a lo largo del informe, y sus respectivos montos.

**Tabla 23: Exportaciones desde Chile 2013.**

<b>PARTIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MONTO</b>	<b>%</b>	<b>UNIDAD</b>
<b>9018</b>	4.843.261,74	6.130.766,71	0,011719	U
<b>9019</b>	10.653,86	678.765,49	0,001297	KN
<b>9020</b>	3.606,25	168.790,33	0,000323	KN
<b>9022</b>	8.779,84	3.176.489,97	0,006072	U
<b>9402</b>	15.270,48	276.499,07	0,000529	KN

Fuente: Elaboración propia, autora Gabriela Toro.

La tabla 23 muestra el total de productos importador por partida, ya sea la cantidad, monto porcentaje y unidad.

Como se puede ver, Chile exporta mayoritariamente productos pertenecientes a la partida 9018, la que consta de 4.843.261 unidades aproximadamente lo que se traduce monetariamente en USD\$6.130.766,71.

**Tabla 24: Monto FOB productos exportados desde Chile por partida.**

<b>PARTIDA</b>	<b>MONTO FOB ENERO- OCTUBRE 2013</b>
<b>9018</b>	8.154.632
<b>9019</b>	741.582
<b>9020</b>	160.231
<b>9022</b>	3.679.762
<b>9402</b>	433.687
<b>TOTAL</b>	13.187.894

Fuente: Elaboración propia, autora Gabriela Toro.

La tabla número 24, representa el monto FOB de las exportaciones que realiza Chile respecto a los equipos e insumos médicos.

Como se puede apreciar, al igual que en la tabla 23, la partida 9018, es la que mayor ingresos produce para Chile, con un monto FOB de USD\$8.154.632.

2.5.7. DECISIÓN PRÁCTICA SOBRE LA EXPORTACION CHILENA DE INSUMOS MÉDICOS

**EMPRESA ESCOGIDA: BLUNDING S.A**



Blunding S.A es una compañía chilena fundada en el año 1987, su misión es el diseñar, manufacturar, comercializar y exportar productos médicos de excelencia para el área de la ortopedia, traumatología, enfermería y medicina deportiva.

El prestigio y permanencia de Blunding S.A. en el mercado ha sido forjado, gracias al compromiso de sus accionistas, ejecutivos y trabajadores, quienes en forma creativa y responsable colocan diariamente su esfuerzo al servicio del cliente.

Las autoras piensan que Blunding es la escogida principalmente, porque la variedad de sus productos es mayor, presentando una oferta exportable de la mayoría de las partidas que han sido nombradas en esta tesis, además comercia con países nombrados en el análisis de Proyección Final como es el caso de Paraguay, Costa Rica, Panamá, Guatemala entre otros, esto nos facilita el ingreso hacia nuevos países y/o aumentar a la vez también las exportaciones con los ya existentes

#### ❖ PARTIDAS ARANCELARIAS MÁS EXPORTADAS EN CHILE

Las partidas arancelarias más vendidas en el comercio internacional con otros países son principalmente las correspondientes a la partida 9018 y 9021, ya que son las que generan más cantidad de exportaciones según estudios recogidos por ProChile y además son las más pedidas por los países de Latinoamérica, Centroamérica y el Caribe que son nuestro principal mercado actual.

#### ❖ PAISES ESCOGIDOS PARA LAS EXPORTACIONES DE LA EMPRESA CHILENA

- Brasil: Como se ha mencionado anteriormente, Brasil, es el principal país importador de equipos e insumos médicos del Mercosur y la mayor economía de Latinoamérica.

Chile al exportar productos a Brasil, no debe pagar el impuesto a la importación, que exige Brasil a otros países, debido a que Chile es un país asociado al Mercosur.

Brasil es un país de dimensiones continentales, con un área de más de 8,5 millones de Km<sup>2</sup> (5º.mayor país en extensión territorial), con más de 190,7 millones de habitantes), lo que se traduce en mayor cantidad de infraestructura hospitalaria.

En un estudio realizado por ProChile, se comenta que los consumidores brasileros, prefieren productos con calidad suficiente pero con precios bajos, algo que Chile puede otorgar, ya sea por la cercanía, acuerdos económicos, etc.

- Cuba: Otro de los países a exportar, principalmente porque presenta una demanda sorprendente de todas las partidas reconocidas en esta tesis (9018, 9019, 9021, 9022, 9402). Principalmente lo hemos escogido por el tema de las Licitaciones Públicas, ya que a través de ProChile principalmente se trabaja con el Gobierno y Cuba presenta un régimen dirigido por el Gobierno, por lo cual esto se hace más efectivo. Esta información de cómo venderle a un estado, los proveedores la pueden encontrar en [www.chilecompra.cl](http://www.chilecompra.cl) y también en [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl).

#### ❖ CHILE, EXPORTADOR DE INSUMOS MÉDICOS A BRASIL Y CUBA

A través de los puntos analizados en la proyección final podemos determinar que Chile tiene la capacidad de exportar insumos médicos a Brasil y Cuba por los siguientes factores:

- Chile posee una excelente imagen país que se extiende incluso a los países de Centroamérica, además no presenta conflictos sociales con ninguno de los países de destino (Brasil y Cuba)
- Posee culturas similares y cercanía con los países escogidos.

- Tiene una buena relación de precio/ calidad ya que por este motivo Cuba presenta una alta demanda de la mayoría de las partidas.
- Posee importantes TLC y Acuerdos de Complementación Económica con los mercados de destino que hemos mencionado.
- La logística se ha perfeccionado (aunque aún no es del todo suficiente)
- Menores costos de transporte ya que los países se encuentran en el mismo continente.
- Tenemos una excelente preferencia arancelaria con MERCOSUR (sobre todo si le exportamos a Brasil como país escogido en esta proyección).
- Menores tiempo de entrega (principalmente por la cercanía).

### CAPÍTULO 3: CONCLUSIONES

En Chile, existen empresas, en su mayoría Pymes que junto a ProChile han decidido dedicar su rubro a fabricar y exportar insumos y equipos médicos, esto es de suma relevancia ya que, el sector, a pesar de poseer un nicho muy reducido de mercado, es capaz de manufacturar estos equipos y a la vez venderlos al mercado internacional. Este punto a la vez traduce que Chile a futuro, podría aumentar el nivel de exportaciones y equilibrar la balanza comercial. El país anteriormente dependía casi en su totalidad de empresas norteamericanas, alemanas y chinas.

Las autoras concluyen que Chile es un país viable para la exportación de insumos médicos principalmente por los siguientes motivos:

- **Las Empresas Exportadoras poseen un respaldo:** ProChile es un organismo gubernamental que se dedica a fomentar las exportaciones, entre las cuales, existe un nicho para los equipos e insumos médicos, esto indica que las 14 empresas que ya existen y las que se quieran unir a futuro, poseen el respaldo de este organismo quien las orientará y ayudará.
- **Existe Oportunidad de Negocios:** Actualmente la Alianza Pacífico es un buen enfoque para exportar, lo más probable es que si se llega a un buen acuerdo o a una buena negociación, existirá un aumento en las oportunidades de venta de equipos e

insumos médicos chilenos. Recientemente Paraguay es uno de los países que principalmente quería negociar con Chile a través de este acuerdo.

El Mercosur tampoco se queda atrás como foco de exportación ya que Argentina y Brasil se encuentran en una situación-país favorable para exportar, a estos también se unen los países correspondientes a Centroamérica y el Caribe.

Por último las empresas exportadoras, van a seguir participando en licitaciones públicas como en el caso de Cuba, quien se lleva gran parte de las partidas arancelarias exportadas en el área.

- **Empresas poseen mayor acercamiento al País Importador:** ProChile ayuda a las empresas a poder generar cada vez un mayor acercamiento con entidades gubernamentales de los otros mercados, así obtienen una mejor llegada con el país importador. El organismo a través de misiones comerciales (en el programa de reuniones), lleva a mínimo 10 empresas con un Ministro, con un Subsecretario o algún encargado de la entidad gubernamental ya que de lo contrario si se presentan solas es muy difícil poder negociar y conocer las preferencias del país, así también obtienen más posibilidades de exportar con éste.
- **Es un Mercado Joven que puede Proyectarse:** Los insumos médicos son productos no tradicionales, el motivo de que sean menos exportados que otros productos principalmente es porque hablamos de un mercado joven, (no así las empresas de fármacos ya que los laboratorios son muy antiguos). Las empresas de insumos médicos son empresas que en general, no llevan más de 20 años en el mercado, la mayoría de ellas empezó comercializando sus productos a nivel nacional

y después empezaron a exportar a otros países de Suramérica. Principalmente una empresa no decide exportar insumos médicos, porque es complicado en cuanto al tema de confianza, es decir, al no existir tradición exportadora es muy difícil conseguir registrarse en comparación a otros productos. Por este motivo es de principal importancia tener una solución para fomentar las exportaciones en esta área.

### **¿Cómo aumentar las Exportaciones de Insumos y Equipos Médicos Chilenos?**

Para poder aumentar las exportaciones de Insumos y Equipos Médicos se necesitan estrategias y nuevos recursos, que ayudarán a crear la confianza necesaria en los exportadores chilenos, así el mercado de los insumos médicos puede ser visto de manera sustentable y a la vez rentable ante los ojos de los fabricantes nacionales y a su vez también para los compradores internacionales.

En el caso de ProChile, los productos exportados se clasifican según su sector, éste puede ser: Alimentos, Servicios e Industrias. En el caso de Alimentos y Servicios existen varios concursos en los cuales los exportadores participan y son beneficiados con un buen financiamiento en el proceso de exportación o con buenas negociaciones con importadores internacionales, este el caso del concurso silvoagropecuario por ejemplo. Para el sector industrias existe una menor oferta en cuanto a estos concursos y casi siempre está orientada a la tradición exportadora más confiable como es el caso de la madera.

Actualmente ProChile está presentando un escaso financiamiento para las empresas exportadoras y se está enfocando más en el área de la orientación. Por este y los anteriores motivos las autoras concluyen que entre los principales recursos están:

**1. Un mayor financiamiento de parte de ProChile a través de Incentivos del Gobierno.**

Es de suma importancia que el Gobierno a través del Ministerio de Relaciones Exteriores presente un mayor enfoque a las exportaciones chilenas a través de un mejor financiamiento ya que muchas de las empresas que exportan en nuestra área son pymes, por lo tanto no poseen muchas veces los recursos necesarios para internacionalizarse.

**2. Una mayor cantidad de concursos enfocados al área de Industrias.**

En este momento en ProChile, se está llevando a cabo el concurso Industrias y Servicios, el cual ayuda al sector de Insumos y Equipos Médicos porque busca principalmente productos de un mayor valor agregado:

“Con el Concurso de Industrias y Servicios apuntamos a apoyar el crecimiento, diversificación e internacionalización de sectores no tradicionales en las exportaciones chilenas, de tal manera que estas empresas y sectores obtengan posicionamiento en los mercados internacionales, dando a Chile una imagen de

país exportador de bienes y servicios de mayor valor agregado”, explica Carlos Honorato, Director de ProChile.<sup>63</sup>

Las postulaciones estarán abiertas hasta el 10 de diciembre. Se entregarán US\$500.000 en cofinanciamiento, otorgando hasta un 65% del costo total del proyecto, con un tope de US\$20.000. Los resultados se entregarán el 13 de febrero de 2014.

pro|CHILE



Así como este concurso debería existir un aumento de los mismos, que apoyen el cofinanciamiento y a la vez los exportadores se puedan interiorizar de los distintos productos que existen en este sector. Además debería aumentar la exposición en ferias, como lo hace Expo hospital que reúne a exportadores e importadores de Insumos y Equipos Médicos. Otro punto importante es incluir más empresas del área en el Encuentro Exportador anual, ya que así favorecería las negociaciones.

---

<sup>63</sup><http://www.prochile.gob.cl/noticias/lanzan-concurso-para-promover-exportaciones-de-industrias-y-servicios/>

**3. Una mayor cantidad de estudios de mercado, de Insumos y Equipos Médicos por parte de ProChile, con el fin de que los exportadores conozcan más sobre el sector y los principales destinos de exportación.**

Según lo investigado por las autoras, se presentan muy pocos estudios de mercado dirigidos al área de Insumos y Equipos Médicos en la bitácora de ProChile, la mayoría estaba asociado a otros productos, fármacos o a estudios de mercados por país y no por producto. Por lo mismo, los exportadores pueden conocer mucho más de otras áreas exportadas que la perteneciente a la de Insumos y Equipos Médicos.

Es de relevancia que ProChile presente más información de este sector y de los principales países de destino.

**4. Negociar con países que presenten Acuerdos Comerciales con Chile.**

Es un buen punto tratar de aumentar las exportaciones en un comienzo, exportando con países con los cuales Chile posea Tratados de Libre Comercio y Acuerdos de Complementación Económica, anteriormente se habló del ACE 35 más conocido como MERCOSUR, con lo cual se ha determinado que dos grandes economías estables serían Argentina y Brasil.

**5. Conociendo el Mercado Actual de Insumos y Equipos Médicos.**

Se ha descubierto que el factor precio, es de relevancia para las empresas importadoras a la hora de decidir comprar en un país u otro, por lo que si

deseamos aumentar las exportaciones chilenas debemos tener en cuenta: el precio de mercado para estos equipos y los gastos asociados a ello (transporte, embalaje, sistema logístico etc.), y así determinar cuáles son los países apropiados para fomentar las exportaciones los cuales pueden ser determinados por temas de cercanía, costos y situación del país, además debe el exportador tener en cuenta la competencia directa para los países de destino.

Actualmente los insumos médicos son menos exportados que otros productos, debido a que su presencia en el mercado comenzó no más allá de 20 años, por lo que son empresas relativamente jóvenes. No así los fármacos, ya que los laboratorios son muy antiguos.

La mayoría de las empresas dedicadas a la comercialización de insumos y equipos médicos, comenzó vendiendo sus productos a nivel nacional, y luego de años se expandieron al exterior, lo que conlleva al poco conocimiento hacia las empresas chilenas de este rubro por parte del resto de los países de Sudamérica. Esto provoca que las empresas nacionales, a la hora de vender sus productos, duden en exportarlos, por la poca tradición exportadora de Chile en este sector, no así Estados Unidos y Japón.

Por otro lado, los equipos e insumos son tan específicos y técnicos, que es de gran dificultad encontrar al cliente adecuado, sobre todo lograr concretar la venta. Por ejemplo en el caso de las frutas, como la manzana que tiene distintas variedades, en el

fondo seguirá siendo una manzana, sin embargo, en los equipos médicos como las ambulancias, cada una tiene distintas cosas técnicas, por lo que cuesta concretar un negocio.

Otra cosa importante que las autoras descubrieron, es el tema de los registros. Existen productos que se demoran más de un año en poder registrar por sus características técnicas. En Chile en el ISP las empresas se demoran aproximadamente 2 o 3 meses en registrar sus productos teóricamente, ya que en la práctica se demoran alrededor de 6 meses. Por lo tanto, una empresa chilena que fabrica insumos y/o equipos médicos, debe tener en cuenta que se demorará otros 6 meses en registrar el producto en el país extranjero ya que no conoce bien el sistema de allá, por lo que muchas contratan un bufett de abogados, y por lo general deben tener a una contraparte que se encargue de ver todos los documentos y requisitos necesarios en el país de destino, para no estar viajando todas las semanas; tema que no pasa con otros productos ya que no necesitan ser registrados.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- <http://www.prochile.gob.cl/quienes-somos/>
- <http://www.tecnigen.cl>
- [http://www.tecnigen.cl/?page\\_id=222](http://www.tecnigen.cl/?page_id=222)
- <http://www.edicionesespeciales.elmercurio.com/hoy/detalle/index.asp?idnoticia=201209121094351&idcuerpo=1072>
- [http://www.colegiomedico.cl/Portals/0/files/etica/art\\_interes/conflictos\\_de\\_intereses\\_en\\_la\\_practica\\_medica.pdf](http://www.colegiomedico.cl/Portals/0/files/etica/art_interes/conflictos_de_intereses_en_la_practica_medica.pdf)
- <http://www.economia48.com/spa/d/partida-arancelaria/partida-arancelaria.htm>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Licitaci%C3%B3n>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Tratados\\_de\\_libre\\_comercio\\_de\\_Chile](http://es.wikipedia.org/wiki/Tratados_de_libre_comercio_de_Chile)
- <http://www.proargentina.gov.ar/estudios/equipamientomedico/comercio.html>
- [http://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2013/03/creacion\\_prochile.pdf](http://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2013/03/creacion_prochile.pdf)
- [http://www.unap.cl/~setcheve/cdeg/CdeG%20\(2\)-115.htm](http://www.unap.cl/~setcheve/cdeg/CdeG%20(2)-115.htm)
- [http://www.prochile.gob.cl/wp-content/blogs.dir/1/files\\_mf/documento\\_01\\_03\\_12185303.pdf](http://www.prochile.gob.cl/wp-content/blogs.dir/1/files_mf/documento_01_03_12185303.pdf)
- [http://www.prochile.gob.cl/wp-content/blogs.dir/1/files\\_mf/documento\\_05\\_09\\_12110214.pdf](http://www.prochile.gob.cl/wp-content/blogs.dir/1/files_mf/documento_05_09_12110214.pdf)
- [http://www.prochile.gob.cl/wp-content/blogs.dir/1/files\\_mf/documento\\_05\\_22\\_12162918.pdf](http://www.prochile.gob.cl/wp-content/blogs.dir/1/files_mf/documento_05_22_12162918.pdf)

- <http://www.prochile.gob.cl/difusion/difusion2013/julio/macrorruedamexico/info.pdf>
- <http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/most.rarDocumento/?doc=4630797>
- <http://www.diariocomex.cl/16923/exportacion-productos-medicos-alza>
- [http://www.pymer.cl/?page\\_id=3545](http://www.pymer.cl/?page_id=3545)
- [http://www.pymesdechile.cl/resultados\\_busqueda.html](http://www.pymesdechile.cl/resultados_busqueda.html)
- <http://www.ortomedic.cl/marcas.html>
- <http://www.expohospital.cl/index.php?d=502&b=&idi=>
- <http://www.economiaynegocios.cl/especiales/proyecciones-2010/comercio-internacional.html>
- <http://www.prochile.gob.cl/noticias/lanzan-concurso-para-promover-exportaciones-de-industrias-y-servicios/>
- <http://www.puntal.com.ar/v2/article.php?id=94191>
- [http://www.prochile.gob.cl/wp-content/blogs.dir/1/files\\_mf/1365775345Venezuela.pdf](http://www.prochile.gob.cl/wp-content/blogs.dir/1/files_mf/1365775345Venezuela.pdf)
- <http://www.nuevodiarioweb.com.ar/notas/2012/6/7/argentina-tiene-problemas-sociales-400727.asp>
- [http://internacional.elpais.com/internacional/2013/11/06/actualidad/1383774766\\_260180.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2013/11/06/actualidad/1383774766_260180.html)
- <http://www.infobae.com/2013/09/19/1510152-paraguay-quiere-libertad-negociar-fuera-del-mercosur>

- <http://www.infobae.com/2013/10/12/1515630-semana-negra-la-economia-venezuela>
- <http://www.180.com.uy/articulo/28905-La-crisis-golpea-mas-de-lo-esperado-a-Uruguay>
- <http://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/6370458/Economia-de-los-Paises-Miembro-del-MERCOSUR-apunte.html>
- <http://impresa.elmercurio.com/pages/LUNHomepage.aspx?BodyID=2&gclid=CKSX7pXl8LoCFYtQOgodaQ0Aig>
- [www.aduana.cl](http://www.aduana.cl)
- <http://www.blunding.cl/>
- <http://www.chilecompra.cl/>

## **ANEXOS**

### **PROCHILE VALPARAÍSO**

Se encuentra ubicado en calle Limache 3405, oficina 92 piso 9 El Salto, Viña del Mar Valparaíso.

Su estructura organizacional es:

Directora Regional y Macrozonal (IV, V, VI Región): Claudia Chaparro Osorio.

Sectorialista Área Alimentos: Silvia Lillo Gerli.

Sectorialista Área Industria: Ludwig Mayer de la Barra.

Sectorialista Área Servicios: María José Godoy Harb.

Sectorialista Área Nuevas Empresas: Juan Andrés Ibáñez Bustamante.

Secretaria: Ruth Cortés Julio

Secretario: Maximiliano Lizana

Auxiliar: Ercira Vidal Locomilla.

## DESCRIPCIÓN PARTIDAS ARANCELARIAS

A continuación se encuentran las partidas arancelarias con sus respectivas descripciones.

**Tabla 25: Partidas arancelarias.**

Partida arancelaria	Descripción
<b>9018</b>	<b>Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria, incluidos los de centellografía y demás aparatos electromédicos, así como los aparatos para pruebas visuales</b>
<b>9018.11</b>	Electrocardiógrafos
<b>9018.12</b>	Aparatos de diagnóstico por exploración ultrasónica
<b>9018.13</b>	Aparatos de diagnóstico de visualización por resonancia magnética
<b>9018.14</b>	Aparatos de centellografía
<b>9018.19</b>	Los demás
<b>9018.20</b>	Aparatos de rayos ultravioletas o infrarrojos
<b>9018.41</b>	Tornos dentales, incluso combinados con otros equipos dentales sobre basamento común
<b>9018.49</b>	Los demás
<b>9018.50</b>	Los demás instrumentos y aparatos de oftalmología
<b>9018.90</b>	Los demás instrumentos y aparatos (Desfibriladores, incubadoras, monitores cardíacos, aparatos para diálisis, aparatos para anestesia)

Partida arancelaria	Descripción
<b>9019</b>	<b>Aparatos de mecanoterapia; aparatos para masajes; aparatos de sicotecnia; aparatos de ozonoterapia, oxigenoterapia o aerosolterapia, aparatos respiratorios de reanimación y demás aparatos de terapia respiratoria</b>
<b>9019.10</b>	Aparatos de mecanoterapia; aparatos para masajes; aparatos de sicotecnia
<b>9019.20</b>	Aparatos de ozonoterapia, oxigenoterapia o aerosolterapia, aparatos respiratorios de reanimación y demás aparatos de terapia respiratoria

Partida arancelaria	Descripción
9020	Los demás aparatos respiratorios y máscaras antigás, excepto las máscaras de protección sin mecanismo ni elemento filtrante amovible
9020.0011	Aparatos respiratorios Autónomos
9020.0012	Aparatos respiratorios Con fuente de aire comprimido exterior
9020.0019	Los demás aparatos respiratorios

Partida arancelaria	Descripción
9022	Aparatos de rayos X y aparatos que utilicen radiaciones alfa, beta o gamma, incluso para uso médico, quirúrgico, odontológico o veterinario, incluidos los aparatos de radiografía o radioterapia, tubos de rayos X y demás dispositivos generadores de rayos X, generadores de tensión, consolas de mando, pantallas, mesas, sillones y soportes similares para examen o tratamiento
9022.12	Aparatos de tomografía regidos por una máquina automática de tratamiento o procesamiento de datos
9022.13	Los demás, para uso odontológico
9022.1410	Los demás para uso médico o quirúrgico
9022.21	Aparatos que utilicen radiaciones alfa, beta o gamma, incluso para uso médico, quirúrgico, odontológico o veterinario, incluidos los aparatos de radiografía o radioterapia Para uso médico, quirúrgico, odontológico o veterinario
9022.30	Tubos de rayos X.

Partida arancelaria	Descripción
9402.9010	Mobiliario médico-quirúrgico

Fuente:

<http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4630797>

**EMPRESAS IMPORTADORAS DE INSUMOS MÉDICOS**

**Tabla 26: Empresas importadoras de insumos y equipos médicos en Chile.**

<p align="center"><b>3M CHILE S.A.</b> Santa Isabel 1001 Santiago, Chile Tel: (56-2)410 3000 Fax: (56-2)204 8900 <a href="http://www.3m.cl">www.3m.cl</a></p>	<p align="center"><b>AIRLIQUIDE CHILE, SA</b> Avda. Kennedy,5454, Oficina 1004 Tel: (56 2)465 7600 Fax: (56 2 465 7640<a href="http://www.airliquide.cl">www.airliquide.cl</a></p>	<p align="center"><b>ALLMEDICA, SA</b> José Araneda, 86 Ñuñoa-Santiago, Chile Tel: (56 2) 379 1777 Fax:(56 2) 269 2111 <a href="http://www.allmedica.cl">www.allmedica.cl</a></p>
<p align="center"><b>ALTA TECNOLOGÍA MÉDICA, SA</b> Avda. Eliodoro Yáñez, 2450 Santiago Tel: (56 2) 335 1810 Fax: (56 2) 335 1811 <a href="http://www.atm.cl">www.atm.cl</a></p>	<p align="center"><b>ANDOVER ALIANZA MÉDICA, SA</b> Mariano Sánchez Fontecilla 548-B Las Condes, Santiago Tel:(56 2) 333 0443 Fax: (56 2)335 6249 <a href="http://www.andover.cl">www.andover.cl</a></p>	<p align="center"><b>B.BRAUN MEDICAL S.A.</b> Calle Nueva 5335 Conchalí, Santiago, Chile Tel:(56 2) 741 3682 Fax: (56 2) 623 0100 <a href="http://www.bbraun.cl">www.bbraun.cl</a></p>
<p align="center"><b>BIOMET CHILE, S.A.</b> Pocuro 2255 B Providencia,Santiago Chile Tel:(56 2) 269 0600 Fax: (56 2) 269 0607 <a href="http://www.biomet.cl">www.biomet.cl</a></p>	<p align="center"><b>BORZUTZKY FRIDMAN S.A.</b> Ejército Libertador 626 Santiago, Chile Tel:(562)699 1943 Fax: (562)6993932 <a href="http://www.borzutzkysa.cl">www.borzutzkysa.cl</a></p>	<p align="center"><b>CENCOMEX S.A.</b> Avda. Condell 272 Providencia-Santiago Chile Tel:(562)750 2800 Fax:(56-2) 750 2850 <a href="http://www.csm.cl">www.csm.cl</a></p>
<p align="center"><b>CIENTEC INSTRUMENTOS CIENTIFICOS S.A.</b> Miguel Claro 815 Providencia-Santiago Chile Tel: (56-2) 235 0085 Fax: (56-2) 235 0302 <a href="http://www.cientecinstrumentos.co.cl">www.cientecinstrumentos.co.cl</a></p>	<p align="center"><b>COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS MÉDICOS BIOSCIENCE CHILE LTDA.</b> Dr. Manuel Barros Borgoño 384, O.f 23 Providencia-Santiago Chile Teléfono: (56 2) 445 8963 Fax: (56 2) 445 8910</p>	<p align="center"><b>COMERCIAL KENDALL CHILE, LTDA</b> Avda. Vitacura 2736, Of. 501 Las Condes- Santiago Teléfono: (56 2) 231 3411 Fax: (56 2) 232 5787 <a href="http://www.kendallchile.cl">www.kendallchile.cl</a></p>

<p><b>DIPROMED S.A.</b>  Av. Matta 649 Santiago  Chile  Tel: (56-2) 635 3804  Fax: (56-2) 634 4564  <a href="http://www.dipromed.cl">www.dipromed.cl</a></p>	<p><b>DISTRIBUIDORA  MEDICSA, LTDA.</b>  Nueva de Lyon 105, Of. 36  Providencia- Santiago Chile  Tel: (56-2) 334 7340  Fax: (56-2) 252 0375</p>	<p><b>DRAGER MEDICAL  CHILE, LTDA.</b>  Alonso de Córdova 5151,  Of. 1901  Las Condes- Santiago Chile  Tel: (56-2) 482 1000  Fax: (56-2) 482 1001  <a href="http://www.dragermedical.cl">www.dragermedical.cl</a></p>
<p><b>DROGUERIA  HOFMANN S.A.C.</b>  Los Gobelinos 2507  Renca- Santiago Chile  Tel: (56-2) 435 6000  Fax: (56-2) 435 6070  <a href="http://www.hofmann.cl">www.hofmann.cl</a></p>	<p><b>EQUIMED  ELECTRÓNICA  LTDA.</b>  Rancagua 635  Providencia- Santiago Chile  Tel: (56-2) 341 1102  Fax: (56-2) 269 6711  <a href="http://www.equimed.cl">www.equimed.cl</a></p>	<p><b>HEMISFERIO SUR S.A.</b>  Avda. Francisco Bilbao 2829  Providencia- Santiago Chile  Tel: (56-2) 204 5707  Fax: (56-2) 2045177  <a href="http://www.hemisur.cl">www.hemisur.cl</a></p>
<p><b>HOSER INGENIERÍA</b>  Avda. Las Condes 11400,  Of. 43  Santiago, Chile  Tel: (56-2) 371 81 02  Fax: (56-2) 371 8098  <a href="http://www.hoser.cl">www.hoser.cl</a></p>	<p><b>HOSP. PRODUCTOS  MÉDICOS LTDA.</b>  Avda. del Valle 945, Of.  2605  Huechuraba- Santiago Chile  Tel: (56-2) 584 6001  Fax: (56-2) 584 6008  <a href="http://www.hospitalia.cl">www.hospitalia.cl</a></p>	<p><b>INDURA S.A.</b>  Camino a Melipilla 7060  Santiago, Chile  Tel: (56-2) 530 3000  Fax: (56-2) 530 3262  <a href="http://www.indura.cl">www.indura.cl</a></p>
<p><b>INDUSTRIAL Y  COMERCIAL  BAXTER DE CHILE  LTDA.</b>  Avda. México 715  Recoleta- Santiago Chile  Tel: (56-2) 620 2100  Fax: (56-2) 620 2101  <a href="http://www.baxter.cl">www.baxter.cl</a></p>	<p><b>INTERNATIONAL  CLINICS S.A.</b>  Avda. Pedro de Valdivia  1219  Providencia- Santiago Chile  Tel: (56-2) 472 7200  Fax: (56-2) 472 7296  <a href="http://www.iclinics.cl">www.iclinics.cl</a></p>	<p><b>IVENS S.A.</b>  Avda. Los Leones 3028  Ñuñoa-Santiago Chile  Tel: (56-2) 360 8000  Fax: (56-2) 3608 102  <a href="http://www.ivenz.cl">www.ivenz.cl</a></p>

<p><b>JOHNSON &amp; JOHNSON MEDICAL CHILE (J&amp;J MEDICAL CHILE)</b> Av. Kennedy 5454, Piso 12 Vitacura, Santiago Chile Tel: (56-2) 350 2400 Fax: (56-2) 350 2410 <a href="http://www.jnjgateway.com">www.jnjgateway.com</a></p>	<p><b>LABORATORIOS FASA S.A.</b> Avda. Vicuña Mackenna 585 Santiago, Chile Tel: (56-2) 222 1122 Fax: (56-2) 661 9410 <a href="http://www.farmaciasahumada.cl">www.farmaciasahumada.cl</a></p>	<p><b>M. KAPLAN Y CIA LTDA.</b> Marchant Pereira 174 Santiago, Chile Tel: (56-2) 225 8290 Fax: (56-2) 225 9538 <a href="http://www.kaplan.cl">www.kaplan.cl</a></p>
<p><b>MEDCOM EQUIPOS MÉDICOS LTDA.</b> Manuel Rodríguez 677, Of. 24 Santiago, Chile Tel: (56-2) 671 8813 Fax: (56-2) 671 8813 <a href="http://www.medcom.cl">www.medcom.cl</a></p>	<p><b>MEDIPILEX S.A.</b> Julio Prado 1069 Providencia- Santiago Chile Tel: (56-2) 204 3863 Fax: (56-2) 204 5114 <a href="http://www.mediplex.cl">www.mediplex.cl</a></p>	<p><b>MEDITEC S.A.</b> Madrid 1386 Santiago Centro, Santiago Chile Tel: (56-2) 555 09 09 Fax: (56-2) 5512894 <a href="http://www.meditec.cl">www.meditec.cl</a></p>
<p><b>PENTAFARMA S.A.</b> AvPocuro 1915 Providencia – Santiago Chile Tel: (56-2) 269 7440 Fax: (56-2) 269 7433</p>	<p><b>P.V. EQUIP (PINOCHET VIZCAYA EQUIPOS LTDA.)</b> Los Capitanes 1388 Providencia- Santiago Chile Tel: (56-2) 637 78 00 Fax: (56-2) 274 4786 <a href="http://www.pvequip.cl">www.pvequip.cl</a></p>	<p><b>PROMEDON CHILE S.A.</b> Alcántara 44, Piso 6 Las Condes- Santiago Chile Tel: (56-2) 249 7001 Fax: (56-2) 249 7492 <a href="http://www.promedon.cl">www.promedon.cl</a></p>
<p><b>REICH S.A. DE COMERCIO EXTERIOR</b> Rosario Norte 555, Of. 2001 Las Condes-Santiago Chile Tel: (56-2) 231 6323 Fax: (56-2) 231 0617 <a href="http://www.reich.cl">www.reich.cl</a></p>	<p><b>SALYMED LTDA.</b> Málaga 89, Piso 8 Las Condes- Santiago Chile Tel: (56-2) 206 3520 Fax: (56-2) 206 3552 <a href="http://www.salymed.cl">www.salymed.cl</a></p>	<p><b>SOCIEDAD COMERCIAL BIOSCOM CHILE, LTDA.</b> Avda. Salvador 710, Piso 4 Providencia- Santiago Chile Tel: (56-2) 204 3109 Fax: (56-2) 206 3709 <a href="http://www.bioscom.cl">www.bioscom.cl</a></p>

<p style="text-align: center;"><b>SOCIEDAD COMERCIAL MCI LTDA.</b></p> <p style="text-align: center;">Luis Thayer Ojeda 157 Providencia- Santiago Chile Tel: (56-2) 583 0007 Fax: (56-2) 333 7912 <a href="http://www.mci.cl">www.mci.cl</a></p>	<p style="text-align: center;"><b>SURMEDICAL S.A.</b></p> <p style="text-align: center;">Avda. Pedro de Valdivia 3011 Ñuñoa-Santiago Chile Tel: (56-2) 424 9903 Fax: (56-2) 229 8046 <a href="http://www.surmedical.cl">www.surmedical.cl</a></p>	<p style="text-align: center;"><b>TÉCNICA DIVISIÓN MÉDICA LTDA (TDM)</b></p> <p style="text-align: center;">Avda. Bulnes 120, Of. 84 Santiago, Chile Tel: (56-2) 698 0149 Fax: (56-2) 687 4398 <a href="http://www.tdmltda.cl">www.tdmltda.cl</a></p>
<p style="text-align: center;"><b>TECNIGEN S.A.</b></p> <p style="text-align: center;">Avda. Zañartu 1060 Ñuñoa- Santiago, Chile Tel: (56-2) 396 0600 Fax: (56-2) 396 0601 <a href="http://www.tecnigen.cl">www.tecnigen.cl</a></p>	<p style="text-align: center;"><b>TECNOIMAGEN LTDA.</b></p> <p style="text-align: center;">Avda. Lautaro 754 Providencia-Santiago, Chile Tel: (56 2) 560 76 00 Fax: (56 2) 343 20 31 <a href="http://www.tecnoimagen.cl">www.tecnoimagen.cl</a></p>	

**EXPORTACIONES PARTIDAS AÑO 2012**

**Tabla 27: Partida 9018, acumulado de Diciembre de 2012.**

<b>Código</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Monto(US\$)</b>	<b>%</b>	<b>Unidad</b>
9018908000	LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES.	21.271,25	3.787.457,94	0,004932	U
9018909000	PARTES Y ACCESORIOS DE INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES.	93.477,21	2.780.935,63	0,003621	U
9018399000	LAS DEMAS AGUJAS, CANULAS E INSTRUMENTOS SIMILARES.	86.145,20	1.020.892,89	0,001329	U
9018391000	CATETERES.	126.216,87	804.383,37	0,001047	U
9018190000	LOS DEMAS APARATOS DE ELECTRODIAGNOSTICO, EXCEPTO EL ELECTROCARDIOGRAFO.	37,00	247.860,22	0,000323	U
9018311000	JERINGAS, INCLUSO CON AGUJA, DE PLASTICO, DESECHABLES.	1.410.233,00	122.197,62	0,000159	U
9018500000	LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE OFTALMOLOGIA.	953,47	99.553,61	0,000130	KN
9018120000	APARATOS DE DIAGNOSTICO POR EXPLORACION ULTRASONICA.	8,00	94.842,38	0,000124	U
9018393000	SONDAS.	14.936,76	87.019,84	0,000113	U
9018905000	APARATOS PARA ANESTESIA.	462,25	79.513,36	0,000104	U
9018320000	AGUJAS TUBULARES DE METAL Y AGUJAS DE SUTURA.	1.714,99	76.040,36	0,000099	KN
9018110000	ELECTROCARDIOGRAFOS.	65,00	62.289,90	0,000081	U

9018490000	LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE ODONTOLOGIA.	1.432,00	45.367,90	0,000059	U
9018901000	DEFIBRILADORES.	19,60	22.664,36	0,000030	U
9018903000	MONITORES CARDIACOS.	3,00	16.226,00	0,000021	U
9018392000	BOLSAS RECOLECTORAS DE SANGRE.	66,00	14.882,38	0,000019	U
9018319000	LAS DEMAS JERINGAS, INCLUSO CON AGUJA.	10.440,00	12.785,64	0,000017	U
9018902000	INCUBADORAS.	6,00	11.393,00	0,000015	U
9018130000	APARATOS DE DIAGNOSTICO DE VISUALIZACION POR RESONANCIA MAGNETICA.	9,00	10.980,48	0,000014	U
9018904000	APARATOS PARA DIALISIS.	840,00	10.485,00	0,000014	U
9018312000	LAS DEMAS JERINGAS, INCLUSO CON AGUJA, DE PLASTICO.	2.000,00	1.103,67	0,000001	U

**Tabla 28: Partida 9019, acumulado de Diciembre del 2012.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9019100000	APARATOS DE MECANOTERAPIA; APARATOS PARA MASAJES; APARATOS DE SICOTECNIA.	58.786,66	939.609,82	0,001224	KN
9019209000	LOS DEMAS APARATOS DE OZONOTERAPIA, OXIGENOTERAPIA O AEROSOLTERAPIA, APARATOS RESPIRATORIOS DE REANIMACION Y DEMAS APARATOS DE TERAPIA RESPIRATORIA.	37.335,95	552.906,78	0,000720	KN
9019201000	NEBULIZADORES.	13,69	665,40	0,000001	KN

**Tabla 29: Partida 9020, acumulado de Diciembre del 2012.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9020001100	APARATOS RESPIRATORIOS, AUTONOMOS.	684,38	73.689,33	0,000096	KN
9020009000	PARTES DE APARATOS RESPIRATORIOS.	875,22	61.649,12	0,000080	KN
9020002900	LAS DEMAS MASCARAS ANTIGAS.	2.276,26	31.520,11	0,000041	KN
9020001900	LOS DEMAS APARATOS RESPIRATORIOS.	730,36	24.742,00	0,000032	KN
9020002200	MASCARAS ANTIGAS, PARA LA PROTECCION DE LA BOCA Y NARIZ SOLAMENTE.	441,02	9.929,88	0,000013	KN
9020002100	MASCARAS ANTIGAS, CON DISPOSITIVO PARA LA VISION, ARMADURA METALICA CON VALVULAS DE EXPIRACION E INSPIRACION Y CARTUCHO FILTRANTE.	9,23	890,49	0,000001	KN
9020001200	APARATOS RESPIRATORIOS, CON FUENTE DE AIRE COMPRIMIDO EXTERIOR.	0,15	485,84	0,000001	KN

**Tabla 30: Partida 9022, acumulado de Diciembre del 2012.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9022909000	LOS DEMAS APARATOS QUE UTILICEN RADIACIONES ALFA, BETA O GAMMA, INCLUIDAS LAS PARTES Y ACCESORIOS, EXCEPTO UNIDADES GENERADORAS DE RADIACION Y CAÑONES PARA EMISION DE RADIACION.	14.933,81	2.878.304,03	0,003748	KN
9022300000	TUBOS DE RAYOS X.	203,50	592.905,24	0,000772	U

9022190000	APARATOS DE RAYOS X, PARA OTROS USOS.	6,00	582.738,56	0,000759	U
9022120000	APARATOS DE TOMOGRAFIA REGIDOS POR UNA MAQUINA AUTOMATICA DE TRATAMIENTO O PROCESAMIENTO DE DATOS.	3,00	127.570,00	0,000166	U
9022141000	LOS DEMAS APARATOS DE RAYOS X, PARA USO MEDICO O QUIRURGICO.	3.025,00	61.235,00	0,000080	U
9022149000	LOS DEMAS APARATOS DE RAYOS X, PARA USO VETERINARIO.	11,00	51.687,92	0,000067	U
9022901000	UNIDADES GENERADORAS DE RADIACION.	23,94	2.251,00	0,000003	KN

**Tabla 31: Partida 9402, acumulado de Diciembre del 2012.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9402901000	MOBILIARIO MEDICO-QUIRURGICO.	21.842,07	179.473,86	0,000234	KN
9402909000	PARTES DE MOBILIARIO PARA MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA.	284,85	11.857,94	0,000015	KN
9402908000	LOS DEMAS MOBILIARIOS PARA MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA (POR EJEMPLO: MESAS DE OPERACIONES O DE RECONOCIMIENTO, CAMAS CON MECANISMO PARA USO CLINICO).	732,16	11.852,64	0,000015	KN
9402101000	SILLONES DE DENTISTA.	600,00	6.151,00	0,000008	KN

**EXPORTACIONES PARTIDAS AÑO 2013**

**Tabla 32: Partida 9018, acumulado de Agosto del 2013.**

<b>Código</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Monto(US\$)</b>	<b>%</b>	<b>Unidad</b>
9018909000	PARTES Y ACCESORIOS DE INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES.	293.357,00	1.822.974,70	0,003485	U
9018908000	LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES.	19.148,80	1.702.046,63	0,003254	U
9018399000	LAS DEMAS AGUJAS, CANULAS E INSTRUMENTOS SIMILARES.	892.167,00	517.455,79	0,000989	U
9018904000	APARATOS PARA DIALISIS.	2.618,00	407.780,07	0,000779	U
9018392000	BOLSAS RECOLECTORAS DE SANGRE.	76.024,00	371.611,76	0,000710	U
9018311000	JERINGAS, INCLUSO CON AGUJA, DE PLASTICO, DESECHABLES.	3.259.802,00	270.855,81	0,000518	U
9018391000	CATETERES.	198.103,45	269.897,11	0,000516	U
9018500000	LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE OFTALMOLOGIA.	896,51	146.552,56	0,000280	KN
9018120000	APARATOS DE DIAGNOSTICO POR EXPLORACION ULTRASONICA.	26,00	135.505,61	0,000259	U
9018130000	APARATOS DE DIAGNOSTICO DE VISUALIZACION POR RESONANCIA MAGNETICA.	1,00	135.087,90	0,000258	U

9018190000	LOS DEMAS APARATOS DE ELECTRODIAGNOSTICO, EXCEPTO EL ELECTROCARDIOGRAFO.	31,00	116.823,58	0,000223	U
9018200000	APARATOS DE RAYOS ULTRAVIOLETAS O INFRARROJOS.	180,50	64.353,29	0,000123	KN
9018320000	AGUJAS TUBULARES DE METAL Y AGUJAS DE SUTURA.	3.198,08	50.287,91	0,000096	KN
9018319000	LAS DEMAS JERINGAS, INCLUSO CON AGUJA.	88.846,00	40.997,45	0,000078	U
9018393000	SONDAS.	8.509,00	36.593,72	0,000070	U
9018110000	ELECTROCARDIOGRAFOS.	24,00	24.663,75	0,000047	U
9018490000	LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE ODONTOLOGIA.	2,00	7.725,61	0,000015	U
9018905000	APARATOS PARA ANESTESIA.	326,40	7.053,46	0,000013	U
9018901000	DESFIBRILADORES.	1,00	2.500,00	0,000005	U

**Tabla 33: Partida 9019, acumulado de Agosto del 2013.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9019100000	APARATOS DE MECANOTERAPIA; APARATOS PARA MASAJES; APARATOS DE SICOTECNIA.	9.005,06	575.249,66	0,001100	KN
9019209000	LOS DEMAS APARATOS DE OZONOTERAPIA, OXIGENOTERAPIA O AEROSOLTERAPIA, APARATOS RESPIRATORIOS DE REANIMACION Y DEMAS APARATOS DE TERAPIA RESPIRATORIA.	1.648,80	103.515,83	0,000198	KN

**Tabla 34: Partida 9020, acumulado de Agosto del 2013.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9020001900	LOS DEMAS APARATOS RESPIRATORIOS.	1.206,55	99.381,20	0,000190	KN
9020002900	LAS DEMAS MASCARAS ANTIGAS.	230,74	31.281,73	0,000060	KN
9020009000	PARTES DE APARATOS RESPIRATORIOS.	2.100,13	26.585,00	0,000051	KN
9020002200	MASCARAS ANTIGAS, PARA LA PROTECCION DE LA BOCA Y NARIZ SOLAMENTE.	8,83	5.970,40	0,000011	KN
9020001100	APARATOS RESPIRATORIOS, AUTONOMOS.	60,00	5.572,00	0,000011	KN

**Tabla 35: Partida 9022, acumulado de Agosto del 2013.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9022909000	LOS DEMAS APARATOS QUE UTILICEN RADIACIONES ALFA, BETA O GAMMA, INCLUIDAS LAS PARTES Y ACCESORIOS, EXCEPTO UNIDADES GENERADORAS DE RADIACION Y CAÑONES PARA EMISION DE RADIACION.	8.654,84	1.469.276,59	0,002809	KN
9022300000	TUBOS DE RAYOS X.	92,00	1.264.650,00	0,002417	U
9022141000	LOS DEMAS APARATOS DE RAYOS X, PARA USO MEDICO O QUIRURGICO.	5,00	296.630,82	0,000567	U
9022190000	APARATOS DE RAYOS X, PARA OTROS USOS.	16,00	89.951,65	0,000172	U
9022149000	LOS DEMAS APARATOS DE RAYOS X, PARA USO VETERINARIO.	4,00	24.868,13	0,000048	U

9022210000	APARATOS QUE UTILICEN RADIACIONES ALFA, BETA O GAMMA PARA USO MEDICO, QUIRURGICO, ODONTOLOGICO O VETERINARIO.	2,00	17.600,00	0,000034	U
9022120000	APARATOS DE TOMOGRAFIA REGIDOS POR UNA MAQUINA AUTOMATICA DE TRATAMIENTO O PROCESAMIENTO DE DATOS.	4,00	10.329,51	0,000020	U
9022290000	APARATOS QUE UTILICEN RADIACIONES ALFA, BETA O GAMMA PARA OTROS USOS.	2,00	3.183,27	0,000006	U

**Tabla 36: Partida 9402, acumulado de Agosto del 2013.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9402901000	MOBILIARIO MEDICO-QUIRURGICO.	11.657,27	183.650,87	0,000351	KN
9402908000	LOS DEMAS MOBILIARIOS PARA MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA (POR EJEMPLO: MESAS DE OPERACIONES O DE RECONOCIMIENTO, CAMAS CON MECANISMO PARA USO CLINICO).	3.544,71	90.815,15	0,000174	KN
9402909000	PARTES DE MOBILIARIO PARA MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA.	68,50	2.033,05	0,000004	KN

**IMPORTACIONES PARTIDAS AÑO 2012**

**Tabla 37: Partida 9018, acumulado de Diciembre del 2012.**

<b>Código</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Monto(US\$)</b>	<b>%</b>	<b>Unidad</b>
9018908000	LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES.	10.361.495,72	96.713.229,98	0,14	U
9018399000	LAS DEMAS AGUJAS, CANULAS E INSTRUMENTOS SIMILARES.	82.464.033,83	43.387.581,22	0,06	U
9018909000	PARTES Y ACCESORIOS DE INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES.	15.782.446,38	24.704.187,39	0,04	U
9018490000	LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE ODONTOLOGIA.	8.468.144,84	21.373.217,74	0,03	U
9018500000	LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE OFTALMOLOGIA.	72.099,71	20.220.137,68	0,03	KN
9018391000	CATETERES.	19.586.316,20	19.282.798,49	0,03	U
9018190000	LOS DEMAS APARATOS DE ELECTRODIAGNOSTICO, EXCEPTO EL ELECTROCARDIOGRAFO.	209.593,83	18.686.777,72	0,03	U
9018120000	APARATOS DE DIAGNOSTICO POR EXPLORACION ULTRASONICA.	2.027,00	16.223.139,57	0,02	U
9018311000	JERINGAS, INCLUSO CON AGUJA, DE PLASTICO, DESECHABLES.	223.492.975,64	12.142.134,62	0,02	U
9018904000	APARATOS PARA DIALISIS.	411.808,00	8.539.382,12	0,01	U

9018130000	APARATOS DE DIAGNOSTICO DE VISUALIZACION POR RESONANCIA MAGNETICA.	640,87	7.000.028,91	0,01	U
9018905000	APARATOS PARA ANESTESIA.	53.861,00	5.731.534,58	0,01	U
9018320000	AGUJAS TUBULARES DE METAL Y AGUJAS DE SUTURA.	2.788.039,11	5.646.902,73	0,01	KN
9018393000	SONDAS.	5.215.391,00	3.496.723,63	0,00	U
9018901000	DESFIBRILADORES.	2.768,00	3.261.381,14	0,00	U
9018392000	BOLSAS RECOLECTORAS DE SANGRE.	612.079,00	3.103.183,89	0,00	U
9018200000	APARATOS DE RAYOS ULTRAVIOLETAS O INFRARROJOS.	20.186,49	2.860.534,62	0,00	KN
9018902000	INCUBADORAS.	749,00	2.782.035,86	0,00	U
9018110000	ELECTROCARDIOGRAFOS.	4.225.906,64	1.597.089,82	0,00	U
9018903000	MONITORES CARDIACOS.	5.041,00	1.536.395,51	0,00	U
9018319000	LAS DEMAS JERINGAS, INCLUSO CON AGUJA.	1.516.052,15	1.164.431,31	0,00	U
9018410000	TORNOS DENTALES, INCLUSO COMBINADOS CON OTROS EQUIPOS DENTALES SOBRE BASAMENTO COMUN.	10.586,60	446.110,39	0,00	KN
9018312000	LAS DEMAS JERINGAS, INCLUSO CON AGUJA, DE PLASTICO.	79.653,00	364.298,27	0,00	U
9018140000	APARATOS DE CENTELLOGRAFIA.	29,00	68.783,99	0,00	U

**Tabla 38: Partida 9019, acumulado de Diciembre del 2012.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9019209000	LOS DEMAS APARATOS DE OZONOTERAPIA, OXIGENOTERAPIA O AEROSOLTERAPIA, APARATOS RESPIRATORIOS DE REANIMACION Y DEMAS APARATOS DE TERAPIA RESPIRATORIA.	266.226,36	16.847.169,14	0,02	KN
9019100000	APARATOS DE MECANOTERAPIA; APARATOS PARA MASAJES; APARATOS DE SICOTECNIA.	1.319.697,40	14.232.227,78	0,02	KN
9019201000	NEBULIZADORES.	40.078,47	571.201,58	0,00	KN

**Tabla 39: Partida 9020, acumulado de Diciembre del 2012.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9020001100	APARATOS RESPIRATORIOS, AUTONOMOS.	157.008,49	8.304.463,41	0,01	KN
9020009000	PARTES DE APARATOS RESPIRATORIOS.	192.304,18	4.956.330,45	0,01	KN
9020002200	MASCARAS ANTIGAS, PARA LA PROTECCION DE LA BOCA Y NARIZ SOLAMENTE.	76.213,22	3.300.974,96	0,00	KN
9020002900	LAS DEMAS MASCARAS ANTIGAS.	56.591,00	2.443.040,90	0,00	KN
9020002100	MASCARAS ANTIGAS, CON DISPOSITIVO PARA LA VISION, ARMADURA METALICA CON VALVULAS DE EXPIRACION E INSPIRACION Y CARTUCHO FILTRANTE.	21.767,94	1.734.442,87	0,00	KN
9020001900	LOS DEMAS APARATOS RESPIRATORIOS.	37.814,33	1.345.001,06	0,00	KN
9020001200	APARATOS RESPIRATORIOS, CON FUENTE DE AIRE COMPRIMIDO EXTERIOR.	11.124,48	296.955,95	0,00	KN

9508902000	LABERINTOS DE PLASTICO.	7.740,54	61.481,61	0,00	KN
------------	-------------------------	----------	-----------	------	----

**Tabla 40: Partida 9022, acumulado del Diciembre del 2012.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9022141000	LOS DEMAS APARATOS DE RAYOS X, PARA USO MEDICO O QUIRURGICO.	712,00	23.285.292,49	0,03	U
9022190000	APARATOS DE RAYOS X, PARA OTROS USOS.	7.211,00	19.821.559,98	0,03	U
9022120000	APARATOS DE TOMOGRAFIA REGIDOS POR UNA MAQUINA AUTOMATICA DE TRATAMIENTO O PROCESAMIENTO DE DATOS.	47,00	10.363.331,83	0,01	U
9022909000	LOS DEMAS APARATOS QUE UTILICEN RADIACIONES ALFA, BETA O GAMMA, INCLUIDAS LAS PARTES Y ACCESORIOS, EXCEPTO UNIDADES GENERADORAS DE RADIACION Y CAÑONES PARA EMISION DE RADIACION.	44.055,18	8.786.052,57	0,01	KN
9022130000	LOS DEMAS APARATOS DE RAYOS X, PARA USO ODONTOLOGICO.	1.266,00	5.366.849,16	0,01	U
9022300000	TUBOS DE RAYOS X.	86.393,00	4.325.113,35	0,01	U
9022290000	APARATOS QUE UTILICEN RADIACIONES ALFA, BETA O GAMMA PARA OTROS USOS.	837,00	3.167.840,01	0,00	U
9022210000	APARATOS QUE UTILICEN RADIACIONES ALFA, BETA O GAMMA PARA USO MEDICO, QUIRURGICO, ODONTOLOGICO O VETERINARIO.	4.907,00	1.388.280,73	0,00	U
9022901000	UNIDADES GENERADORAS DE RADIACION.	6.015,71	854.310,52	0,00	KN
9022149000	LOS DEMAS APARATOS DE RAYOS X, PARA USO VETERINARIO.	178,00	440.895,99	0,00	U

9022902000	CAÑONES PARA EMISION DE RADIACION.	58,80	28.096,86	0,00	KN
------------	------------------------------------	-------	-----------	------	----

**Tabla 41: Partida 9402, acumulado de Diciembre del 2012.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9402901000	MOBILIARIO MEDICO-QUIRURGICO.	1.618.672,51	22.577.975,33	0,03	KN
9402908000	LOS DEMAS MOBILIARIOS PARA MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA (POR EJEMPLO: MESAS DE OPERACIONES O DE RECONOCIMIENTO, CAMAS CON MECANISMO PARA USO CLINICO).	459.327,62	5.518.264,20	0,01	KN
9402909000	PARTES DE MOBILIARIO PARA MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA.	79.958,46	2.246.266,02	0,00	KN
9402101000	SILLONES DE DENTISTA.	177.769,80	2.127.373,69	0,00	KN
9402102000	SILLONES DE PELUQUERIA Y SIMILARES.	135.984,54	646.724,60	0,00	KN
9402109000	PARTES DE SILLONES DE DENTISTA, DE PELUQUERIA Y SILLONES SIMILARES.	2.805,30	78.401,91	0,00	KN

## IMPORTACIONES PARTIDAS AÑO 2013

**Tabla 42: Partida 9018, acumulado de Agosto del 2013.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9018908000	LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES.	11.877.767,16	74.276.182,38	0,15	U
9018399000	LAS DEMAS AGUJAS, CANULAS E INSTRUMENTOS SIMILARES.	45.193.063,70	30.661.930,78	0,06	U
9018909000	PARTES Y ACCESORIOS DE INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA, INCLUIDOS LOS DE CENTELLOGRAFIA Y DEMAS APARATOS ELECTROMEDICOS, ASI COMO LOS APARATOS PARA PRUEBAS VISUALES.	9.660.937,81	17.667.193,43	0,04	U
9018500000	LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE OFTALMOLOGIA.	62.286,44	15.066.069,34	0,03	KN
9018190000	LOS DEMAS APARATOS DE ELECTRODIAGNOSTICO, EXCEPTO EL ELECTROCARDIOGRAFO.	116.066,41	14.451.639,70	0,03	U
9018490000	LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE ODONTOLOGIA.	6.150.090,91	13.978.338,33	0,03	U
9018391000	CATETERES.	12.597.862,60	12.006.986,16	0,02	U
9018120000	APARATOS DE DIAGNOSTICO POR EXPLORACION ULTRASONICA.	1.894,60	10.230.571,73	0,02	U
9018311000	JERINGAS, INCLUSO CON AGUJA, DE PLASTICO, DESECHABLES.	147.449.616,89	9.171.454,85	0,02	U
9018130000	APARATOS DE DIAGNOSTICO DE VISUALIZACION POR RESONANCIA MAGNETICA.	30.165,00	8.416.622,44	0,02	U
9018904000	APARATOS PARA DIALISIS.	363.589,00	5.291.199,89	0,01	U
9018320000	AGUJAS TUBULARES DE METAL Y AGUJAS DE SUTURA.	329.950,46	4.085.674,50	0,01	KN
9018905000	APARATOS PARA ANESTESIA.	15.528,00	3.269.262,40	0,01	U
9018392000	BOLSAS RECOLECTORAS DE SANGRE.	795.344,57	2.761.188,90	0,01	U

9018903000	MONITORES CARDIACOS.	2.415,00	2.511.948,73	0,01	U
9018393000	SONDAS.	4.005.438,00	2.445.895,18	0,01	U
9018901000	DESFIBRILADORES.	1.150,00	1.994.587,09	0,00	U
9018200000	APARATOS DE RAYOS ULTRAVIOLETAS O INFRARROJOS.	12.879,30	1.894.637,69	0,00	KN
9018110000	ELECTROCARDIOGRAFOS.	7.160.577,97	1.360.155,44	0,00	U
9018319000	LAS DEMAS JERINGAS, INCLUSO CON AGUJA.	2.097.084,00	1.036.196,02	0,00	U
9018902000	INCUBADORAS.	186,00	1.006.202,37	0,00	U
9018410000	TORNOS DENTALES, INCLUSO COMBINADOS CON OTROS EQUIPOS DENTALES SOBRE BASAMENTO COMUN.	12.309,40	382.715,12	0,00	KN
9018312000	LAS DEMAS JERINGAS, INCLUSO CON AGUJA, DE PLASTICO.	79.979,00	130.472,42	0,00	U
9018140000	APARATOS DE CENTELLOGRAFIA.	8,00	74.502,18	0,00	U

**Tabla 43: Partida 9019, acumulado de Agosto del 2013.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9019209000	LOS DEMAS APARATOS DE OZONOTERAPIA, OXIGENOTERAPIA O AEROSOLTERAPIA, APARATOS RESPIRATORIOS DE REANIMACION Y DEMAS APARATOS DE TERAPIA RESPIRATORIA.	211.951,15	12.417.509,37	0,03	KN
9019100000	APARATOS DE MECANOTERAPIA; APARATOS PARA MASAJES; APARATOS DE SICOTECNIA.	777.630,30	8.596.164,45	0,02	KN
9019201000	NEBULIZADORES.	34.207,24	551.913,93	0,00	KN

**Tabla 44: Partida 9020, acumulado de Agosto del 2013.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9020009000	PARTES DE APARATOS RESPIRATORIOS.	98.581,95	3.860.693,67	0,01	KN
9020002200	MASCARAS ANTIGAS, PARA LA PROTECCION DE LA BOCA Y NARIZ SOLAMENTE.	54.251,45	2.877.766,38	0,01	KN
9020001900	LOS DEMAS APARATOS RESPIRATORIOS.	45.356,56	2.458.224,86	0,01	KN
9020001100	APARATOS RESPIRATORIOS, AUTONOMOS.	44.746,43	2.455.117,58	0,01	KN
9020002900	LAS DEMAS MASCARAS ANTIGAS.	28.873,73	1.544.023,40	0,00	KN
9020002100	MASCARAS ANTIGAS, CON DISPOSITIVO PARA LA VISION, ARMADURA METALICA CON VALVULAS DE EXPIRACION E INSPIRACION Y CARTUCHO FILTRANTE.	26.828,49	1.398.999,54	0,00	KN
9020001200	APARATOS RESPIRATORIOS, CON FUENTE DE AIRE COMPRIMIDO EXTERIOR.	30.887,44	394.321,10	0,00	KN

**Tabla 45: Partida 9022, acumulado de Agosto del 2013.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9022141000	LOS DEMAS APARATOS DE RAYOS X, PARA USO MEDICO O QUIRURGICO.	262,00	18.582.054,95	0,04	U
9022120000	APARATOS DE TOMOGRAFIA REGIDOS POR UNA MAQUINA AUTOMATICA DE TRATAMIENTO O PROCESAMIENTO DE DATOS.	31,00	8.806.093,50	0,02	U
9022909000	LOS DEMAS APARATOS QUE UTILICEN RADIACIONES ALFA, BETA O GAMMA, INCLUIDAS LAS PARTES Y ACCESORIOS, EXCEPTO UNIDADES GENERADORAS DE RADIACION Y CAÑONES PARA EMISION DE RADIACION.	22.311,46	6.105.888,28	0,01	KN
9022190000	APARATOS DE RAYOS X, PARA OTROS USOS.	2.049,39	3.289.475,92	0,01	U
9022300000	TUBOS DE RAYOS X.	170,00	3.121.670,18	0,01	U
9022130000	LOS DEMAS APARATOS DE RAYOS X, PARA USO ODONTOLOGICO.	429,00	2.732.137,85	0,01	U
9022290000	APARATOS QUE UTILICEN RADIACIONES ALFA, BETA O GAMMA PARA OTROS USOS.	412,00	943.912,39	0,00	U
9022210000	APARATOS QUE UTILICEN RADIACIONES ALFA, BETA O GAMMA PARA USO MEDICO, QUIRURGICO, ODONTOLOGICO O VETERINARIO.	758,00	432.880,14	0,00	U
9022149000	LOS DEMAS APARATOS DE RAYOS X, PARA USO VETERINARIO.	130,43	199.567,89	0,00	U
9022901000	UNIDADES GENERADORAS DE RADIACION.	357,38	40.083,32	0,00	KN

**Tabla 46: Partida 9402, acumulado de Agosto del 2013.**

Código	Descripción	Cantidad	Monto(US\$)	%	Unidad
9402901000	MOBILIARIO MEDICO-QUIRURGICO.	513.082,48	11.915.909,38	0,02	KN
9402908000	LOS DEMAS MOBILIARIOS PARA MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA (POR EJEMPLO: MESAS DE OPERACIONES O DE RECONOCIMIENTO, CAMAS CON MECANISMO PARA USO CLINICO).	292.297,78	3.566.327,97	0,01	KN
9402909000	PARTES DE MOBILIARIO PARA MEDICINA, CIRUGIA, ODONTOLOGIA O VETERINARIA.	44.611,22	1.523.317,51	0,00	KN
9402101000	SILLONES DE DENTISTA.	106.853,72	1.214.669,56	0,00	KN
9402102000	SILLONES DE PELUQUERIA Y SIMILARES.	99.270,81	536.635,82	0,00	KN
9402109000	PARTES DE SILLONES DE DENTISTA, DE PELUQUERIA Y SILLONES SIMILARES.	2.287,50	25.099,52	0,00	KN

## **PLAN PROVEEDORES DE LA SALUD PROCHILE**

**(Su finalidad es destacar internacionalmente la oferta del sector salud, entendiendo como esta a los productos farmacéuticos, equipos e insumos médicos)**

- **Nombre del Plan:** Plan sectorial área médica 2010
- **Sector:** Industrias.
- **Subsector:** Industria Farmacéutica y de Salud.
- **Objetivos Generales del Plan:** A través de la coordinación de distintas actividades de promoción de exportaciones, se buscara potenciar el trabajo conjunto del subsector equipos e insumos médicos, con los otros subsectores relacionados a la salud de manera de lograr un impacto positivo en las exportaciones nacionales del sector salud en Chile de manera de proyectar una imagen de Chile como proveedor de equipos, insumos, tecnologías, fármacos y servicios de salud de calidad y confianza.
- **Objetivos Específicos:** Realizar actividades de promoción que tendrán las siguientes características:
  - Establecer contactos comerciales en nuevos mercados y reforzar los ya existentes.
  - Posicionar a Chile como proveedor integral de equipos, insumos, tecnologías, fármacos y servicios de salud y confianza.
  - Diagnosticar en mercado las necesidades y aplicaciones que pueden ofertar en los distintos mercados.

- Conocer los últimos avances tecnológicos y científicos relevantes del área médica a nivel internacional.
  - Observar los avances de competencia internacional de las empresas participantes.
  - Identificar la existencias de nuevas condiciones de ingresos en materia de regulaciones y restricciones para los productos del subsector.
  - Optimización de las redes de comunicación entre las distintas empresas de este subsector en el ámbito nacional.
- **Empresas Objetivos:** PYMES Exportadoras o con potencial exportador, producción nacional con experiencia deseable con ProChile, capacidad de gestión y exportación y difusión en asociaciones y comités.
- **Características de Empresas:**
- Se considerarán principalmente empresas proveedoras del sector salud en lo que se refiere insumos, equipos, fármacos y otros productos relacionados específicamente a las actividades propias de la salud.
  - Se considerarán empresas con experiencia exportadora y oferta exportable nacional que hayan participado en acciones previas a nivel sectorial junto a ProChile, dando continuidad a la estrategia del sectorial (relacionado con el sector Industrias).
  - ProChile validará las empresas de acuerdo a la información disponible en sus registros y a la que proporcione la empresa.

- Las empresas postulantes deberán cumplir con los plazos estipulados en la convocatoria de la misión. El no cumplimiento de lo anterior faculta a ProChile a dejar excluida la participación de la empresa postulante.
- Las empresas postulantes deberán contar con los medios promocionales adecuados para la correcta inserción internacional de las empresas (sitio web, brochoure, imagen corporativa, etc).
- ProChile validará las empresas de acuerdo a la información disponible en sus registros y a la que proporcione la propia empresa.
- Importante, ProChile se reserva el derecho de rechazar la inscripción si la empresa no cumple con los requisitos y plazos exigidos

Material sacado de documento entregado en ProChile el cual lleva como título “Plan Proveedores de la Salud”

**ENTREVISTA A PAZ VALENTINA VENEGAS, ENCARGADA DEL  
SUBDEPARTAMENTO DE INDUSTRIAS DE PROCHILE SANTIAGO, LUNES  
11 DE NOVIEMBRE DE 2013, 16:00 HRS.**

**1.- Hemos leído a través de un artículo, que existen alrededor de 30 pymes del área de salud que exportan insumos médicos y que a la vez son apoyadas por ProChile, ¿Qué tan cierto es esto y como se distribuyen en el sector Industrias?**

En industrias hay 3 subsectores:

- Insumos Médicos- Equipos
- Fármacos
- Suplementos Alimenticios

Por lo tanto, de las 30 pymes que se trabaja en el sector muchas de ellas proveen a más de un sector, cada sector se divide en otro subsector, como por ejemplo el que provee equipos y el que provee insumos.

Solo 15 de estas empresas pertenecen a la región metropolitana, los registros de estas empresas son extraídos desde aduana por el sectorialista de ProChile.

**2.- Debido al aumento de exportaciones según usted, ¿Por qué se produjo un alza en las exportaciones durante los últimos años en comparación con los anteriores?**

Lo que pasa es que en el tema de los equipos médicos pasa lo siguiente, aquí podemos ver (refiriéndose a una tabla que tenía en su computador) que el que se lleva el 73% de

las exportaciones son las ambulancias que se exportaron ( en este caso 20 ambulancias), si te das cuenta igual no es tanto, pero si el empresario deja de vender 2 ambulancias este año bajan sus exportaciones en forma importante, porque cada ambulancia es cara entonces no pasa así si un exportador deja de vender un guante quirúrgico, “ no es lo mismo”, entonces esa variación sucede por ejemplo y se producen alzas y bajas en las importaciones y exportaciones.

Ahora para mí, entre las principales razones que llevaron al alza podemos ver que:

1. Nuestras exportaciones van principalmente a Latinoamérica, casi todas excepto algunas que van hacia Dubái o Asia por ejemplo pero en general todo va a Latinoamérica. Dentro de Latinoamérica nosotros exportamos a Centroamérica, hemos exportado a México, Ecuador y Colombia, en el caso de Colombia los gobiernos han hecho una inversión súper importante en bienes e inmobiliarios para construir nuevas clínicas y hospitales por lo tanto ha requerido de más proveedores y las empresas nacionales no se han especializado aun pero una de sus líneas de negocios las que son de equipos médicos tienen dos líneas de negocios por donde entran, tres en realidad, dependiendo el producto: uno que es llegar directamente a clínicas y hospitales especialmente al centro de compras de ellos y a centros médicos. dos hacerse cargo de algunos proyectos, algunas empresas participan en varios proyectos es decir no venden el insumo sino que realizan el diseño y lo que van a implementar ahí, y tres es que lleguen a través de licitaciones públicas y eso se ha hecho bien importante ahora, ya que las

empresas acá aun no son especialistas en estas licitaciones públicas pero aun así su línea de negocios importante es las licitaciones públicas. El gobierno cuando invierte en proyectos en este caso mobiliarios para colocar o construir hospitales públicos y sus relacionados al igual que en Chile todo lo debe hacer a través de licitaciones públicas, entonces para poder venderle al gobierno siempre tiene que ser a través de esto, y Ecuador, Colombia y también Centroamérica que han invertido fuerte en esto todo lo han hecho a través de eso.

2. Otra razón es que nuestras empresas se han empezado a certificar, ósea ya todas tienen el certificado del ISP que se exige, y además los certificados de calidad que aunque no son obligatorios los han sacado igual como la ISO 9001, ISO 11000 hay otros certificados de GMP (Buenas Practicas de Fabricación), entonces al estar ahora certificadas y con normas internacionales se les ha permitido entrar más fácil.
3. Los Tratados de Libre Comercio, por ejemplo ahora puede aumentar mucho más porque ahora Chile es parte de la Alianza Pacífico el cual es un nuevo acuerdo que va a existir ahora y que está en etapa de negociación y que participa Colombia-Perú-México y Chile y ahora se están integrando dos países como Costa Rica y otro que no recuerdo, entonces uno de los temas prioritarios es la negociación de estos 4 mercados: medicamentos, toda la industria de la salud en general y cosméticos son los principales prioritarios que hay en esta nueva alianza por lo tanto se pretende si todo resulta bien es que se eliminen las trabas arancelarias que existen en este momento, no tanto para los equipos pero si para

el tema de fármacos y también para algunos insumos médicos. La idea es rebajar o quitar trabas arancelarias en otros mercados y lo otro importante también sería llegar a un acuerdo de que exista una sola Norma, un solo registro para los mercados y que no tengan las empresas que registrar en cada uno de los mercados, ya que esto retrasa un montón en la venta ósea en realidad unificar registros de los productos, como de las marcas incluso también de los procesos ese es el tema, eso es lo que se está conversando y se quiere pero aún no hay nada concreto.

**3.- En el tema de las exportaciones de insumos médicos, ¿Perjudica a Chile tener como competencia a países como EE.UU, Japón y Alemania?**

En este momento no es una desventaja, porque nosotros nos proveemos de ellos también en algunas materias primas, por ende en ese sentido todo lo contrario, además estos grandes mercados apuntan hacia otros mercados y nuestro foco es Latinoamérica, por otra parte los clientes son muy pequeños entonces no son de real interés para Estados Unidos y Japón, por lo que al contrario nosotros ¿qué vamos a hacer?, aprendemos de ellos, nosotros no tenemos con ellos muchas ventajas competitivas. La única ventaja en nuestro caso podría ser para estos mercados como Latinoamérica es que nosotros estamos más cerca por un tema geográfico que eso puede ser útil para nosotros no así como Japón.

También los productos llegan con buenos precios, por la cercanía, podemos responder mejor al servicio de post venta que eso es súper importante. Acá hay un tema de servicio de post venta no menor, porque acuérdate que cuando tu vendes equipos médicos, además de que existe la garantía y todo lo demás, generalmente cuando son equipos muy caros, como las ambulancias estas lavadoras de chatas y estos equipos así, cuando tú los vendes tienes que si o si llevar a alguien que controle, o sea tienes que mandar a alguien de acá que arme la máquina, que capacite a la gente, que haga un control en los primeros meses, entonces ese servicio postventa nos podría dejar en ventaja a países que están más lejos.

Por supuesto también que nosotros estamos limitados en la oferta de equipos médicos así que hay cosas que no las tenemos, es súper importante mencionar que si bien no tenemos una amplia oferta de cosas que puedes hacer, lo que si hacemos es de buena calidad y es reconocido a nivel internacional, bueno por algo estamos certificados también, por lo tanto, calidad en todo sentido, calidad del producto como la calidad del servicio que le ofreces al cliente. Entonces en ese sentido estamos reconocidos no a nivel mundial pero si a los clientes que ya le estamos vendiendo.

#### **4.- ¿Cómo ayuda ProChile en cuanto al financiamiento a estas Pymes?**

Nuestro principal apoyo más que el financiamiento, es apoyo es la gestión, ese es nuestro principal instrumento para con las pymes.

¿A qué me refiero con gestión?, en facilitar a la empresa de acá, el que llegue lo más preparada a un mercado, facilitar ¿en qué sentido? en información del mercado, que eso es gestión, es información que le puede pasar nuestras oficinas comerciales, que nosotros tenemos 54 oficinas comerciales, entonces es la información que puede pasar nuestra oficinas de ese mercado específico a los clientes antes del viaje, la generación de contactos, nuestro principal recursos son los contactos que se generan a través de nuestras oficinas, también, todo el apoyo que una empresa necesite para llegar bien a un mercado, preparado, con una oferta correcta, todo ese apoyo se los puede entregar ProChile, eso es lo primero. Lo del cofinanciamiento en este momento es casi como el agregado a la comida porque la verdad es que ha estado bien escuálido el financiar a las empresas. En estos momentos nosotros tenemos específico para equipos médicos, dos concursos que pueden servir. El principal concurso que les puede servir a ellos es un concurso que se llama Industrias y Servicios, que de hecho se va a lanzar el 20 de Noviembre; ese está enfocado a empresas de todo el sector industrial, no silvoagropecuario, para eso hay otro concurso. El de Industria y Servicios está enfocado a empresas de esa área, y ahí eso es un 60%, 65% del financiamiento del proyecto y cada empresa en teoría más o menos puede presentar un proyecto que esté entre los 10.000 y 20.000 dólares; y de ahí se financia el 65 o 60 por ciento. Hay una serie de actividades que se pueden cofinanciar dependiendo de la etapa que se encuentre la empresa, si es de penetración, prospección, etc. En la página de ProChile, pueden encontrar el concurso ContactChile, el cual las empresas podrían participar.

Para las empresas que se están recién iniciando, que son empresas más pequeñas y necesitan una capacitación previa nosotros también tenemos un área de capacitación al exportador y se realiza en todo Chile, y es un proyecto cofinanciado también, en donde se unen grupos de empresas, no sé, se juntan 10 empresas, ojalá sean de un sector, más o menos similar, o de un mismo sector, pero por lo general se juntan 10 empresas del mismo sector de la industria. Ellos tienen un coach y trabajan durante varios meses y ese proyecto no sé cuantos creo que son como \$300.000 que debe poner la empresa de todo el proyecto, luego de 6 meses y al final realizamos una misión de prospección a algún mercado que defina el instrumento, porque no necesariamente va a ser el mercado donde tu tengas oportunidades sino también para que los empresarios conozcan otros mercados, los canales, igual ahí tienen reuniones, así que eso.

Pero como les digo, el principal apoyo que tenemos ahora es el de gestión, y ese apoyo ¿cómo lo damos?, obviamente a través de todas las oficinas comerciales que tenemos.

Bueno además las empresas tienen una asesoría, nosotros en cada región hay una persona que, bueno en este caso, como nos estructuramos, este es ProChile central, dentro de ProChile Central existen 3 departamentos sectoriales que es el departamento de industrias que es este, el departamento de servicios y el departamento de alimentos. Dentro del departamento de industria hay coordinadores nacionales que ven distintos sectores, en este caso por ejemplo yo que estoy a cargo

de la coordinación de la industria de la salud entre otros sectores y yo tengo otra contraparte en cada región. Por supuesto que también Ludwig que es el encargado de industrias en Viña del Mar, también ve otros sectores, y también tengo mi contraparte en la Región Metropolitana, y así en cada una de las regiones y bueno y otro apoyo que también existe para las empresas, existen unos proyectos que se llaman, FNDR, que es un fondo regional, que administra ProChile, o sea a oficinas regionales, por lo tanto a través de ese fondo, también las oficinas pueden postular para apoyar a un grupo de empresas si es que existe, por ejemplo si la empresa detecto 4-5 empresas que sean de equipos médicos en su región puede presentar un proyecto y también de misión o para preparar. Y todas las misiones parten desde acá, de ProChile Santiago, pero luego con el apoyo de cada oficina comercial que corresponda.

##### **5.- ¿Chile es un país viable para la exportación de insumos médicos a futuro?**

Sí, claro por ejemplo el tema de la Alianza Pacífico lo más probable es que si se llega a un buen acuerdo o a una buena negociación, van a aumentar las negociaciones, también porque las empresas van a seguir participando en las licitaciones públicas y otro apoyo a este sector en particular, es poder generar cada vez un mayor acercamiento de este grupo de empresas con entidades gubernamentales de los otros mercados, porque esa es la mejor llegada que pueden tener ósea nosotros lo que hacemos a través de nuestras misiones comerciales y todo es que ojala dentro del programa de reuniones se puedan las empresas reunir con un

ministro, con un subsecretario ya que de lo contrario si van solas es imposible, ahí hay un buen apoyo de parte nuestra que al poder tener la opción de organizar la misión en forma sectorial ósea al menos de llevarse a diez empresas de la región ósea del país es poder llegar a las altas cabezas digamos. Los insumos médicos vendrían siendo productos no tradicionales, ahora los insumos médicos son menos exportados que otros productos principalmente porque es un mercado joven no así las empresas de fármacos ya que los laboratorios son muy antiguos, pero las empresas de insumos médicos son empresas que en general no llevan más de 20 años en el mercado, entonces son empresas relativamente jóvenes que por supuesto la mayoría de ellas empezó comercializando sus productos a nivel nacional y después se fueron afuera, ahora no deciden exportar insumos médicos o es complicado principalmente por un tema de confianza, si no tenemos por ejemplo nosotros ninguna tradición exportadora de este sector primero que empiecen a confiar en nosotros los clientes extranjeros, es como decir por ejemplo “ Chile, un país tan pequeño importando insumos médicos” o que haga gases clínicos es como raro, no como Japón, Estados Unidos entonces primero es eso y lo otro es que son equipos tan específicos, tan técnicos, que cuesta encontrar el cliente adecuado y luego cuesta llegar a una venta concreta, te puede pasar por ejemplo en algunos productos que son frutas cosas así incluso para encontrar un cliente, por ejemplo la manzana es una manzana, puede ser distintas variedades pero termina siendo una manzana, acá solo un producto por ejemplo la ambulancia la cantidad de cosas técnicas que tiene como para lograr a concretar un negocio, ósea en promedio este sector se demorar mucho

en registrarse el registro es un tema no menor , hay productos que se pueden demorar un año en registrarse por lo mismo, por lo técnico así como aca en el ISP las empresas se demoran 2 o 3 meses en registrar su producto como en teoría pero en la práctica se demora casi 6 meses, imagínate afuera esos mismos 6 o 7 meses pero que al final terminas en un año, como no conoces el sistema del país de afuera y debes de repente tener un bufete de abogados, debes tener una contraparte que vea allá tú tema a diario porque tú no puedes estar allá todos los días, eso que otros productos no tienen que registrar nada

**6.- Si Chile es un mercado creciente ¿Qué características debe tener la empresa para que pueda ser ayudada por ProChile?**

Acá a nosotros los que nos interesa es que, nosotros si bien conocemos el sector y todo yo no soy experta en el sector, por ejemplo a mi si me vienen a mostrar una ambulancia y me dicen que es buena yo diré sí, claro es súper buena porque no voy a desconfiar, más bien es un tema de que uno va adquiriendo como un feeling con el sector que después se puede dar cuenta en el momento en que va a visitar la empresa, si la empresa está bien montada, mira lo importante es que primero exista la empresa, muchas veces llegan acá empresas que son de papel, ósea que niquera existen, primero debe existir la empresa y tu darte cuenta que una de las cosas que nos interesan a nosotros es que si no es todo, al menos parte del producto sea

manufacturado acá en Chile, que la empresa no esté reexportando, tenga todo listo y acá solamente selle la bolsa y lo mande.

Lo ideal es que la empresa parte de la producción la haga acá que tu veas que es una empresa bien montada, que cuente con una oferta exportable, eso igual da para hartito, porque ¿Qué es una oferta exportable?, ahí tú dices quizá un producto de calidad, que sea un producto innovador, que tu veas que es un producto que está bien embalado, que tenga un buen packaging, todas esas cosas tú te fijas y a la vez también en el expertiz del exportador que está detrás de la empresa .

La empresa debe contar con un capital mínimo pero nosotros no somos muy estrictos en eso, más bien nos interesa confiar más en la calidad, yo por ejemplo como yo no soy experta en el tema para mí una empresa si o si debe contar con la certificación, especialmente con los equipos: certificación del ISP, certificado de GMP o al menos en vías de tenerlo, ojalá tuviera otra ISO de calidad, la empresa también necesita la HACCP que es más bien de alimentos pero hay empresas que también las necesitan, por último que tenga la Norma Chilena de Calidad, al menos con eso yo me respaldo que al menos la empresa cuenta con un buen producto, no tengo otra forma la verdad de respaldarme al no ser experta.

Si uno ve en realidad que el empresario está muy desorientado, que llega acá y dice mira en realidad quiero exportar estos guantes y no se para dónde o como, para eso nosotros tenemos un programa de pre internacionalización, que existe este coaching y existen talleres en esta etapa que es cuando el empresario llega acá a solicitar tu

apoyo, tú ya no le enseñas a exportar, tu más bien lo tomas y le facilitas el camino para que llegue al mercado, pero ya el sabiendo la teoría.

**7.- ¿Es verdad que hay exportaciones de insumos médicos a Estados Unidos o Alemania recientemente?**

Sí, a Estados Unidos y Alemania si se ha exportado, también a Dubái y en Cuba, el tema que pasa con Cuba es que ellos hacen todo a través del Gobierno y la empresa tiene que estar inscrita como proveedor para poder participar de las licitaciones, el inscribirse como proveedor es un trámite no menor, entonces muchas empresas que están en esa etapa de ser proveedor quedan ahí, porque para ser proveedor debe cumplir con ciertas certificaciones que acá en Chile no te exigen, por lo tanto algunas empresas no las tienen y las tienen que empezar a sacar, por ejemplo OPPICI que es una empresa de insumos médicos fue a Lathinpharma una feria a la cual nosotros asistimos y les ofertaron sus productos que eran lavadores de chatas y allá quedaron sumamente impresionados porque no las conocían, este es una demostración que se puede llegar a muchos mercados más siendo innovador.