



GOBIERNO DE CHILE

**DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES
ECONÓMICAS INTERNACIONALES
DEPARTAMENTO ALCA Y AMÉRICA DEL NORTE**

Evaluación Tratado de Libre Comercio entre Chile y EE.UU.

2004

Marzo 2005

Evaluación Tratado de Libre Comercio Chile – EE.UU. **Febrero 2005**

RESUMEN EJECUTIVO

- Luego de un año, el TLC Chile – EE.UU. muestra excelentes resultados, con un incremento del comercio bilateral de 31%. En el 2004, los envíos alcanzaron los 4.834 millones de dólares, con un crecimiento de 30,5% con relación al 2003. Las importaciones sumaron 3.402 millones de dólares, con un incremento anual de 32%.
- La dinámica de la canasta exportadora ha sido impulsada por los productos industriales, que alcanzaron los 2.615 millones de dólares. Las importaciones han sido lideradas por los bienes intermedios, los cuales llegaron a 2.056 millones de dólares. En la última década, la composición de las exportaciones a los EE.UU. ha variado en forma importante. En 1991, el 32,5% de los productos exportados por Chile a ese mercado eran industriales, hoy este porcentaje alcanza el 57,2%.
- Existe una gran diversificación de productos exportados a los EE.UU. Durante el año 2004, 2.135 empresas enviaron una variedad de 2.088 productos a EE.UU. Esto incide directamente en la creación de empleo y ayuda a distribuir mejor los beneficios del TLC.
- Nuevos productos de rubros diversos se están abriendo paso en el mercado de los EE.UU. gracias al TLC. Destacan los productos industriales como el propano y butano, licuado; productos de la agroindustria como bulbos de liliun y tomates preparados o conservados en trozos; maquinarias como las autopropulsadas, máquinas excavadoras y camiones para la minería; productos de la madera; y productos de la industria textil como los hilados de lana peinada.
- El TLC no sólo mejora las condiciones actuales para comerciar con los EE.UU., sino que abre nuevas oportunidades a líneas de negocios a las que antes era muy complejo acceder, como es el sector de compras gubernamentales, acceso pleno de productos agrícolas y manufacturas con valor agregado.
- Todos los tratados comerciales suscritos por Chile han mostrado buenos resultados. El TLC con EE.UU., la principal economía del mundo, ha tenido una visibilidad política especial, tanto interna como internacionalmente y ha otorgado un sello de calidad a la economía chilena. Sin embargo, en el mediano plazo, el éxito de un acuerdo comercial depende, principalmente, de la capacidad del empresariado local de aprovechar las oportunidades de negocios y de competir, no sólo por diferencias en los precios sino que también por la calidad de los productos exportados y cumplimiento de normas y estándares. Los resultados obtenidos hasta ahora con EE.UU, que triplican nuestras expectativas, muestran que vamos por buen camino.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. TENDENCIAS DEL COMERCIO	6
2.1 Exportaciones	6
2.1.1 <i>Una canasta exportadora diversificada</i>	7
2.1.2 <i>Principales productos industriales exportados</i>	9
2.1.3 <i>Muchas empresas chilenas exportan a EE.UU.</i>	10
2.1.4 <i>Exportaciones de productos con cuotas</i>	12
2.1.5 <i>Precios</i>	13
2.2 Importaciones	15
2.3 Inversiones.....	15
2.4 Estadísticas de EE.UU.....	16
3. LAS CARAS DEL COMERCIO CON EE.UU.	17
3.1 Grupo REIZEN S. A.....	17
3.2 FABRIL Maderera de la Patagonia Ltda.....	17
3.3 Floricultura IGNAKENE Ltda.	18
3.4 Pesquera MELINKA S.A.	18
3.5 DESERT KING Chile.	18
3.6 LOS ANDES Fruit S.A.	19
3.7 Temuco Chilean Furniture.....	19
3.8 Condensa S.A.	20
3.9 UTStarcom	20
3.10 MetLife	20
3.11 Sun Pacific Shippers Sales	20
3.12 JM Machinery and Parts Supply, Inc.....	21
3.13 Otros casos exitosos	21
3.13.1 <i>Sector Frutícola</i>	21
3.13.2 <i>Carnes</i>	22
3.13.3 <i>Lácteos</i>	23
3.13.4 <i>Productos del Mar</i>	24
3.13.5 <i>Manufacturas</i>	24
3.13.6 <i>Servicios</i>	27
3.13.7 <i>Chile, Plataforma de Inversiones</i>	28
3.13.8 <i>Iniciativas Novedosas</i>	28
4. NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS.....	29
5. CONCLUSIONES.....	31
6. ANEXOS.....	33

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Gráfico 1: Composición de las Exportaciones según Actividad Económica.	7
Gráfico 2: Composición de las Exportaciones según tipo de bien, año 2004.	7
Tabla 1: Principales productos exportados de industrias seleccionadas. (miles de US\$) ...	10
Tabla 2: Exportaciones según actividad económica (año 2004, %).....	11
Tabla 3: Exportaciones según tamaño de empresa (año, 2004)	11
Tabla 4: Cuotas otorgadas por EE.UU. a Chile.....	13
Gráfico 3: Evolución del tipo de cambio nominal, años 2002, 2003, 2004 y 2005.	14
Tabla 5: Número de empresas y productos exportados a distintos mercados	33
Tabla 6: Nuevos productos exportados a EEUU en 2004, dólares fob.	34
Tabla 7: Productos con un crecimiento importante en el período	35
Tabla 8: Productos con un crecimiento excepcional en el período.	36
Tabla 9: Principales productos de madera, muebles de madera EE.UU. (dólares del año)	36

1. INTRODUCCIÓN

La experiencia chilena en materia de TLCs nos muestra que es difícil evaluar el impacto de un acuerdo comercial en un solo año. Sin embargo, en todos los casos, en el mediano y largo plazo, la tasa de crecimiento de las exportaciones chilenas hacia países con los que hay tratados ha sido considerablemente superior a la tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país.

En el caso particular del TLC entre Chile y EE.UU., según la información proveniente del Banco Central de Chile, el impacto comercial del año 2004 significó un incremento del 30,5% de los envíos a EE.UU., alcanzando los 4.834 millones de dólares. Este incremento es una consecuencia directa de las oportunidades comerciales derivadas del TLC.

La relación comercial de Chile con EEUU es una relación madura y el comercio bilateral se ha ido incrementando permanentemente a los largo de los últimos años. Los resultados del 2004, de hecho, superaron las expectativas de DIRECON. A partir de las estimaciones realizadas internamente, se esperaba un crecimiento de las exportaciones de tendencia de un 10,2% al término del primer año de vigencia del TLC; esto ya significaba un cambio importante porque las exportaciones a los EE.UU. traían un crecimiento de tendencia previo de 7,7%.

La relación comercial entre Chile y los EE.UU. es altamente complementaria. Chile exporta importantes montos en productos agrícolas, mineros, industria alimenticia, productos forestales y muebles de madera. Por su parte, las importaciones chilenas desde EE.UU. provienen predominantemente de productos industriales y de bienes de capital.

El incremento de las importaciones desde EE.UU. (32%), está en sincronía con el movimiento observado en las importaciones totales (27,3%) y es consecuencia, no sólo del TLC, sino de la valorización del peso y de la reactivación de la demanda interna observada en el período.

Una importante ganancia para Chile, obtenida a partir del TLC con EE.UU. es un reconocimiento de la calidad de imagen país a nivel internacional, lo cual se ve reflejado en evaluaciones positivas tales como la del World Economic Forum; el reciente Índice de Libertad Económica del Heritage Foundation (enero 2005), en el cual Chile ocupa el 11° lugar, y en el hecho de recibir la clasificación internacional de riesgo más baja de América Latina .

El dinamismo exportador chileno es reconocido a nivel internacional. El último informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe¹ (CEPAL) señala que, durante el año 2003, el dinamismo exportador de Chile (13%) se encontró sobre el promedio latinoamericano (8,3%). Este resultado se acentuó durante el año 2004: Chile presentó un incremento en sus exportaciones al mundo de un 52,1% y para América Latina se proyecta un crecimiento de 22,4%. Estos resultados tienen que ver con la consolidación de una

¹ CEPAL, Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe 2004

**DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES
ECONÓMICAS INTERNACIONALES
DEPARTAMENTO ALCA Y AMÉRICA DEL NORTE**

transformación productiva orientada al desarrollo exportador y con una política comercial que ha utilizado todas las herramientas disponibles (rebaja unilateral de aranceles, negociaciones multilaterales, tratados de libre comercio) para aumentar la competitividad internacional de la economía, ganar acceso a los mercados, contar con normas y disciplinas claras y estables, y asegurar estos beneficios con sólidos mecanismos de solución de controversias.

La información proveniente desde el Banco Central muestra que los resultados para el comercio exterior en el año 2004, son muy positivos. Chile superó los 32.000 millones de dólares en exportaciones, lo que se tradujo en un incremento del 52%. Al mismo tiempo, las importaciones alcanzaron los 22.956,2 millones de dólares, con un incremento del 27,3%. Este resultado, sobrepasa las proyecciones realizadas tanto por el sector público como por el privado y da muestra del buen resultado observado en materia comercial.

2. TENDENCIAS DEL COMERCIO

Según la información del Banco Central, en 2004, el intercambio comercial con EE.UU. superó los 8.236 millones de dólares. El intercambio se distribuye en 4.834 millones de dólares por exportaciones y 3.402 millones de dólares por importaciones, lo que arrojó una balanza comercial superavitaria de 1.432 millones de dólares.

2.1 Exportaciones

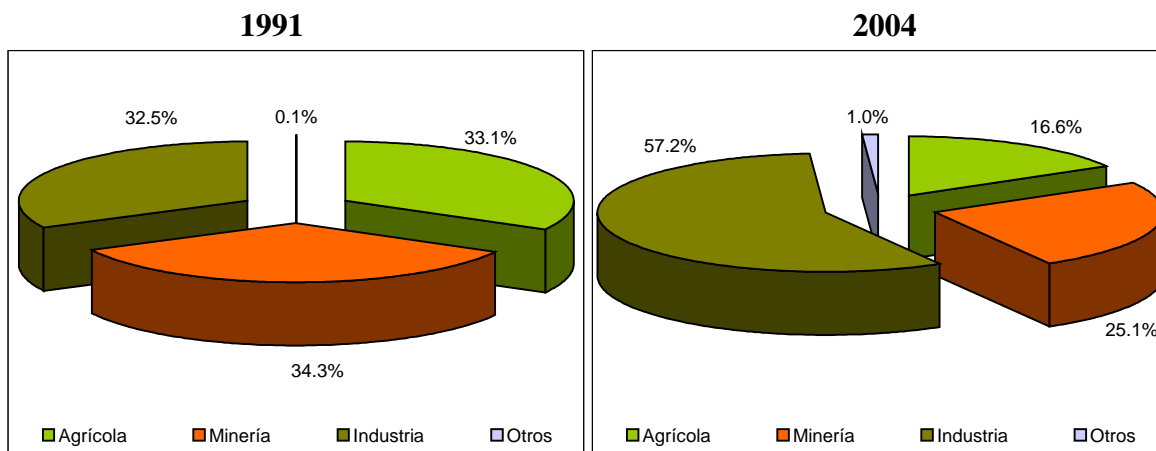
Las exportaciones chilenas a los EE.UU. muestran una tendencia creciente, con marcados aumentos estacionales en el primer trimestre de cada año por la temporada de las exportaciones de bienes agrícolas y agroindustriales. En 2004, los envíos a ese mercado alcanzaron los niveles históricos más altos observados (4.834 millones de dólares), con una tasa de crecimiento anual de 30,5%.

Los envíos agrícolas alcanzaron un valor de 759,9 millones de dólares, la minería exportó 1.148,6 millones de dólares y la industria alcanzó los 2.615,0 millones de dólares, en el período.

La composición de los bienes exportados es uno de los principales beneficios destacables de la relación comercial con EE.UU.: la dependencia de las exportaciones de bienes agrícolas y mineros se ha reducido, con un aumento considerable de las exportaciones industriales. Éstas han sido el principal impulsor de los envíos a EE.UU., con una tasa de crecimiento anual de 24,5% en este período. A lo largo de la última década, las exportaciones a EE.UU. de este grupo de productos han mostrado un importante incremento: en el año 1991, apenas superaban los cuatrocientos millones de dólares y durante el año 2004 se exportaron más de dos mil seiscientos millones de dólares.

Esto muestra una mayor madurez en el proceso exportador chileno, con envíos de productos con mayor valor agregado, facilitados por los TLCs, con un mayor impacto en la generación de empleo calificado y en las remuneraciones recibidas.

Gráfico 1: Composición de las exportaciones según actividad económica.

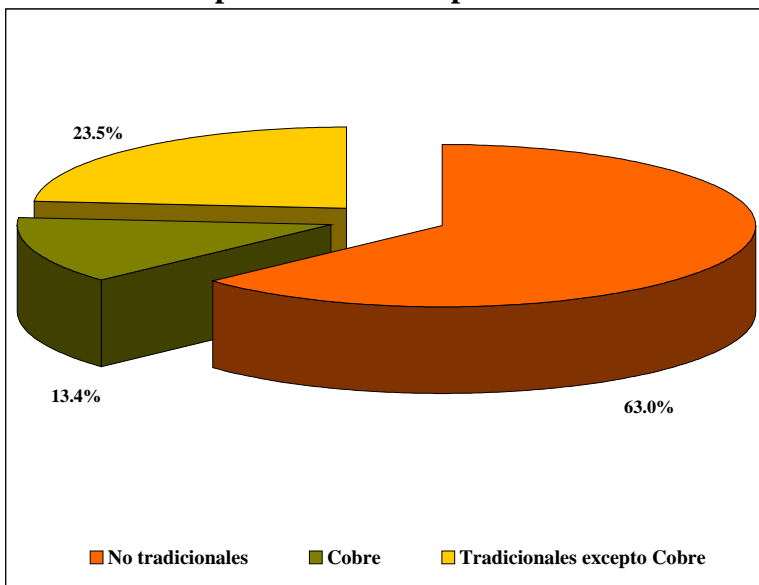


Fuente: Elaboración Direcon con información de Aduana

2.1.1 Una canasta exportadora diversificada

La menor dependencia de la minería en las exportaciones a EE.UU., muestra la diversificación de la canasta exportadora hacia ese país. Es así como en el año 2004, las exportaciones no tradicionales² alcanzaron los 3.047,9 millones de dólares, representando un 63% de las exportaciones totales. Los envíos de cobre, en cambio, ascendieron sólo a 648,3 millones de dólares.

Gráfico 2: Composición de las exportaciones a EEUU según tipo de bien, año 2004.



Fuente: Elaboración Direcon con información de BCCH

² En las exportaciones no tradicionales se consideran todos los productos exportados excepto: cobre, harina de pescado, hierro, celulosa, salitre, plata metálica, óxido y ferromolibdeno, minerales de oro, rollizos de madera, madera aserrada y cepillada, metanol y las principales frutas frescas (naranjas, uvas, manzanas, kивis, melocotones y frambuesas).

**DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES
ECONÓMICAS INTERNACIONALES
DEPARTAMENTO ALCA Y AMÉRICA DEL NORTE**

La mayor participación en las exportaciones de productos no tradicionales y principalmente industriales, hace que la canasta exportadora sea muy diversificada. En el año 2004 se exportaron a ese mercado 2.088 productos diferentes.

Los productos clasificados como más dinámicos en el período mostraron un incremento en sus exportaciones, tanto del valor como del volumen. En este grupo es posible diferenciar entre los productos con un incremento importante y uno excepcional. Entre los productos con un importante crecimiento destacan los pescados congelados descabezados y vicerados; alambre de los demás aceros aleados; centolla; discos, cintas y soportes para datos, destinados a las máquinas automáticas de procesamiento de datos; cloruros, oxiclорuros e hidroxiclорuros; bromuros y oxibromuros; yoduros y oxiyoduros de cobre; las demás frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo; unidades de procesos digitales; teléfonos celulares; pantalones largos, con peto y cortos, de lana o de pelo fino; bacalao de profundidad; las demás carnes de salmones del atlántico y salmones del danubio; jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas (incluso silvestres), sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante y las semillas de pepinos y sandías. (anexo 3)

Entre los productos con crecimiento excepcional destaca el trióxido de molibdeno; los concentrados de molibdeno sin tostar y tostados; los demás aceites de petróleo o de mineral bituminoso; jugo de frambuesa; madera aserrada o desbastada longitudinalmente de lenga; semillas de pimienta; pantalones de mezclilla (denim) para hombres o niños y paletas para carga. (anexo 4)

En un segundo grupo se clasificaron los productos nuevos, que no se exportaron en el año 2003, y cuyo valor de exportación fue alto en el mismo período de 2004. En este grupo encontramos productos como plata en bruto aleada (metal dore); ánodos gastados; desperdicios y desechos con contenido de cobre inferior al 94% en peso; propano, licuado; las demás máquinas y aparatos autopropulsados, excepto sobre neumático y los hilados de lana peinada sin acondicionar para la venta al por menor. (anexo 2)

Para el año 2005, ProChile proyecta como productos estrellas de la fruticultura los arándanos frescos, las frambuesas frescas y la palta Hass; entre los productos agroindustriales destaca el aceite de oliva y la fruta deshidratada; de los alimentos orgánicos el té de hierbas orgánico, la fruta fresca orgánica (manzanas y berries), aceite de oliva orgánico y el aceite de rosa mosqueta orgánico; en los productos del mar destacan el salmón, bacalao, preparaciones y conservas de anchoas y la centolla y centollón congelados; y entre los productos industriales las confecciones textiles, la madera aserrada y las partes y piezas para muebles de madera.

En el mediano plazo, entre 1 y 5 años, se espera que productos como los calamares y jibias congeladas; manzanas deshidratadas; partes de plantas sin flores, pimientos frescos; los quesos: de oveja, cabra, eddam y del tipo eddam, fresco, fundido, gauda y del tipo gauda y parmesano y del tipo parmesano; las semillas de: girasol, cebolla, pimienta, zapallo y tomates para siembra y el vino espumoso, aguardiente de uva (pisco y similares) y vinos

orgánicos con denominación de origen; sean productos estrellas en el mercado de los EE.UU.

En un plazo mayor, más de 5 años, se espera que entren exitosamente en el mercado estadounidense productos del mar como el ostión del norte vivo, fresco, refrigerado o congelado; el abalón congelado y pulpos congelados, frescos o refrigerados; el aceite de oliva kosher; la carne de avestruz congelada; los espárragos en conserva y los helados y productos similares; entre otros.

2.1.2 Principales productos industriales exportados

Las exportaciones de productos industriales no sólo han ganado una mayor participación en las exportaciones a los EE.UU. en los últimos años, sino que también mostraron el mayor crecimiento en valor del último año. Entre las actividades de la industria manufacturera con mayor crecimiento y valor en sus exportaciones, es posible destacar la industria de productos de la madera con exportaciones por 917 millones de dólares; los productos alimenticios con envíos por 782 millones de dólares; las industrias de bebidas cuyos montos exportados bordearon los 253 millones de dólares y la fabricación de sustancias químicas industriales y pinturas con envíos por 189,6 millones de dólares.

También se espera que accedan a un lugar destacado en los próximos años otras actividades que, con un monto menor, pero con un importante crecimiento de las exportaciones en el período, tales como la fabricación de textiles (91,9%) con exportaciones por 6,4 millones de dólares; la fabricación de prendas de vestir, excepto calzado (97,2%) con envíos por 21 millones de dólares; y la industria básica de metales no ferrosos (85,4%) con envíos por 29,7 millones de dólares.

En la tabla 1 se presentan algunos productos industriales que con un buen desempeño exportador en el año. Entre ellos destacan los perfiles y molduras de coníferas, las demás tablas aserradas, "Schaall Board" de la industria de productos de la madera; los filetes, trozos y carnes de salmón del atlántico y del danubio frescos, refrigerados o congelados de la industria de productos alimenticios y en la industria de bebidas destacan los vinos Chardonnay, Cabernet Sauvignon y Merlot en envase de menos de 2 litros.

Tabla 1: Principales productos exportados de industrias seleccionadas. (miles de US\$)

Industria	Crec 03 04. (%)	Principales Productos	Valor 2003	Valor 2004	Crec. 03 04 (%)
Fabricación de Textiles	91,91	las demás tiras o formas similares de polipropileno con capacidad de carga inferior o igual a 50 kilos netos	836,8	1.808,3	116,1
		hilado lana peinada, con un contenido de lana superior al 85% del peso	0,0	952,6	Producto nuevo
Fabricación de prendas de vestir, excepto calzado	104,10	pantalones de mezclilla (denim)	36,5	6.002,7	13.316,2
		pantalones de mezclilla (de trajes sastre)	379,4	1.047,2	175,96
		pantalones de lana o pelo fino	1.667,6	3.621,5	117,1
		chaquetas de lana o pelo fino	3.561,0	5.599,4	57,24
		trajes de lana o pelo fino para hombre	2.065,6	3.317,9	60,6
Industria de productos de la madera	60,62	los demás tableros de fibra con trabajo mecánico y recubrimiento superficial	41.005,4	74.761,0	82,3
		las demás tablas aserradas, "schaall board"	147.303,6	253.422,7	72,0
		perfiles y molduras de coníferas	169.252,6	296.447,1	75,1
		las demás maderas contrachapadas de coníferas	48.116,7	70.226,5	45,9
		puertas de madera	35.676,0	52.296,4	46,6
Industrias de bebidas	18,63	extractos, esencias y concentrados a base de té	4.465,5	8.005,3	79,3
		las demás hortalizas y mezclas de hortalizas preparadas o conservadas sin congelar	5.833,3	10.039,4	72,1
		jugo de frambuesa	4.976,3	8.588,7	72,6
		mezclas de vinos tintos en envase de menos de 2 litros	6.503,5	8.877,3	36,5
		los demás jugos de frutas	5.405,5	7.441,2	37,6
		Chardonnay en envase de menos de 2 litros	14.601,3	17.759,3	21,6
		Cabernet Sauvignon en envase de menos de 2 litros	30.295,8	36.344,0	19,9
		Merlot en envase de menos de 2 litros	23.479,5	25.779,5	9,8
Productos Alimenticios	6,94	bacalao de profundidad	8.418,8	17.387,9	106,5
		las demás carnes de salmónes del atlántico y del danubio	11.534,5	23.652,2	105,1
		frambuesas sin cocer o cocidas en agua o vapor, congeladas	13.030,9	18.834,6	44,5
		filetes de salmón del atlántico y del danubio frescos, refrigerados o congelados	66.384,2	68.453,2	3,1

Fuente: Elaboración Direcon con información de Aduanas

2.1.3 Muchas empresas chilenas exportan a EE.UU.

Un gran número de empresas chilenas participa con un gran número de productos en las exportaciones a EE.UU. Durante el año 2004, 2.135 empresas enviaron una variedad de 2.088 productos a EE.UU. Esto incide en el empleo y ayuda a distribuir mejor los beneficios del TLC.

Aún queda un considerable margen de crecimiento para las exportaciones a EEUU. En este período, participaron en la actividad exportadora al mundo 6.639 empresas con una variedad de 5.237 productos. Para este grupo de empresas, los principales destinos, según montos exportados, son la UE (con un 24,9%), EE.UU. (15,4%) y Japón (11,9%); en menor

medida las empresas exportan a China (10,3%) y Mercosur (6,3%). La distribución de los productos exportados muestra como principal destino Mercosur (97%), Perú (51%), Bolivia (43%) y la UE (41%); China y Japón alcanzan sólo un 5% y 11% respectivamente, de la variedad de productos exportados.

En el caso de EE.UU., las exportaciones industriales son las que involucran el mayor número de empresas, productos y valor. Como se puede observar en la tabla 2, el mayor número de empresas (78%) participan en la actividad industrial, con exportaciones que representan el 57% del valor total y el 92% de los productos. En el otro extremo se encuentra la minería, que concentra el 1,9% de las empresas con el 1,3% de los productos y representa el 25% de las ventas en el exterior.

Tabla 2: Exportaciones a EEUU según actividad económica (año 2004, %)

Actividad	Valor Exportado	Número Empresas	Número Productos
Agricultura	16,6	21,0	6,5
Minería	25,1	1,9	1,3
Industrias	57,2	78,0	91,8
Otros	1,0	5,1	0,4
Total	100	100	100

Fuente: Elaboración Direcon con información de Aduanas

Los mayores ingresos por concepto de ventas en los EE.UU. se encuentran altamente concentrados en las grandes empresas exportadoras. El 82,5% de los ingresos por exportaciones corresponden a 223 grandes empresas con una variedad de 836 productos. En cambio, el mayor número de empresas exportadoras y la mayor variedad de productos exportados se concentra en las pequeñas empresas, alcanzando sólo un 2,7% de los ingresos por ventas en los EE.UU.³

Tabla 3: Exportaciones a EEUU según tamaño de empresa (año 2004)

	Micro Empresa Exportadora	Pequeña Empresa Exportadora	Mediana Empresa Exportadora	Grande Empresa Exportadora	Total
Valor (millones US\$)	3,9	124,7	667,5	3.771,1	4.568,8
Número de Empresas	203,0	794,0	518,0	223,0	2.135
Número de Productos	480,0	1.097,0	945,0	836,0	2.088

Fuente: Elaboración Direcon con información de Aduanas

³ En la estratificación por tamaño a las empresas exportadoras, se utilizó la clasificación de ProChile, que clasifica como micro empresas, aquellas que en un año exportan montos entre 15.000 y 50.000 dólares; como pequeñas empresas, aquellas con exportaciones entre 50.000 y 1.000.000 de dólares; como medianas empresas, las que exportan entre 1.000.000 y 10.000.000 de dólares; y las grandes empresas, con exportaciones con más de 10.000.000 de dólares. Con esta clasificación se perdió un grupo de empresas que exportaron menos de 15.000 dólares en un año.

**DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES
ECONÓMICAS INTERNACIONALES
DEPARTAMENTO ALCA Y AMÉRICA DEL NORTE**

En el año 2004, un total de 791 empresas nuevas ingresaron al proceso exportador, en comparación con el mismo período del año 2003. En este grupo de empresas es posible destacar por el valor de sus envíos: Minera Los Pelambres (51,6 millones de dólares), Cía. Minera Mantos de Oro (31,1 millones de dólares), Exportadora Propal S.A. (14,0 millones de dólares), Minera Meridian Ltda. (12,0 millones de dólares), Mainstream Chile S.A. (6,0 millones de dólares) y Comercial e Industrial JCE S.A. (5,8 millones de dólares).

2.1.4 Exportaciones de productos con cuotas

Los productos con mayor sensibilidad en el mercado estadounidense tienen libre acceso a través de un sistema de cuotas. Este sistema es temporal, por un número determinado de años y luego estos productos tendrán libre acceso pleno en los EE.UU.

En la siguiente tabla, se presentan los productos que se encuentran afectos a cuotas, el monto de ésta, la tasa de incremento anual, los años de duración, cuánto se utilizó en el año 2004 y cuánto se ha usado hasta la primera quincena de febrero de 2005. Las cuotas de carnes son recíprocas, pero aún no se utilizan ya que ambos países se encuentran resolviendo los temas sanitarios y fitosanitarios pendientes. En el caso de las exportaciones de cátodos de cobre, la cuota asociada fue de sólo un año de duración por lo que a partir de 2005, ingresan sin arancel a los EE.UU. Las cuotas asociadas a los productos textiles se basan en reglas de origen más flexibles, lo que permite un mayor uso de materiales importados en la elaboración de la tela y en la confección del producto final.

Como se observa en la tabla, durante el año 2004, las paltas, el cobre y las alcachofas procesadas, que son productos consolidados en el mercado de EEUU, coparon la cuota disponible libre de arancel. La leche condensada y otros productos lácteos no alcanzaron a llenar la cuota asignada. Las cuotas de los productos industriales muestran aún una baja tasa de utilización.

Dos productos particularmente dinámicos son las alcachofas procesadas y las paltas, que al 15 de febrero de 2005 ya presentaban su cuota completa. Para el resto de los productos el ingreso al mercado estadounidense es más lento e incluso nulo.

Tabla 4: Cuotas otorgadas por EE.UU. a Chile.

Producto	Cuota	Incremento anual	Duración Cuota ^c (años)	% de uso 2004*	% de uso 1º sem. 2005**
Carne de pollos y pavo	8.000 tons	5%	9	0,00	0,00
Carne bovina	1.000 tons	10%	3	0,00	0,00
Quesos	1.432 tons	7%	11	17,35	3,28
Leche en polvo	828 tons	5%	11	48,91	0,00
Mantequilla	300 tons	7%	11	31,69	0,00
Leche condensada	489 tons	7%	11	84,33	11,34
Otros lácteos	452 tons	7%	11	93,23	19,47
Paltas 01/01 – 30/09	15.000 tons	5%	11	100	100
Paltas 01/10 – 31/12	34.000 tons	5%	11	100	0,00
Azúcar	2.000 tons	5%	11	0,00	0,00
Tabaco	617 tons	5%	11	0,00	0,00
Alcachofas procesadas	950 tons	-	11	100	100
Neumáticos	3 millones	4,3%	7	47,49	5,50
Neumáticos	3 millones	4,3%	7	0,00	0,00
Utensilios chinos de hotel o restaurante	10.000 docenas	12,5%	9	5,00	0,00
Productos textiles	-	-	-	0,00	0,00
Productos textiles	-	-	-	26,43	2,74
Cátodos de cobre	55.000 tons	-	1	100	Libre acceso

^c Al año siguiente se encuentra completamente liberado el ingreso del producto

* porcentaje correspondiente al 30 de diciembre de 2004,

** porcentaje correspondiente al 14 de febrero de 2005.

Fuente: Direcon, con datos del U.S. Bureau of Customs and Border Protection

2.1.5 Precios

Los excelentes resultados logrados con las exportaciones a los EE.UU. en el año 2004, son también resultado de los mayores niveles de precios observados y de la evolución del tipo de cambio en el período.

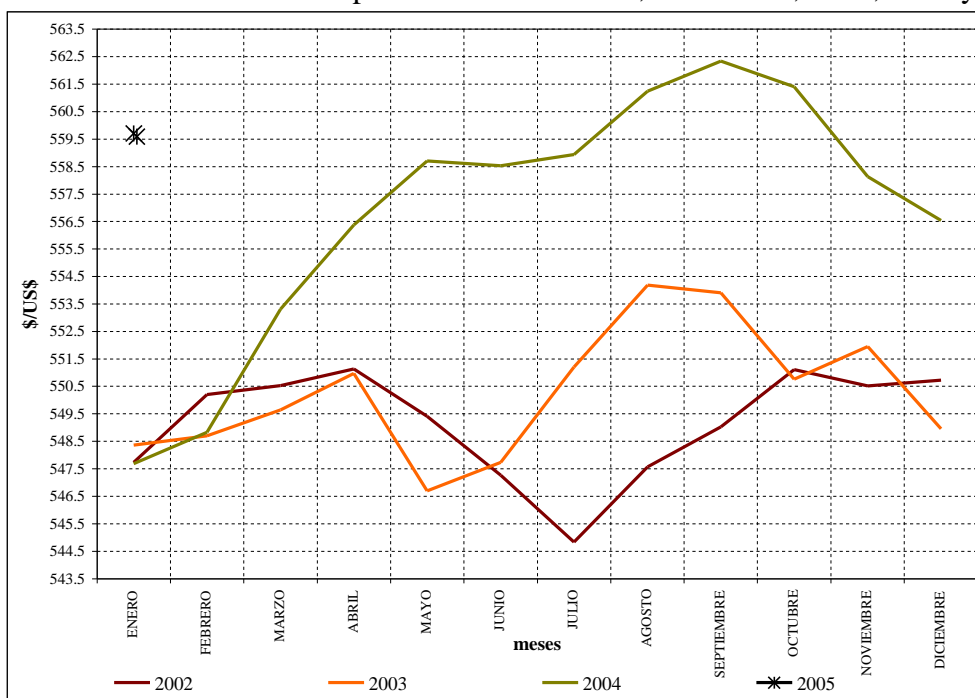
En el año 2004 los precios alcanzados por los productos exportados a los EE.UU. han sido superiores a los observados en los años 2003 y 2002. Una comparación del valor unitario de la canasta exportada, muestra que los valores unitarios se encuentran un 11% y un 13% por sobre los niveles observados en los años 2003 y 2002, respectivamente⁴.

⁴ Para alcanzar esta conclusión, se construyó un índice de precios para los productos exportados a los EE.UU. con base en el año 2004.

Otro factor que incidió de manera positiva en la evolución de las exportaciones es el tipo de cambio. Durante el año 2004, el peso chileno se depreció en relación al dólar alcanzando un valor promedio 557 pesos por dólar, resultado superior a los niveles alcanzados en los años 2003 (550 pesos por dólar) y 2002 (549 pesos por dólar).

El tipo de cambio mostró una recuperación importante en el año 2004, superando los niveles mensuales alcanzados en los años anteriores. Esta recuperación comenzó en el mes de febrero alcanzando su máximo en septiembre, cerrando el año casi 10 pesos sobre el valor observado en enero. La volatilidad⁵ del tipo de cambio se redujo en el último año, pasando de un 9,8% en el 2003 a un 6,0% en el 2004.

Gráfico 3: Evolución del tipo de cambio nominal, años 2002, 2003, 2004 y 2005.



Fuente: Elaboración propia con información del BCCH

⁵ La volatilidad del tipo de cambio se mide como la desviación estándar de la tasa de crecimiento anual del tipo de cambio nominal.

2.2 Importaciones

En 2004, las importaciones desde los EE.UU. sumaron 3.402 millones de dólares con un incremento anual de 32%, en sincronía con el movimiento de las importaciones totales (27,3%), como consecuencia tanto de la valorización del peso, como de la reactivación de la demanda interna.

Estados Unidos incrementó su participación en las importaciones chilenas. Este resultado es consecuencia directa del TLC, ya que EE.UU. está recuperando la participación histórica en el mercado chileno que perdió a partir de 1999 con la entrada en vigencia de los TLCs con México y Canadá. Para el año 2004, el origen de las importaciones de Chile muestra en el primer lugar a Mercosur (31,6%), seguido por la UE (15,7%) y EE.UU. (15,2%). Con una menor participación se observan las importaciones desde China (8,2%), Japón (3,6%) y Perú (3,1%).

Las importaciones desde EE.UU. estuvieron lideradas por los bienes intermedios (2.056,8 millones de dólares), seguidos por los bienes de capital (1.065,9 millones de dólares), los cuales crecieron un 36% y un 36,9%, respectivamente en un año. Este resultado es destacable debido a las implicancias productivas que tiene la adquisición de insumos a más bajos costos. Las importaciones de bienes de consumo alcanzaron los 252 millones de dólares con un crecimiento anual del 18%. El incremento en la demanda por bienes intermedios y de capital, ha sido una señal permanente durante todo el año de la reactivación de la economía local.

2.3 Inversiones

Según información del Comité de Inversión Extranjera, hasta agosto de 2004, se autorizaron inversiones desde los EE.UU. por un monto cercano a los 616 millones de dólares, de los cuales se ha materializado un 14%.

La inversión materializada se encuentra distribuida en sectores productivos como el comercio, servicios financieros y la industria (alimenticia, textil y química). Algunas de las empresas que han invertido son: Liberty International Holdings Inc, (Seguros), Lee Bell Inc.(Industria textil), Liberty Chile, Inc. (Comunicaciones), Dow Chemical International Limited (Industria química), Payless ShoeSource Uruguay S.R.L. (Comercio), Productos de Maíz S.A. (Industria alimentos), entre otras.

Las inversiones autorizadas posiblemente alcancen los 800 millones de dólares en 2004⁶. Este nivel de inversiones autorizadas se encuentra muy por debajo de los niveles de los años 1996 y 2000 donde bordeó los 3 mil millones. Asimismo, el nivel de inversión materializada es bajo en relación a años anteriores: en el 2003 la inversión materializada a diciembre bordeó el 100%. En los años de máxima autorización de inversión, la proporción materializada sobre autorizada alcanzó un 74% en 1996 y un 26% en 2000.

Los montos de inversión para el primer año del TLC no son altos: son reducidos en comparación con años de expansión económica, pero concuerdan con un año de

⁶ Aún no se ha publicado la cifra anual de Inversión Autorizada 2004.

**DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES
ECONÓMICAS INTERNACIONALES
DEPARTAMENTO ALCA Y AMÉRICA DEL NORTE**

recuperación económica. EE.UU. perdió su liderazgo como el primer inversionista según la inversión materializada acumulada entre los años 1974 y 2004, siendo reemplazado por España, que fue también el principal inversionista en Chile durante 2004. Mientras que las inversiones hispanas se concentran en la compra de empresas que son activos para el país, como los servicios básicos, EE.UU. invierte en actividades industriales a través de la creación de nuevas empresas o alianzas estratégicas con empresas locales, lo que redundará en un agregación de valor productivo para el país.

Los flujos netos de inversión chilena con destino en los EE.UU. alcanzaron los 4.983 millones de dólares (capítulos XII y XIII) en el año 2004, según información del Banco Central. Un 78,5% de estos flujos son inversiones de cartera. El flujo total de las inversiones que Chile ha realizado en EE.UU. entre los años 1975 y 2004 alcanza los 23.928 millones de dólares.

2.4 Estadísticas de EE.UU.

El United State International Trade Commission, USITC, es la fuente de información para las estadísticas de comercio de los EE.UU.. Para el año 2004, registran un incremento en las importaciones de régimen general provenientes de Chile de un 27,8% alcanzando los 4.733,8 millones de dólares. Las exportaciones desde los EE.UU. a Chile alcanzan los 3.624,7 millones de dólares mostrando un incremento del 33,3%

De la comparación de los registros estadísticos de Chile (BCCH) y de EE.UU. (USITC) es posible concluir que el registro de importaciones chilena subestima en un 6% las exportaciones registradas por los EE.UU., sin embargo, la diferencia en el incremento anual es de un punto porcentual. Los registros de las exportaciones chilenas a los EE.UU. sobre estiman los registros de importaciones del USITC en un 2% y la diferencia en la tasa de crecimiento alcanza los 2,7 puntos porcentuales.

3. LAS CARAS DEL COMERCIO CON EE.UU.

En esta sección se presenta información sobre las empresas que han destacado en el desarrollo de diferentes actividades exportadoras. Hay una gran variedad de empresas pequeñas, medianas y grandes que están exportando tanto a EE.UU. como a otros destinos, aprovechando las amplias oportunidades que ofrecen los TLCs. Cabe destacar también a empresas estadounidenses que han hecho negocios exitosos en Chile, ya sea realizando inversiones o a través de alianzas estratégicas con empresas locales.

3.1 Grupo REIZEN S. A.

Esta empresa se dedica a la producción, empaque y exportación de frutas frescas. La producción frutícola la desarrolla en el marco de las Buenas Prácticas Agrícolas, incorporando tecnología que permite mejorar las variedades de frutas, el desempeño de los procesos y los productos terminados; aumentando así el valor del negocio y el número de clientes.

Emplea técnicas agronómicas renovadas bajo el control de seguridad alimentaria. Los procesos de selección, embalaje, enfriamiento, almacenamiento y despacho de frutas frescas se encuentran certificados según los requerimientos HACCP. La solidez, agilidad, eficiencia y flexibilidad le permite entregar sus productos en los terminales de Europa, Norteamérica, Centroamérica, Asia y Sudamérica.

Esta empresa, dedicada a las actividades del sector agroindustrial, tiene en su planta 120 trabajadores y posee una facturación entre los 630.000 y los 2,5 millones de dólares anuales, lo que la ubica como una empresa de tamaño medio. La comercialización de sus productos, la realiza en un 85% al exterior, siendo sus principales destinos Estados Unidos, Holanda, Inglaterra, España y Francia. En el año 2003, sus exportaciones a los EE.UU. alcanzaron los 1,4 millones de dólares, lo que significó un incremento de sus exportaciones en más de 56 veces lo exportado en el año 2001. En los cuatro primeros meses del año 2004 y gracias a los beneficios alcanzados por el TLC, esta empresa ya había realizado envíos por más de 1,2 millones de dólares, casi superando el total exportado a los EE.UU. en el año 2003.

3.2 FABRIL Maderera de la Patagonia Ltda.

Esta empresa cuenta con 25 años de experiencia en la elaboración y comercialización de productos de lenga, orientada principalmente a la industria de partes y piezas de muebles en mercados exigentes como Europa y EE.UU..

Las instalaciones se encuentran en el sector industrial de la ciudad de Punta Arenas, en la región más austral de Chile y, en 5.200 metros cuadrados de edificaciones, cuenta con cámaras de secado que totalizan 460 metros cúbicos y maquinaria de moderna tecnología capaz de producir más de 4.000 metros cúbicos al año de productos elaborados, tales como paneles de madera sólida, puertas para muebles de cocina, cajoneras, entre otros. En esta empresa trabajan 110 personas, con una facturación anual de 3 millones de dólares.

3.3 Floricultura IGNAKENE Ltda. .

El desarrollo de esta empresa como productora de flores, nace como una alternativa de cambio a la producción de hortalizas. Ante la importante competencia en ese mercado, tanto desde Argentina como de otras regiones de Chile, la empresa decidió dedicarse a la producción de flores.

La actividad exportadora se desarrolla en conjunto con otros productores de la región, asegurando de esta manera un volumen importante de flores para exportación. Entre las variedades de plantas que exportan se encuentran las peonías y los tulípanes. La elección de estas plantas se debe a que son cultivos de climas fríos y las favorece el clima de Punta Arenas, ya que es la única región del mundo que puede tener producción de estas flores entre los meses de noviembre y febrero.

En la empresa trabajan 20 personas y su facturación anual bordeó los 70 mil dólares el año 2003. Los envíos a EE.UU. se realizan desde hace dos años a Miami, con muy buenos resultados de aceptación y calidad. Actualmente, su estrategia es consolidar el mercado de Miami y potenciar el de Nueva York, y en un futuro Los Ángeles.

3.4 Pesquera MELINKA S.A.

Empresa familiar que por más de 2 décadas se ha dedicado al desarrollo de la industria de los crustáceos congelados, en la región de Magallanes. En sus comienzos, una persona se dedicaba a la extracción de los productos y la otra los vendía en el mercado de la ciudad.

Actualmente, MELINKA cuenta con 4 embarcaciones dedicadas a la extracción y una planta de procesamiento que cumple con todos los requisitos necesarios para exportar a la Unión Europea y EE.UU. Esta empresa da empleo a 60 personas en la planta de procesamiento y a 25 personas en la actividad pesquera. Entre los principales productos que exportan se encuentran Centolla, Centollón, Ostión, Congrio Dorado, Loco, Erizo, Cholga y Chorito, Merluza del sur, Merluza de cola, Almeja y Caracol, con destinos a los mercados de Holanda y EE.UU. Durante el año 2003, la empresa facturó casi dos millones de dólares en exportaciones.

3.5 DESERT KING Chile.

Esta empresa fue fundada en el año 2001, como resultado de la alianza estratégica desarrollada entre Natural Response S.A. (Chile), mayor productor mundial de extractos de quillay y Desert King Internacional (EE.UU.), líder mundial en la comercialización de extractos naturales.

Durante el año 2003, los envíos a los EE.UU. alcanzaron los 1,7 millones de dólares, con exportaciones de productos como extractos de quillay sólidos purificados y extractos de quillay sólidos no-purificados; y extractos de quillay líquidos purificados y extractos de quillay líquidos semi-purificados, con usos tan diversos que van desde la agricultura, la alimentación animal, las vacunas y la fotografía. Es importante destacar que el proceso productivo se desarrolla a través de un manejo sustentable del árbol endémico chileno

Quillaja saponaria Mol (materia prima) donde los extractos son fabricados según un proceso único que utiliza toda la biomasa de árbol.

3.6 LOS ANDES Fruit S.A.

Esta empresa dedicada a la exportación de uva de mesa fresca se constituyó con la asociación de 5 productores del valle del Aconcagua, durante el año 2001. Cada uno de los miembros, posee al menos 25 años de experiencia en la producción de uvas de exportación.

Los principales mercados a los cuales llega la fruta de esta empresa son Norteamérica, Europa, Lejano Oriente y Latinoamérica, donde se han seleccionado clientes serios y confiables que han permitido a Los Andes Fruit un crecimiento en el tiempo. Los envíos a los EE.UU. comenzaron en 2003, alcanzando los 450 mil dólares, durante los primeros meses de 2004 ya se habían acumulado 820 mil dólares de exportaciones.

3.7 Temuco Chilean Furniture

Reunidas en un Proyecto Asociativo de Fomento Productivo (PROFO), 5 empresas del mueble de la madera en la IX región han demostrado una buena capacidad empresarial para posicionarse en el mercado de EE.UU.. En este proyecto participan las empresas Industrial Centec S.A., Casagrande S.A., Forestal Magasa Ltda., Muebles Jouannet Ltda. y Compañía Industrial Velasco Ltda.

Estas empresas se dedican a la exportación de muebles de madera, principalmente de pino radiata. Entre ellos, destacan los conjuntos de dormitorios para jóvenes y adultos, mesas ocasionales, centros de entretenimiento, livings y comedores. Ya en el año 2003, y como primer año de exportaciones conjuntas, alcanzaron los 11 millones de dólares.

Uno de los principales desafíos que enfrenta este proyecto es el de convertirse en el polo de desarrollo y encadenamiento productivo del mueble de la región de la Araucanía. Esto se debe a que producto de la generación de nuevos y grandes negocios, se producirá un incremento en la demanda por el producto, lo que permitirá a la pequeña y mediana empresa regional convertirse en proveedores y así conformar una red de proveedores de partes y piezas que respondan las exigencias de este mercado.

La industria de los muebles de madera posee un importante socio comercial en EE.UU.. EE.UU. es un mercado que abarca un 92% de los envíos totales y es la fuente de sólo un 3% de las importaciones de estos productos. En el año 2004 este grupo de productos mostró un saldo superavitario en la balanza comercial por 32,3 millones de dólares.

Las exportaciones de estos productos a EE.UU. se encuentra libre de arancel y cuotas. Las importaciones, desde EE.UU., se encuentran libres de cuotas y sólo las camas, veladores, cómodas y roperos de madera se encuentran grabados con un arancel que asciende a 4,5% en el año 2005 y se va reduciendo a una tasa de 0,75 puntos porcentuales cada año hasta quedar completamente libre el año 2011.

3.8 Condensa S.A.

Esta empresa produce un círculo de aluminio parecido a una moneda y que no tiene más de siete milímetros de alto y se transforma en menos de un minuto en uno de los envases de spray, desodorante ambiental o colonias que se usan en el hogar. Ese trabajo forma parte de la producción de la fábrica Condensa S.A. y que desde hace poco exporta a Estados Unidos, aprovechando la baja arancelaria que contempla el Tratado de Libre Comercio; además de exportar a mercados tan diversos como Colombia, Perú, Argentina y Taiwán.

La empresa da empleo a 86 personas e inició el proceso de certificación de la norma ISO 9000, en el cual la empresa y Corfo financian, por partes iguales, un total de 10 millones de pesos para alcanzar la implementación de esta norma. Para 2004, proyectaban producir 22 millones de envases de aluminio, cifra que podría aumentar con el incremento de los envíos a Estados Unidos.

3.9 UTStarcom

Compañía estadounidense con sede en Alameda, California, líder mundial en provisión de tecnología de última generación destacó a Chile como una plataforma para entrar con fuerza al mercado latinoamericano. En este contexto, UTStarcom suscribió un contrato por 20 millones de dólares para proveer servicios avanzados de próxima generación a Telefónica del Sur.

3.10 MetLife

MetLife, conglomerado estadounidense de seguros, es accionista minoritario en su nueva alianza de corretaje con el BancoEstado chileno. A mediados de septiembre de 2004 se dio a conocer la alianza que consiste en una sociedad a 20 años en la que MetLife asumió una participación de 49,9% en la corredora de seguros de BancoEstado, efectuando un pago inicial de 30 millones de dólares y otro de 40 millones de dólares sujeto al éxito del plan de negocios al cierre del 2009.

BancoEstado ha sido muy exitoso en vender pólizas de seguros baratas a sus numerosos clientes de bajos ingresos. Actualmente, la corredora ha superado los 2,5 millones de pólizas, en poder de 1,5 millones de clientes bancarios, y apunta a unos 5 millones de clientes en el mediano plazo. MetLife es uno de los mayores grupos de seguros de EE.UU.. En Latinoamérica opera en Argentina, Brasil, Chile, México y Uruguay.

3.11 Sun Pacific Shippers Sales

A partir del TLC, la empresa Sun Pacific Shippers Sales de Los Angeles, California y la empresa chilena exportadora de fruta Subsole, llegaron a un interesante acuerdo: importar desde EE.UU. clementinas en la temporada en que Chile no las produce, aprovechando las oportunidades de la liberación arancelaria. Los resultados han sido exitosos, con la asistencia de US Commercial Foreign Service en Santiago, en marzo las ventas a los supermercados chilenos de Sun Pacifics alcanzaron los 42.000 dólares, con este resultado las empresas esperan realizar otros negocios en el futuro.

3.12 JM Machinery and Parts Supply, Inc.

Con la información de mercado y el apoyo recibido de CS Santiago y CS Portland, JM Machinery and Parts Supply vendió maquinarias por un valor de 5.000 dólares a la empresa Wasil Chile y por 1.200 dólares a Geomar Chile. A partir de estos resultados JM Machinery ha decidido para sus futuras ventas negociar directamente con los potenciales importadores en Chile.

3.13 Otros casos exitosos

A la fecha existen diversos ejemplos de empresarios que ya efectúan nuevos negocios con EE.UU. gracias al TLC o esperan hacerlo en el corto plazo. A continuación se detallan algunos ejemplos, según han sido informados por diferentes medios de comunicación.

3.13.1 *Sector Frutícola*

- Arbola Trading, empresa frutícola de socios chilenos, instalada en Los Angeles, California, hace tres años importa todo tipo de fruta fresca desde Chile y abastece a Valley Fruit. Están buscando alianzas con agricultores de Ñuble y Biobío; en un principio se trataría de comprar fruta fresca, que cumpla las condiciones y estándares del mercado estadounidense, de unos 40 productores-exportadores, estableciendo una alianza estratégica con ellos. Serían principalmente manzanas, peras y cerezas. A futuro se busca incorporar berries y arándanos, y productos asociados como vino y miel que demandan las cadenas de supermercados californianos. El mercado está abierto, sólo Valley Fruit vende al año 15 millones de cajas de fruta en el sur de California por US\$ 250 millones.
- En la Región del Maule también se han reportado buenas perspectivas para las frambuesas y moras congeladas cuyos envíos aumentaron en 1.400%, las ciruelas frescas crecieron 600% y las frutillas 195%. El Centro de la Séptima Región (31 de marzo) puntualizó, que las grandes oportunidades que se le abren a la Región del Maule con el TLC, fue un punto central en las ruedas de negocios realizadas durante FITAL 2004.
- De acuerdo a un análisis efectuado por El Mercurio el 19 de abril, la agroindustria también debiera experimentar retornos satisfactorios. En este sentido y de acuerdo a resultados de 2003, los duraznos en conserva son el principal producto, seguido de la pulpa de duraznos, manzanas, peras y damascos. Asimismo, las empresas en mejor posición para incrementar su participación en el mercado norteamericano son Nieto S.A. (Corpora), Carozzi, Agrofrut Rengo S.A. y Conservera Pentzke. Fuente de las estadísticas fue Fepach.

- La Revista del Campo en su número del 5 de abril, informó que la apertura del mercado de EE.UU., significará darle un fuerte impulso a las mandarinas. En los últimos 10 años Estados Unidos ha incrementado sus importaciones de mandarinas en un 371% y el valor creció 600%. España es el principal abastecedor con cerca del 70% del mercado, seguida de Marruecos, Sudáfrica y México.
- Según proyecciones del Diario Estrategia, las exportaciones de paltas crecerán hasta un 15% anual en próximo trienio. En la temporada 2002-2003 se exportaron alrededor de 7 millones de cajas y en el ciclo 2003-2004, se llegó a cerca de 8 millones, lo que significó un incremento del 14%. Productores del sector estiman que la entrada en vigencia del TLC con Estados Unidos ha tenido un efecto positivo a partir de este año, pues aproximadamente el 50% del tonelaje exportado ha entrado a ese mercado libre de arancel. (Estrategia, 1 de junio 2004)
- La empresa Exportadora Santa Cruz se ha visto altamente beneficiada por la cuota libre de arancel para las exportaciones de palta a los EE.UU. Casi la mitad de su producción entra a los EE.UU. y el principal beneficio lo obtuvieron este año por la eliminación del arancel que alcanzaba los 1,3 dólares por cada 11,2 kilos exportados, cuando el precio del producto no alcanzó altos niveles, dice su Gerente de Comercio Exterior. Otro producto que exportan son los cítricos, para los cuales el TLC aún no ha mostrado grandes beneficios, sin embargo esperan ver resultados a partir del cuarto año. (La Tercera, 2 de enero de 2005)
- Para la Compañía Semillas Generación 2000, que exporta y comercializa semillas, el principal beneficio del TLC con EE.UU. ha sido la baja en los costos de sus insumos y los menores costos de ventas. Es así como las semillas que importa dejaron de pagar un arancel del 6% y la venta de sus productos entran con un arancel rebajado. (La Tercera, 2 de enero de 2005)

3.13.2 Carnes

- El Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), aspira a tener el proceso de apertura fitosanitaria finalizado en el 2005, a lo menos en las carnes rojas. Las aves podrían demorarse un poco más. Un avance importante: Estados Unidos ha reconocido a Chile como “país libre de peste porcina”.
- Un tema publicado en varios medios de comunicación, es la exportación de aceite de emú. El 7 de abril, El Mercurio informó que EmuChile, firmó un contrato de asociación con la firma distribuidora de Estados Unidos, donde se venden unas 800 mil toneladas de aceite de emú al año. “Lo novedoso para Chile es comenzar a exportar productos con valor agregado, y ya no sólo materias primas, a un precio conveniente como consecuencia del arancel cero

que establece el TLC con Estados Unidos”, dijo Egon Simon, gerente general de EmuChile. Por su parte, La Tercera informó el 30 de abril, que el primer embarque de 10.000 unidades de aceite puro de emú chileno, había llegado a Estados Unidos. El emú es un ave australiana de la familia del avestruz y ñandú introducida en nuestro país. La composición del producto principal que es el aceite de emú, es similar al aceite humano, posee propiedades antiinflamatorias, alivia dolores musculares, y estimula la regeneración celular. Será distribuido en cadenas de spa norteamericanos.

- Los primeros pasos hacia la fase exportadora está dando también la industria de las cecinas en Chile. Esta industria emplea a 10 mil personas y registra ventas anuales por 450 millones de dólares. La idea es llegar a otros mercados como la Unión Europea, Estados Unidos, Corea del Sur, EFTA, Japón y México. (Estrategia, 5 de mayo 2004).

3.13.3 Lácteos

- Luego de casi una década de estancamiento, el sector lácteo chileno ha comenzado a dar muestras claras de una notable reactivación. Factores como la tendencia a la baja de los subsidios de los países desarrollados, precios internacionales al alza y las excepcionales condiciones de la producción en Chile están “reencantando” a los inversionistas con el rubro lechero, según plantea la Revista del Campo de El Mercurio. (21 junio 2004).
- Con respecto a los lácteos, El Sur de Concepción (16 de abril) reportó que cinco productores de quesos de la comuna de Bulnes en la VIII Región habían realizado su primer embarque de quesos de alta calidad, a California, Estados Unidos. Este cargamento fue sólo de 600 kilos, ya que el principal objetivo es que en el país del norte se examinen todos los aspectos sanitarios y de rotulación.
- En mayo la Empresa Watt’s Loncoleche realizó la primera exportación de 80 toneladas de leche en polvo a Estados Unidos. El envío se llevó a cabo aprovechando la cuota de cero arancel vigente en el TLC suscrito con ese país. El Subsecretario de Agricultura dijo que con el aprovechamiento de la cuota de productos lácteos a Estados Unidos se asegura la meta de exportación para el presente año de 70 millones de dólares de tales productos. Se estima que este año se utilizará completa la cuota de 828 ton. de leche en polvo a ese mercado, lo cual permitirá aumentar en cuatro veces las exportaciones de productos lácteos a ese país en relación al año 2003. Esto significa pasar de 1,5 millones de dólares exportados el año pasado en productos lácteos a Estados Unidos a cerca de 7 millones de dólares durante el 2004.

- Quesera más moderna de Sudamérica se construirá cerca de Osorno. Con una inversión de 16 millones de dólares, los productores de leche de la zona crearon la Sociedad Lácteos Patagonia, propietaria de la nueva fábrica. La planta absorberá 300 mil litros de leche al día (7% de la producción nacional) y puede producir hasta nueve mil toneladas de queso maduro al año, que en su totalidad será exportado a países con los cuales Chile tiene acuerdos comerciales, especialmente Estados Unidos y Europa.
- Entre enero y marzo de 2004 se exportaron 7,4 millones de dólares en quesos. Según Odepa, dicho monto es 240% superior que el registrado en igual lapso de 2003. Respecto al volumen del producto vendido al exterior, en el primer trimestre de este año se embarcaron 2.951 toneladas cifra que es un 192% superior a la anotada en la misma etapa del año pasado. Principal destino sigue siendo México, seguido por Estados Unidos, Perú, Bolivia, Reino Unido y Brasil.

3.13.4 Productos del Mar

- El diario Estrategia, en más de una oportunidad, ha resaltado el gran potencial que existe para los productos del mar chilenos en los mercados de Estados Unidos. Se ha señalado que pese a que Chile representa el 7% de las importaciones estadounidenses de este tipo de productos, su posicionamiento como país seguro le entrega buenas perspectivas de crecimiento.
- En el año 2003 las importaciones estadounidenses desde Chile aumentaron 12% en términos de toneladas métricas y 31% en valor. Las proyecciones son positivas (Estrategia, 4 de mayo), y se basan en el aumento estimado para los próximos años, de los principales consumidores de productos del mar, con un fuerte crecimiento de los segmentos étnicos, especialmente los hispanos. Los productos que más consumen los estadounidenses son los camarones, atún enlatado, salmón, pollock, catfish, bacalao, jaiba, almeja, tilapia y pescado plano.

3.13.5 Manufacturas

- Mauricio Motles, gerente general de Producciones Carrusel, empresa dedicada a la ropa de bebé, relata que el TLC les permitirá exportaciones a ese mercado por 75 mil dólares anuales, es decir, cerca de 18 mil prendas. La empresa produce 25 mil prendas mensuales, 7% de las cuales se destinan a Estados Unidos.
- En el sector textil es tal el optimismo que esperan duplicar las exportaciones a EEUU durante 2004, y alcanzar los 110 millones de dólares en 2007. Mario Vásquez, gerente general de Confecciones de Nelly Abumohor Bandi S.A. cree que los chilenos están “más aplicados” y la industria textil chilena es muy superior a la de sus vecinos, a lo cual se suma la mayor experiencia exportadora nacional. Apuesta a que este año su empresa duplicará las exportaciones, alcanzando los 2 millones de dólares, lo que significará vender 80 mil prendas

en el exterior. Esta compañía destina 15% de sus envíos a Estados Unidos. La empresa provee a J.C.-Penny, la mayor cadena estadounidense con más de 2 mil tiendas.

- La empresa Paños Biobío S.A. aplicó una reingeniería interna en términos de productividad, eficiencia y calidad para asumir el desafío exportador. “Hemos llegado al mercado europeo (España), a través de nuestros confeccionistas y a EE.UU. con la línea hogar (frazadas), pero analizamos nuevas oportunidades de negocios para comercializar directamente. (Miguel Ochsenius, gerente general Paños Biobío S.A.) La empresa cuenta con 107 trabajadores y una producción mensual de 28 mil metros de telas de vestir para el trabajo y el hogar, capacidad que responde a la actual demanda.
- “Esperamos tener un aumento del 30% de la producción para marzo, además se contratará un centenar de nuevos operarios, totalizando una planta de 320 trabajadores, quedando libre un tercer turno para responder a una eventual mayor demanda”. (Juan Pablo Grez, gerente general de Crosville Fabric, a propósito de la inversión de 13 millones de dólares de esta compañía estadounidense en Tomé).
- “Nunca en la historia nos habían hecho un pedido de esa magnitud, estamos en un verdadero cuello de botella”. Mario García, presidente ejecutivo del Instituto Textil Chileno, haciendo referencia al envío 1,5 millones de poleras semanales a Russell Corporation en los Estados Unidos.
- La Corporación Manufacturera San Juan, enviará una partida de 30 mil unidades de pantalones a EEUU. Este envío es considerado todavía pequeño por su gerente general Juan Carlos Apará, si se considera que la producción mensual de esta fábrica es de 200 mil pares, bajo las marcas de Yissus y Soviet. Las tratativas comenzaron hace dos años, con visitas a Estados Unidos y muestras del material confeccionado a diversas empresas estadounidenses.
- Cinco industrias están enviando muebles fabricados en la IX Región a Estados Unidos. En Temuco quieren posicionar a la región como la capital del mueble, mediante la incorporación de valor agregado a la madera. Un proyecto de fomento productivo (Profo), apoyado por Corfo y Sercotec, permitió reunir a las principales industrias de la región. Bajo el nombre de Furnituri este consorcio está enviando 20 contenedores mensuales de muebles, pero la cifra podría aumentar al doble antes de fin de año.
- El TLC con Estados Unidos explica el crecimiento de 11% que han tenido los envíos del rubro textil en 2004, con exportaciones entre enero-marzo por un valor de 7 millones de dólares. Industria de las confecciones está viendo la luz al final del túnel, luego que la severa competencia de los productos de Asia redujo el producto sectorial a un 33% del que se obtuvo en 1989.

**DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES
ECONÓMICAS INTERNACIONALES
DEPARTAMENTO ALCA Y AMÉRICA DEL NORTE**

- La entrada en vigencia del TLC con Estados Unidos y la eliminación de los aranceles para el rubro, abrió una variedad de oportunidades para las empresas. Los envíos de productos confeccionados, de los ocho principales exportadores confeccionistas, entre enero y marzo de este año han crecido un 11,3% en comparación al mismo período del año anterior, anotando 11,7 millones de dólares. El TLC con Estados Unidos explica el 65% de este incremento exportador. Textiles Pollak Yissus, que hizo una inversión de 2 millones de dólares y Foster Jeans, son algunas de las empresas que están aprovechando las oportunidades del TLC con EE.UU. (El Mercurio, 01 de julio, 2004)
- La empresa Textiles Pollack, se ha visto altamente beneficiada con el TLC a partir del incremento en sus ventas de productos textiles en un 20%, en el último año. Este incremento se debe a la completa eliminación del arancel que grababa sus ventas. Para el gerente general de la empresa Julio Pumarino, “lo mas importante es poder ver sus trajes expuestos en tiendas de la Quinta Avenida de Nueva York y competir en mercados exigentes”. (La Tercera, 2 de enero de 2005)
- Para la empresa Polincay, fabricante de molduras la entrada en vigencia del TLC no trajo beneficios relacionados con la reducción de costos de venta, ya que sus productos gozaban de los beneficios a partir del Sistema General de Preferencias, los cuales se mantuvieron con la entrada en vigencia del acuerdo. Lo que el TLC les ha entregado, según Boris Viera gerente de administración y finanzas de la compañía es que les dio la libertad para “materializar inversiones en ampliaciones de planta, maquinarias y nuevas líneas de negocios. (La Tercera, 2 de enero de 2005)
- La empresa Typack que fabrica cajas plásticas se benefició durante el primer año del acuerdo de manera doble. Con el incremento de las exportaciones de fruta la demanda local creció en las empacadoras, al mismo tiempo como los exportadores agrícolas aumentaron sus contactos con brokers en EE.UU., aumentando su cartera de clientes. (La Tercera, 2 de enero de 2005)
- En septiembre del año 2004 y con el apoyo de ProChile, el Proyecto Manos de Valdivia envió su primer cargamento a los EE.UU., aprovechando los beneficios del TLC. En este proyecto participan 70 dueñas de casa que venden sus fabricaciones para tener un ingreso familiar extra. Antes del TLC, explica Graciela Rojas jefa del proyecto, el arancel era 16,2% con el acuerdo este se eliminó por lo que estaban las condiciones para exportar y así lo hicieron. En el mes de noviembre estas tejedoras enviaron su cuarto embarque a tiendas especializadas de San Francisco y Portland, completando exportaciones por 10 mil dólares. (La Tercera, 2 de enero de 2005)

- La pequeña y mediana empresa Muebles Traiguen, fue doblemente premiada en el marco de la Cruzada por las Pymes 2004, recibiendo el segundo lugar en la categoría “Trayectoria Empresarial” y el primer lugar en “Compromiso con la Comunidad”. Esta empresa altamente vinculada con el desarrollo endógeno de la localidad, dedicándose a la fabricación de muebles hace 116 años, espera comenzar los envíos a los EE.UU. durante este año a través de un trader. (El Diario Financiero, 6 de enero de 2005)

3.13.6 Servicios

- La Segunda (5 de abril) informó que la empresa Celmedia, de Claudio Hohmann, acaba de ingresar sus servicios de mensajería corta a Estados Unidos “Tenemos un potencial infinito” dijo Hohmann, porque en Estados Unidos el negocio de la mensajería corta está en pañales en comparación a Chile y años luz con respecto a Europa. Hasta hace unos meses, en ese país una persona con un celular que usara una tecnología distinta de otra, no podía enviarle mensajes de texto. La Revista TV y Novelas (del grupo Televisa), que llega a 40 millones de hispanos que viven en Estados Unidos, realizó un sorteo que consistía en enviar por celular las respuestas a tres preguntas. El ganador ganaba un viaje a un concierto de Chayanne. Celmedia fue la empresa que puso la plataforma para que los usuarios de cualquier compañía telefónica pudieran acceder al concurso.
- Otro sector descrito por los medios de comunicación, como de grandes posibilidades con los TLC, es el de servicios financieros. La Gerente de Relaciones Internacionales de la Cámara de Comercio de Santiago, Elena Carretero, dijo al Diario Financiero (16 de marzo), que la posibilidad de que Chile se convierta en una plataforma de servicios financieros para Latinoamérica y, con ello, atraer nuevos inversionistas extranjeros, se facilitará con los tratados comerciales que el país ha suscrito con la Unión Europea y Estados Unidos. “Al integrarse con mercados más desarrollados en el sector financiero, se tenderá a la modernización y a la estandarización de regulaciones con normativa internacional. Las inversiones de los sectores bancarios, de seguros, intermediación de valores y la administración de fondos mutuos serían beneficiados en capítulos especiales contenidos en los acuerdos que regulan su funcionamiento en Chile. “Nuestro país sería el único, en el cono sur, en tener este marco legal abierto y estable”, agregó Carretero. La consecuencia lógica es que Chile se prestará para actuar como centro de operaciones de servicios financieros en el Cono Sur.
- La depreciación del dólar frente al peso, el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos (TLC) y la baja en el impuesto al lujo de algunos automóviles, han sido los determinantes en el descenso de los valores, con hasta un 20% de descuento. “Lejos los más beneficiados son lo que importan en dólares, como General Motors, Ford y hasta Toyota, que tiene una fábrica en Estados Unidos. Pero aún cuando no importen desde allá, igual los concesionarios han tenido que

emitir bonos de descuento para que el cliente vea que también están haciendo un esfuerzo por bajar sus precios y mostrarse competitivos. Con ello el más beneficiado es el cliente”. (Gastón Astraín, Gerente General de Movicenter).

- Por su parte el Director Comercial y de Planificación de General Motors en Chile, Jaime Alberto Morales, aseguró a Estrategia (17 de marzo), que durante este año Chevrolet seguirá creciendo, debido a las positivas expectativas económicas nacionales y a las oportunidades que presentan los acuerdos comerciales. “Estamos viendo una positiva reacción en las ventas de los productos norteamericanos. En estos momentos estamos sobre vendidos y esperando nuevos embarques. Hay una alta respuesta porque es una realidad que hubo una disminución de precios, debido a la existencia de arancel y a la reducción del impuesto al lujo, algo que está internalizado por los clientes.

3.13.7 Chile, Plataforma de Inversiones

- Nunhems, multinacional holandesa del grupo Bayer, utilizará a Chile como plataforma para exportar en la región. La empresa productora de semillas de hortalizas quiere entrar a América Latina, prefieren Chile por la ventaja de que está en contra-estación a Europa (lo que permite sacar dos cultivos en un año), por el conocimiento de los agricultores y la adecuada infraestructura. “Más que un buen mercado, Chile es una buena plataforma para exportar al resto de los países de Sudamérica y a algunos de Centroamérica. También desde aquí hacemos envíos a Holanda y Estados Unidos para que ellos distribuyan al resto del mundo”, indica Douwe Zijp, presidente de la empresa.
- Respecto a los TLC señala que éstos flexibilizan y aumentan el intercambio de semillas. Además, disminuyen las regulaciones y el papeleo para despachar e ingresar las semillas a los distintos mercados. De lo que Nunhems produce en Chile, 80% se exporta a otros países y sólo 20% es para consumo interno. (Estrategia, 9 junio 2004)

3.13.8 Iniciativas Novedosas

- Cremas antiarrugas fabricadas con leche de burra que se venden principalmente en Europa, caracoles, aceite de palta, pez gato o wagyú, son algunos de los exóticos nuevos productos que ya se están exportando a diferentes mercados. Producto de iniciativas de pequeños empresarios muy emprendedores y las ventajas que otorgan los TLC, Chile está diversificando su canasta exportadora. A esto se suma la exportación de aceite de oliva a Estados Unidos, paltas a Inglaterra, flores, el notorio aumento de las exportaciones de vinos, además de las exportaciones de huevos con destino a la UE, México y Estados Unidos que comenzarían el año 2006. Se añaden iniciativas como la de la Cámara de Comercio de Santiago y ProChile, que a través de un portal en Internet están entregando una valiosa información para facilitar el comercio exterior.

4. NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

El TLC entre Chile y EE.UU. abre nuevas posibilidades de negocios, no sólo por las oportunidades arancelarias que se generan, sino que también por la posibilidad de entrar a un mercado que hasta ahora había estado cerrado al comercio internacional. Es así como a partir del 1 de enero de 2004, es posible para los empresarios chilenos abastecer de bienes y servicios nacionales a las entidades públicas de más de la mitad de los estados en EE.UU., a través de las Compras Gubernamentales o Públicas.

El mercado de compras públicas que se abre es de dimensiones muy grandes (Total Federal: 250 mil millones de dólares, estado de Maryland: 4 mil millones de dólares, estado de Nueva York: 6 mil millones de dólares), por lo que el acceso real es para aquellas empresas que puedan responder adecuadamente a la demanda.

El TLC abre un nuevo sector de oportunidades de negocios pues exime a Chile de las restricciones del “*Buy American Act*”, por la cual se prohíben las compras gubernamentales a proveedores extranjeros que no posean acuerdos comerciales con EE.UU. Esto permite a las empresas chilenas participar del proceso de compras públicas del gobierno federal y de 37 estados en igualdad de condiciones con las empresas estadounidenses.

En general, el sistema de notificación y aviso para compras se realiza en forma transparente y abierta. El sitio Internet www.fedbizopps.gov se ha consolidado, en el caso de EEUU, como la plataforma más extensa de información al respecto. Por parte de Chile, el portal www.chilecompra.cl, es el sitio donde se concentra la información de las compras públicas.

Con el objeto de lograr una mejor inserción de las empresas chilenas en el sistema de compras públicas estadounidense, se inició en febrero de 2004 un trabajo público privado⁷. Como primera tarea se realizó una selección de Estados, entre los cubiertos por el capítulo, en los cuales se efectuaran, entre otros: un análisis de cómo operan las compras en el mercado estadounidense; determinar la oferta y demanda de los bienes y servicios; identificación de las formas y condiciones para participar en las licitaciones; identificación de los registros de proveedores, etc.

En estos momentos se encuentran en desarrollo los siguientes estudios: a) estudio de la demanda potencial, b) manual de procedimientos para participar, c) análisis de la normativa de origen exigida. Además, ProChile ha hecho un completo catastro de las páginas web relevantes de cada estado. Los resultados de estos estudios y análisis esperan darse a conocer en 2005.

En esta nueva oportunidad de negocio ya existe alguna experiencia previa del empresariado chileno. Por ejemplo, la empresa Sociedad Punta de Lobos, la principal empresa productora de sal en Chile y octava en el mundo, a través de su filial *International Salt Company* ha penetrado por una parte en el mercado del sector privado y por otra ha participado ampliamente en las demandas realizadas por el gobierno de EE.UU.,

⁷ Sofofa, CCS, Chile Compra, Amcham, Prieto y Cia., Direcon-ProChile

**DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES
ECONÓMICAS INTERNACIONALES
DEPARTAMENTO ALCA Y AMÉRICA DEL NORTE**

principalmente de sal para caminos. Actualmente, la empresa exporta alrededor de 5 millones de toneladas de sal al año a los EE.UU., donde posee el 52% de la participación de mercado en la Costa Este y ofrece al menos la quinta parte del consumo nacional de sal.

La experiencia de la empresa en compras gubernamentales implicó que, en sólo cuatro meses del año 2004, participó en alrededor de 16 licitaciones diarias para abastecer de sal para caminos. La principal ventaja, que destaca la empresa, es que las ofertas se realizan de manera electrónica; por lo tanto, los resultados son casi instantáneos.

Otra experiencia fue la empresa manufacturera de muebles CIC, quién también a través de su filial en los EE.UU., ha ganado dos contratos con el gobierno, uno de muebles de colegio y otro de muebles de oficina. Con la entrada en vigor del TLC, ya no es necesario realizar las ofertas para las compras gubernamentales a través de empresas estadounidenses, sino que se podrán ofrecer los productos directamente desde Chile.

5. CONCLUSIONES

- La evolución del intercambio comercial con EE.UU., a un año de la entrada en vigor del TLC, recalzó una tendencia creciente. Las exportaciones crecieron un 30,5% y las importaciones un 32,0%.
- Si bien, a lo largo de la última década, se ha mantenido la tendencia creciente de los envíos a EE.UU., ha cambiado la composición de los productos enviados. La participación de los productos agrícolas y mineros se ha reducido, para dar paso a mayores exportaciones de productos de la industria manufacturera. La composición de la canasta exportadora a EE.UU. registra una importante transformación desde productos primarios a bienes con valor agregado. La dependencia del cobre se ha reducido notablemente, en beneficio de un incremento de las industrias del mueble y de la madera, metalúrgica, textil, química, petróleo y derivados y del ya tradicional sector alimenticio.
- La actividad comercial con EE.UU. destaca por la amplia gama de productos que considera: un 39,8% de los productos totales exportados al mundo.
- Estos resultados son relevantes por su efecto multiplicador, tanto a nivel económico como social. Específicamente, por su efecto en la generación de empleo, aumento de los ingresos y en general, mejoras en las condiciones en los hogares de esos trabajadores.
- Por otra parte, el incremento de las importaciones provenientes de EE.UU. (32%), es consecuencia de la rebaja arancelaria, de la recuperación económica local y de la recuperación en la participación de mercado local que tuvo antes de 1999.
- La actividad comercial entre Chile y EE.UU. es altamente complementaria. Las exportaciones agrícolas desde Chile, se ven beneficiadas por la alternancia de las temporadas productivas. Las importaciones chilenas se concentran en bienes intermedios y de capital.
- Con el TLC, EEUU recupera su participación en el mercado chileno. Antes del TLC, muchos de los bienes de capital importados por Chile (en muchos casos fabricados por empresas de origen estadounidense) provenían de Canadá u otros mercados debido a las mejores condiciones arancelarias vigentes con aquellos países. Históricamente, la participación de las importaciones desde EE.UU. fue cercana al 24% (25,5% en 1995), participación que luego fue bajando, en la medida que Chile firmaba TLCs con países competidores de EE.UU., alcanzando un 16,3% en el año 2002. Es por esto que el incremento esperado en las importaciones desde EE.UU., en un principio, se deberá a la recuperación en su participación de mercado.

**DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES
ECONÓMICAS INTERNACIONALES
DEPARTAMENTO ALCA Y AMÉRICA DEL NORTE**

- Todos los tratados comerciales suscritos por Chile han mostrado excelentes resultados. El TLC con EE.UU., la principal economía del mundo, ha tenido una visibilidad política especial, tanto interna como internacionalmente y ha otorgado un sello de calidad a la economía de Chile. Sin embargo, en el mediano plazo, el éxito de un acuerdo comercial depende, principalmente, de la capacidad del empresariado local de aprovechar las oportunidades de negocios y de competir, no sólo por diferencias en los precios sino que también por la calidad de los productos exportados. Los resultados obtenidos hasta ahora con EEUU muestran que vamos por buen camino.

6. ANEXOS.

Tabla 5: Número de empresas y productos exportados a distintos mercados

		EE.UU.	UE	MERCOSUR	China	Japón	Mundo
2000	Empresa	1.782	1.499	2.345	226	551	5.666
	Producto	1.436	1.261	2.339	140	323	3.749
2001	Empresa	1.901	1.703	2.347	284	574	6.009
	Producto	1.511	1.352	2.244	169	332	3.749
2002	Empresa	2.009	1.830	1.939	343	547	6.118
	Producto	1.524	1.477	2.009	182	327	3.750
2003	Empresa	2.085	1.997	2.042	373	543	6.435
	Producto	1.606	1.570	2.168	206	318	3.854
2004	Empresa	2.135	2.117	2.306	416	540	6.639
	Producto	2.088	2.159	2.958	260	577	5.237

Fuente: Elaboración Direcon con información del BCCH

**DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES
ECONÓMICAS INTERNACIONALES
DEPARTAMENTO ALCA Y AMÉRICA DEL NORTE**

Tabla 6: Nuevos productos exportados a EEUU en 2004, dólares fob.

Productos	Valor
Plata en bruto, aleada.	18.253.370
Ánodos gastados; desperdicios y desechos contenido Cu < al 94% en peso	4.340.296
Propano, licuado.	2.416.322
Las demás máquinas y aparatos, autopropulsadas	1.203.590
Harina de pescado con un contenido de proteínas superior o igual al 66% pero inferior al 68% en peso (prime), impropia para la alimentación humana	1.064.605
Hilado lana peinada contenido lana >= al 85%, sin acondicionar para la venta al por menor	952.620
Barcos con motor, excepto los de motor fueraborda, para recreo	834.214
Tripas saladas o en salmuera	772.526
Escorias (excepto las granuladas), batiduras y demás desperdicios de la siderurgia	656.424
Perrenato de amonio.	609.214
Camiones para la minería, motor de émbolo (pistón), de encendido por compresión (diesel o semidiesel), de peso total con carga máxima > a 20 t	581.892
Butanos, licuados.	528.938
Bulbos de liliun, en vegetación o en flor	513.072
Tomates en trozos, preparados o conservados, excepto en vinagre o ácido acético	443.442
Máquinas y aparatos de imprimir alimentados con bobinas	440.000
Productos laminados planos de acero inoxidable de espesor entre 3 y 4,75 mm	438.340
Excavadoras	400.095
Mercurio.	329.504
Los demás tableros de partículas de madera, llamados "waferboard", incluidos los "oriented strand board"	315.493
Platino en bruto o en polvo.	293.536
Las demás judías (porotos, alubias, frijoles, fréjoles) para siembra	266.843
Cajas de cambio, de vehículos automóviles de partidas 87.04	265.640
Aviones y demás aeronaves de peso en vacío mayor o igual a 2000 Kg., con capacidad menor o igual a 4 plazas	260.000
Cloruro de litio	254.936
Partes de asientos con armazón de metal	247.823
Los demás aparatos elevadores o transportadores de banda o correa.	242.198
Semilla de nabo (nabina) o de colza, incluso quebrantada, con bajo contenido de ácido erúico	230.608
Los demás pescados congelados, excepto filetes	206.588
Los demás productos planos de He o acero sin alear, sin enrollar, simplemente laminados en caliente, de espesor mayor a 10 mm	365.003
Los demás vehículos automóviles para usos especiales	337.352
Molibdatos de sodio	271.777
Las demás máquinas y aparatos para la agricultura, horticultura, silvicultura, avicultura o apicultura	220.889
Bulbos de tulipán, en vegetación o en flor	210.613

Fuente: Elaboración Direcon, con información de Aduana.

DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES
ECONÓMICAS INTERNACIONALES
DEPARTAMENTO ALCA Y AMÉRICA DEL NORTE

Tabla 7: Productos con un crecimiento importante en 2004

Productos	Valor (miles US\$)		Crecimiento (%)
	2003	2004	
alambre de los demás aceros aleados.	660,7	1.662,7	151,65
bacalao de profundidad	8.418,8	17.387,9	106,54
cátodos y secciones de cátodos, de cobre refinado	259.975,1	562.893,7	116,52
Centolla	1.151,9	3.517,3	205,33
Cloruros, oxiclорuros e hidroxiclорuros; bromuros y oxibromuros; yoduros y oxiyoduros de cobre	1.585,4	2.807,6	77,09
cobre para el afino (blister)	70.657,0	138.893,4	96,57
discos, cintas y soportes para datos, destinados a las máquinas automáticas de procesamiento de datos	685,1	1.249,3	82,34
extractos, esencias y concentrados de te y preparaciones a base de te	4.465,5	8.005,3	79,27
hojas y tiras delgadas, de cobre refinado, sin soporte	911,6	1.962,7	115,29
jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas (incluso silvestres), sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	3.229,9	5.416,9	67,71
las demás carnes de salmones del atlántico y salmones del danubio	11.534,5	23.652,2	105,06
las demás frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo	2.775,6	5.276,6	90,11
las demás tablas aserradas de pino insigne	147.303,6	253.422,7	72,04
los demás cereales	1.235,7	2.317,1	87,51
los demás tapones y tapas (incluidas las tapas corona, tapas roscadas y tapones vertedores), cápsulas para botellas,	711,5	1.361,6	91,37
pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos, de lana o de pelo fino.	1.667,6	3.621,5	117,16
pasta química de madera cruda de coníferas.	2.234,1	3.982,6	78,27
pescados congelados descabezados y vicerados	749,9	1.514,9	102,00
semillas de pepinos	3.588,6	5.495,4	53,14
semillas de sandía	1.546,0	3.077,0	99,03
teléfonos celulares	1.135,5	2.270,6	99,96
trajes (ambos o ternos), conjuntos, chaquetas (sacos), pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts (excepto de baño), para hombres	2.065,6	3.317,9	60,62
unidades de procesos digitales	672,5	1.501,7	123,29

Fuente: Elaboración Direcon con información de Aduanas.

DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES
ECONÓMICAS INTERNACIONALES
DEPARTAMENTO ALCA Y AMÉRICA DEL NORTE

Tabla 8: Productos con un crecimiento excepcional en 2004.

Productos	Valor (miles US\$)		Crecimiento (%)
	2003	2004	
Tritóxido de molibdeno	1.240,3	6.990,0	463,56
concentrados de molibdeno sin tostar	2.945,1	57.883,4	1.865,39
los demás aceites de petróleo o de mineral bituminoso	5.689,2	28.933,5	408,56
concentrados de molibdeno, tostados.	3.321,4	40.482,2	1.118,82
jugos de frambuesas	4.976,3	8.588,7	72,59
madera aserrada o desbastada longitudinalmente de lenga	3.949,9	8.338,6	111,11
semillas de pimienta	2.258,8	7.576,4	235,41
pantalones de mezclilla (denim) para hombres o niños.	36,5	6.002,7	16.316,20
paletas para carga	2.146,3	4.273,2	99,09

Fuente: Elaboración Direcon con información de Aduanas

Tabla 9: Principales productos de madera, muebles de madera EE.UU. (dólares 2004)

Productos	Importaciones 2004	Exportaciones 2004	Saldo Balanza
Asientos giratorios de altura ajustable	485.216		
Asientos transformables en cama, excepto para acampar o jardín	1.966	37.779	35.813
Sillas con rellenos y armazón de madera	74.703	225.925	151.222
Sillones con rellenos y armazón de madera	31.763	14.910	-16.853
Sofás con rellenos y armazón de madera	457.684	10.372	-447.312
Los demás asientos con rellenos y armazón de madera	12.899	16.488	3.589
Partes para asientos con armazón de madera	94.497	321.686	227.189
Escritorios de madera	10.134	311.955	301.821
Estanterías de madera	910	2.898.094	2.897.184
Estaciones de trabajo de madera	46.523		
Los demás muebles de madera utilizados en oficinas	7.648	2.824.789	2.817.141
Muebles de madera utilizados en cocinas	49.482	585.922	536.440
Camas de madera	27.660	8.836.170	8.808.510
Veladores de madera	9.168	1.839.748	1.830.580
Cómodas de madera	24.225	8.311.559	8.287.334
Roperos de madera	21	1.101.521	1.101.500
Los demás muebles de madera utilizados en dormitorios	9.975	3.477.192	3.467.217
Mesas para comedor	61.680	1.225.231	1.163.551
Vitrinas	8.712	78.016	69.304
Estantes	13.478	70.354	56.876
Los demás muebles de madera	270.455	1.894.332	1.623.877
Total	1.698.799	34.082.043	32.383.244

Fuente: Elaboración propia con información del BCCH.