



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

**ANÁLISIS Y OPORTUNIDADES COMERCIALES ENTRE LAS REPÚBLICA DE
COLOMBIA Y CHILE**

SERGIO ALFONSO CORREDOR SANDOVAL

COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ D.C.

2013



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

**ANÁLISIS Y OPORTUNIDADES COMERCIALES ENTRE LAS REPÚBLICA DE
COLOMBIA Y CHILE**

SERGIO ALFONSO CORREDOR SANDOVAL

**Trabajo de grado para optar el título de
Administración de Negocios Internacionales**

Tutor

MSC. Ing. Andrés Mauricio Castro Figueroa

COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ D.C.

2013

Esta investigación es para mi padre, quien ha sido siempre una gran fuente de motivación y se convirtió en apoyo permanente para el logro de mis objetivos; a mi madre quien con su amor, alegría y dulzura me indicó el buen camino para recorrer esta etapa de mi vida; a mis hermanos quienes con su comprensión me brindaron apoyo y son quienes despiertan ese deseo de responsabilidad para brindarles un buen ejemplo digno de ser imitado; a la vida a quien le dedicamos todo nuestro tiempo y a Dios a quien le dedicamos nuestra intención.

Agradecimientos

En primer lugar quiero agradecer a Dios por darme la fortaleza y sabiduría para hacer posible la finalización de este proyecto. También, a todas las personas e instituciones cuyos aportes hicieron posible el desarrollo de este proyecto, especialmente a mi tutor por haber confiado en mí, y en especial por su apoyo, paciencia, empeño y dedicación brindada en la dirección de este trabajo.

Contenido

	pág.
Introducción	1
1. Marco Teórico	4
2. Contextualización	8
2.1 Entrada en vigencia	8
2.2 Puntos de Acuerdo	9
2.3 Ventajas	10
2.4 Beneficios	10
3. Oportunidades de Colombia en la Exportación de Bienes	12
3.1 Sector Agroindustrial	12
3.2 Sector autopartes	13
3.3 Sector artículos para el hogar	14
3.4 Sector Grasas y Aceites Vegetales	15
3.5 Sector industria química	16
3.6 Sector muebles	16
3.7 Sector textil y confecciones	17

4. Evolución	20
4.1 Inversión	21
4.2 Exportaciones	22
4.2.1 Exportaciones colombianas a Chile	23
4.2.2 Importaciones colombianas desde Chile	27
4.3 Turismo	27
4.3.1 Llegadas de viajeros chilenos a Colombia 2005-2011	28
4.3.2 Estacionalidad de los viajeros chilenos en Colombia	29
4.3.3 Motivo de viaje de los viajeros chilenos en Colombia	30
4.3.4 Llegadas de viajeros extranjeros a Colombia por nacionalidad, 2010-2012	31
4.3.5 Oportunidades del turismo	32
5. Relación Comercial Actual	33
5.1 Exportaciones Colombia-Chile 2012	33
5.2 Importaciones Colombia-Chile 2012	36
5.3 Principales productos de exportación e importación	40
5.3.1 Los principales productos colombianos en Chile	40
5.3.2 Los principales productos Chilenos en Colombia	43
5.4 Departamentos con mayor participación de mercado en Chile	47
5.4.1 Antioquia	47
5.4.2 Cundinamarca-Bogotá D.C.	51
5.4.3 Valle del Cauca	55
5.4.4 Triángulo del Café- Quindío, Caldas y Risaralda	59

5.4.5 Atlántico.	63
6. Potencialidad del Mercado Chileno	68
6.1 Oportunidades sector agroindustrial	73
6.1.1 Condiciones del mercado.	73
6.1.2 Características del mercado	75
6.1.2 Oportunidades y recomendaciones para Colombia	75
6.2 Sector prendas de vestir	76
6.2.1 Condiciones del mercado	76
6.2.2 Características del mercado	77
6.2.3 Oportunidades y recomendaciones para Colombia	79
6.3 Sector manufacturas	79
6.3.1 Condiciones del mercado.	79
6.3.2 Características del mercado	81
6.3.3 Oportunidades y recomendaciones para Colombia	82
6.4 Sector servicios	83
6.4.1 Características del mercado	83
6.4.2 Oportunidades y recomendaciones para Colombia	84
7. Conclusiones	85
Referencias Bibliográficas	89

Lista de Figuras

	pág.
Figura 1. Pronóstico del Fondo Monetario Internacional a partir del año 2012	2
Figura 2. Inversión Extranjera Directa de Chile en Colombia	21
Figura 3. Inversión Extranjera Directa de Suramérica en Colombia 2000-I Trim 2012, US\$ Millones	21
Figura 4. Balanza comercial Colombia – Chile 2010 – Mayo 2012 (US\$ millones FOB)	23
Figura 5. Balanza comercial 2009- Mayo 2011 US \$FOB	25
Figura 6. Llegada de viajeros chilenos a Colombia 2005-2012	28
Figura 7. Participación porcentual por ciudad principal de destino reportada año 2011, 2012.	29
Figura 8. Estacionalidad de los viajeros Chilenos en Colombia	29
Figura 9. Participación porcentual de viaje 2012 (Enero a Junio)	30
Figura 10. Exportaciones no mineras y sin café – Colombia – Chile 2012	34
Figura 11. Exportaciones no mineras y sin café – Colombia – Chile 2012	34
Figura 12. Porcentaje de participación en el mercado.	36
Figura 13. Porcentaje de participación en el mercado	38
Figura 14. Principales productos colombianos en Chile	40
Figura 15. Productos chilenos en Colombia	44
Figura 16. Principales Productos Antioqueños en Chile	48
Figura 17. Principales Productos de Cundinamarca en Chile	52
Figura 18. Principales Productos del Valle del Cauca en Chile	56

Figura 19. Principales Productos del Triángulo del Café en Chile	60
Figura 20. Principales Productos del Atlántico en Chile	64
Figura 21. Mapa de Chile	69
Figura 22. Chile PIB por sector económico, 2011	70
Figura 23. Importaciones – exportaciones Chile 2007-2012	71
Figura 24. Principales sectores productivos	71
Figura 25. Ventas por Retail	72
Figura 26. Importación alimentos	74
Figura 27. Agroindustria 2009-2012	74
Figura 28. Importaciones CIF	76
Figura 29. Importaciones	77
Figura 30. Canal de Venta y Distribución	78
Figura 31. Importaciones Manufactureras us\$ Millones	80
Figura 32. Manufacturas 2009-2012	81
Figura 33. Principales Proveedores en el Mercado Chileno	83

Lista de Tablas

	pág.
Tabla 1. Condiciones Negociadas TLC Colombia-Chile	18
Tabla 2. Registros de inversión extranjera originaria de Chile en Colombia según sector de la economía (2008-2011) US\$ miles	22
Tabla 3. Sectores	26
Tabla 4. Llegadas de viajeros extranjeros a Colombia por nacionalidad, 2010-2012	31
Tabla 5. Exportaciones Colombianas a Chile periodo enero-junio 2013	35
Tabla 6. Importaciones Colombia – Chile 2012	37
Tabla 7. Importaciones Colombia-Chile I Trim. 2013	39
Tabla 8. Comportamiento de los 25 principales productos que Colombia exporta a La República de Chile	41
Tabla 9. Comportamiento de los 25 principales productos que Colombia le compró a La República de Chile durante los últimos tres años	45
Tabla 10. Agroindustria	49
Tabla 11. Manufacturas	50
Tabla 12. Prendas de Vestir:	51
Tabla 13. Agroindustria	53
Tabla 14. Manufactura	54
Tabla 15. Prendas de Vestir:	55
Tabla 16. Agroindustria	57

Tabla 17. Manufacturas	58
Tabla 18. Prendas de Vestir	59
Tabla 19. Agroindustria	61
Tabla 20. Manufacturas	62
Tabla 21. Prendas de Vestir	63
Tabla 22. Agroindustria	65
Tabla 23. Manufacturas	65
Tabla 24. Prendas de Vestir:	67
Tabla 25. Oportunidades y recomendaciones para Colombia	75
Tabla 26. Oportunidades y recomendaciones para Colombia	79
Tabla 27. Oportunidades y recomendaciones para Colombia	82
Tabla 28. Oportunidades y recomendaciones para Colombia	84

Glosario

Balanza comercial: es el saldo de la diferencia entre las exportaciones y las importaciones de un país. (Universidad Icesi, 2012)

Exportación: operación que supone la salida legal de mercancías de un territorio aduanero hacia una Zona Franca Industrial o a otro país, y que produce como contrapartida un ingreso de divisas. (DANE, 2011)

Importación: es la introducción de mercancías de procedencia extranjera al territorio aduanero nacional. También se considera importación la introducción de mercancías procedentes de Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios, al resto del territorio aduanero nacional. (DANE, 2011)

Tratado de Libre Comercio-TLC: es un acuerdo mediante el cual dos o más países reglamentan de manera comprehensiva sus relaciones comerciales, con el fin de incrementar los flujos de comercio e inversión y, por esa vía, su nivel de desarrollo económico y social. Los TLCs contienen normas y procedimientos tendientes a garantizar que los flujos de bienes, servicios e inversiones entre los países que suscriben dichos tratados se realicen sin restricciones injustificadas y en condiciones transparentes y predecibles. (Productos de Colombia, 2012)

Resumen

Como consecuencia de las relaciones de cooperación internacional que se han establecido entre las Repúblicas de Colombia y Chile evidenciadas en los fuertes vínculos comerciales existentes entre las dos naciones y gracias al buen clima económico que presenta actualmente Colombia, nace este proyecto investigativo con el objetivo principal de analizar las relaciones comerciales, el impacto que tuvo la puesta en marcha del TLC y la identificación de oportunidades de negocio para los colombianos en el mercado chileno.

En este orden de ideas, se realiza un proceso de contextualización donde se pretende explicar tanto el acuerdo de libre comercio como sus ventajas y beneficios. Seguidamente y a manera descriptiva, se expone la situación económica de Colombia respecto a Chile antes de la entrada en vigencia del TLC, para lo cual se tratan sectores como el agroindustrial, artículos para el hogar, grasas y aceites vegetales, industria química, muebles y textiles y confecciones.

En tercera instancia, se analiza la evolución que tuvo la relación comercial entre las dos repúblicas tanto en exportaciones, importaciones e inversión como en turismo una vez entrada en vigencia el acuerdo de libre comercio.

Finalmente, se evalúa y analiza el comportamiento del comercio en el último año, con el fin de identificar los principales productos y departamentos con mayor participación en el mercado chileno, identificando sectores emergentes en Colombia logrando así, abrir las puertas de la economía colombiana a un socio estratégico como lo es La República de Chile.

Términos clave: balanza comercial, Chile, economía, exportaciones, importaciones, inversión, oportunidades, relaciones comerciales, Tratado de Libre Comercio y turismo.

Summary

As a result of international cooperation relations have been established between the Republics of Colombia and Chile which has been evidenced in the strong trades links between the two nations, and thanks to the good economic climate that Colombia has for this time, born this research project with the main objective of analyze business relationships, the impact of the implementation of the FTA, and identifying business opportunities for Colombians in the Chilean market.

In this vein, we performed a contextualization process which aims to explain both the FTA and its advantages and benefits. Therefore and descriptively, we illustrate the economic situation regarding Chile and Colombia before the entry into force of the FTA, for which are treated as agribusiness sectors, household items, vegetable fats and oils, chemicals, furniture, textiles and clothing.

In the third instance, this research project analyzes the evolution of the business relationship between the two republics both in exports, imports, investment and tourism into effect once the free trade agreement.

Finally, we evaluate and analyze trade performance over the past year, in order to identify the main products and departments which are involved in the Chilean market. In the same way, we identify emerging sectors in Colombia with the goal to open the doors of the Colombian economy to a strategic partner such as The Republic of Chile.

Key words: trade balance, Chile, economy, exports, imports, investment opportunities, trade relations, Free Trade Agreement and tourism.

Introducción

En Colombia se evidencia una ausencia de herramientas que sirven como guía para los interesados en conocer, mejorar o establecer relaciones comerciales entre Colombia y Chile. Es por ello que existe la necesidad de crear un documento donde se consolide la información específica de los mercados más importantes de La República de Chile.

De esta manera, dada la relación de cooperación internacional y los lazos de amistad de carácter político-económico entre las dos repúblicas originarias desde “la época de la Gran Colombia, cuando Bolívar designó a Joaquín Mosquera como plenipotenciario ante los Gobiernos de Buenos Aires, Chile y Perú, cuyo objetivo era la designación de Mosquera para promover el proyecto bolivariano de un Congreso Anfictiónico que se reuniría en Panamá en 1826”. (Miniterio de Relaciones Exteriores, 2012,p.1).

Seguidas de una excelente relación comercial entre las dos naciones, reflejada en los tres acuerdos comerciales que en la actualidad se sostienen tal como se expone en la publicación del acuerdo Colombia-Chile en el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, los cuales son: el Acuerdo de Complementación Económica No. 24, el Acuerdo de Libre Comercio y el Acuerdo para la promoción y protección recíproca de las inversiones, es que se dio paso al afianzamiento de las relaciones bilaterales entre los dos Estados, con el objetivo de contribuir en especial al desarrollo de la economía emergente que presenta Colombia.

Lo anterior es reflejado en el aumento del 51% del PIB per cápita del país durante los últimos 10 años, como se demuestra en la figura 1. (Universidad del Rosario, 2010).



Figura 1. Pronóstico del Fondo Monetario Internacional a partir del año 2012.
 Datos obtenidos de (Fondo Monetario Internacional , 2013)

En ese sentido, se tiene como objetivo, contextualizar al lector sobre el TLC firmado, sus ventajas y beneficios para los colombianos. Al igual que exponer la situación económica de Colombia respecto a Chile antes de la entrada en vigencia del acuerdo de libre comercio, tocando sectores como el agroindustrial, artículos para el hogar, grasas y aceites vegetales, industria química, muebles, textiles y confecciones; de tal forma que se pueda determinar que tan bueno ha podido ser la firma de este tratado y determinar cómo se han visto afectados los mercados más importantes del país.

Por otro lado, también se trata de manera descriptiva, la evolución de la relación comercial entre las dos repúblicas en aspectos como, exportaciones e importaciones, inversión y turismo una vez entrada en vigencia el acuerdo de libre comercio, por lo que se evalúa y analiza el comportamiento del comercio en el último año, exponiendo las exportaciones e importaciones de Colombia-Chile durante el 2012 con el objeto de identificar los principales productos que se han comercializado, establecer el progreso y comprender el comportamiento.

Finalmente, se pretende identificar los departamentos con mayor participación en el mercado chileno, con el fin de detectar los sectores emergentes de Colombia. Lo anterior con el fin de detectar oportunidades de negocio para los colombianos generando un aumento en la producción y por ende incrementos en la demanda agregada, como se expone en la teoría Keynesiana, para que de esta forma, se logre abrir un espacio en la economía a través de un socio estratégico como lo es La República de Chile.

Dado lo anterior, con esta guía, los interesados podrán conocer el posicionamiento de los productos en el mercado chileno, orientado al desarrollo de estrategias y planes que garanticen la generación de valor, aumento de la competitividad y perdurabilidad, además de aportar al crecimiento del país. Por lo que el mercado es una gran oportunidad, pero a su vez un gran desafío, pues es de alta exigencia, por lo cual se hace necesario que los empresarios colombianos sofisticuen y diversifiquen su oferta exportable, compitiendo con innovación, calidad y valor agregado, para así aumentar el potencial de los diferentes productos.

1. Marco Teórico

Las relaciones bilaterales se sustentan en la necesidad de fortalecer relaciones entre dos estados con el objetivo de mejorar aspectos internos, por ejemplo, como lo expone el Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, consensuar posiciones comunes en los distintos foros internacionales e incrementar el comercio. (Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, 2012).

Este último, genera relaciones comerciales entre países basados en el intercambio de productos, bienes y servicios de manera abierta, en lo que se conoce como acuerdos comerciales que pueden llegar a ser de libre acceso. Así, se abre paso a una integración económica, que según Chirstián Medina, en su libro “Chile y la Integración Latinoamericana: Política Exterior, Acción Diplomática y Opinión Pública”, se define como: “un proceso mediante el cual dos o más países proceden a la abolición, gradual o inmediata, de las barreras discriminatorias existentes entre ellos con el fin de establecer un solo espacio económico” (p.23).

En esta perspectiva la integración se identifica con el surgimiento de un espacio económico entre sus miembros, que permite el establecimiento de una nueva división del trabajo entre ellos, para satisfacer las necesidades de dicho espacio y dentro del cual los productos y los factores, o ambos a la vez, gocen de libre movilidad. Lo anterior puede lograrse aboliendo las barreras discriminatorias o existentes que obstaculicen la libre circulación de los productos y de los factores dentro de dicho espacio.

En ese orden de ideas y debido al proceso de globalización que se presenta en la actualidad, el economista Michael Porter en su libro “La Ventaja Competitiva de una Nación”

no se enfocó en los factores que aumentaban el comercio entre naciones, sino en los factores que hacían a una nación o empresa más competitiva que las demás, planteando en esa forma cuatro factores -el diamante de Porter- que al combinarlos de manera óptima y aplicada de manera conjunta con una política gubernamental apropiada, garantiza el buen desempeño de una nación en el mercado internacional. (Universidad Javeriana, 2011).

Es así como la ventaja competitiva está basada en las acciones que opta una compañía sobre otra para cubrir de manera más amplia el mercado y así obtener mayores recursos y retornos sobre la inversión en los mismos. Para esto, es indispensable el diseño de una estrategia se determine bajo el conjunto de cuatro elementos conocidos como el Diamante de Porter: condiciones de los factores, condiciones de la demanda, industrias relacionadas y de apoyo estrategia, estructura de la empresa y rivalidad.

Es entonces, cuando el concepto de comercio internacional se ajusta a las condiciones del mercado actual, es decir que, se maneja mediante la combinación óptima de: dotación de factores, condiciones de la demanda, industrias conexas e industrias de apoyo y la estrategia, estructura y rivalidad de las firmas; e intervención gubernamental basados en análisis de carácter micro y macroeconómicos de cada una de las naciones interesadas en establecer relaciones comerciales. (Universidad del Rosario, 2012).

Para lo cual, David Mitrany expone que una integración se define como el “desarrollo de una comunidad internacional a través de la cooperación funcional. (Universidad del Rosario, 2012,p.2).

Sin embargo, en la actualidad el patrón del comercio internacional se extiende a escala mundial. De hecho, la participación de los países en los flujos de comercio internacional parece responder más a la diferencia absoluta de costos, que a su vez no depende tanto de la dotación de

factores sino que es explicada, preponderadamente, por la “brecha tecnológica” (Vargas, G., 2006). Es así, como dada la tendencia del comercio global, autores como Dosi, Pavitt y Soete, desarrollan la teoría de “La Economía del Cambio Técnico y del Comercio Internacional” en donde demuestran que, las brechas tecnológicas, entendidas como mecanismos de ajustes basados en el costo, son de fundamental importancia para explicar la contribución de cada país en el comercio internacional, y que por tanto, la configuración del actual patrón del comercio entre países, no puede ser explicado, más que en una baja porción por las ventajas comparativas basadas en una abundancia relativa de factores. (Vargas, G., 2006).

Como consecuencia de ello, La República de Chile, según Sánchez Charris, en el año de 1973 se encontraba en una situación económica crítica, y precisamente el gobierno en curso buscaba alternativas para poder superar aquellos obstáculos que asechaban a la gran mayoría de la población chilena. Como solución, desarrolló un modelo político-económico de carácter neoliberal, es decir, una política que profesa el mercado libre que coordina adecuadamente las acciones individuales de carácter económico para conseguir un acervo de riqueza mayor, de los que se pueda conseguir con otros métodos de organizar la economía-planificación, intervención estatal, e incluso economía mixta-. (Universidad de las Americas, 2010). Fue así, como la adopción de esta política arrojó resultados aceptables en el crecimiento económico chileno entre los años de 1974 y 1989 registrando un promedio de 2.9% en razón de su promoción de exportaciones y reducción de aranceles. (Universidad del Rosario, 2009).

Siendo consecuente con el modelo, Chile comienza a recuperarse y a través de su nueva doctrina encaminada al comercio internacional, comienza a formar círculos de confianza favorables. Es así como desde 1993, comienza a firmar acuerdos de complementación económica con Bolivia, Venezuela, Ecuador, Colombia y otros países de la región, y en 1996 firma su

primer Tratado de Libre Comercio con Canadá. (Universidad del Rosario, 2009), para que finalmente, en el 2006 firme un acuerdo de libre comercio con Colombia que entraría en vigencia en el año 2009.

Paralelamente Colombia, desarrolló un modelo Cepalino, es decir una política comercial de sustitución de importaciones, hasta los ochenta y noventa, causándole un notable atraso. No obstante, ante esta situación, trató de dinamizar las relaciones internacionales al orientarse hacia una política comercial más activa y autónoma y a una ampliación en la búsqueda de socios internacionales con otras zonas geográficas. Sin embargo, la situación de terrorismo y narcotráfico interno que presentaba hacia la década de los noventa, hizo que dicha política no se llevara del todo a cabo. (Universidad del Rosario, 2012).

Como consecuencia de las políticas comerciales de ambos países, se establecieron acuerdos comerciales, como se expone en la publicación del acuerdo Colombia-Chile del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo: el Acuerdo de Complementación Económica número 24, en el que se busca básicamente un espacio económico ampliado entre los dos países, que permita la libre circulación de bienes, servicios y factores productivos; el Acuerdo de Libre Comercio, donde se busca la promoción del desarrollo equilibrado y armónico de las partes, al igual que la expansión y diversificación del comercio entre las partes; y finalmente el Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones, en donde se pretende ampliar y dinamizar las relaciones bilaterales en aspectos como exportaciones, inversión y turismo. (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2010).

2. Contextualización

2.1 Entrada en vigencia

El TLC entre Colombia y Chile fue firmado en Santiago de Chile el 27 de noviembre de 2006. EL TLC suscrito entre Colombia y Chile entró en vigencia en mayo 8 de 2009.

La negociación del TLC con Chile se orientó en la negociación de aspectos relacionados con compras públicas, comercio de servicios e inversión entre los países. En ese sentido, específicamente lo que se pretendía por ambas partes era:

- Promover en condiciones de equidad el desarrollo equilibrado y armónico de las partes.
- Estimular la expansión y la diversificación del comercio entre las partes.
- Eliminar los obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de mercancías y servicios entre las partes.
- Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de las partes.
- Establecer los lineamientos para la cooperación entre las partes, así como en el ámbito regional y multilateral, encaminados a ampliar y mejorar los beneficios de este acuerdo.
- Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de este acuerdo, para su administración conjunta, y para prevenir y resolver controversias.

- Promover entre las partes la cooperación destinada a obtener el más amplio provecho de las oportunidades de desarrollo y crecimiento que proporciona el acuerdo, con especial énfasis en la innovación y la competitividad.
- Contribuir a los esfuerzos de las partes para asegurar que las políticas comerciales y ambientales se apoyen mutuamente y colaborar en la promoción de las mejoras formas de utilización sostenible de los recursos naturales y de la protección de los ecosistemas.
- Finalmente, promover el desarrollo de las políticas y prácticas laborales que mejoren las condiciones de trabajo, de empleo y los niveles de vida, en el territorio de cada una de las partes. (Universidad Sergio Arboleda, 2011).

2.2 Puntos de Acuerdo

Los temas que se trataron durante la negociación fueron: inversión, asuntos laborales, contratación pública, defensa comercial, medidas fitosanitarias, reglas de origen, medio ambiente, asuntos institucionales y solución de controversias, cooperación, facilitación del comercio, servicios y obstáculos técnicos al comercio.

Así pues, en inversión se fijaron normas en las que se protege tanto al inversionista chileno como al colombiano, asegurando el acceso a diferentes sectores. En cuanto a servicios, se fijaron reglas claras y compromisos para que no se aumenten las restricciones del acceso al mercado en los países negociadores.

Respecto a las compras públicas, se comprometieron a otorgar a las mercancías, servicios, un trato no menos favorable, que el trato más favorable, que ambas partes otorgan a sus propios.

Finalmente, hay que tener en cuenta que en Colombia ya hay empresas chilenas, a las cuales les ha ido muy bien en el mercado y otras que están interesadas en diversos sectores como construcción, ingeniería, entre otros. (Universidad Sergio Arboleda, 2011)

2.3 Ventajas

Como primera medida, se encuentra el tamaño del mercado colombiano, toda vez que, Colombia tiene una población aproximada de 46 millones de habitantes mientras que la chilena llega a los 17 millones.

En segundo lugar, están los productos Chilenos que tienen una buena aceptación en Colombia. Seguidamente, los indicadores macroeconómicos estables, lo que hace que sea muy atractiva para los inversionistas chilenos, uno de los más destacados es el nivel de inflación, por ejemplo.

El sector Industrial de Colombia es más intensivo que el de Chile, se ubica en un cuarto lugar y, en un quinto lugar la producción de gas en el país ha venido incrementándose, y Chile es un buen comprador de este producto, más ahora, que lo requieren para el crecimiento de su economía. (Universidad Sergio Arboleda, 2011).

2.4 Beneficios

Estos son los principales beneficios del tratado antes de su puesta en vigencia:

- A los inversionistas extranjeros se les proporciona un escenario económico muy estable, para realizar inversiones en varios sectores como agroindustrial, maderero, forestal, entre otros.

- Con el tratado se negociaron temas muy importantes como: mejores condiciones para el comercio, solución de controversias, compras públicas, servicios, etc.

- En el tema de Aranceles se negoció y acordó una reducción considerable.

- Se incrementarán las exportaciones, lo que generará mayores ingresos para nuestra economía, también se crearán muchas oportunidades de negocio en diferentes sectores como salud, construcción e ingeniería, servicios de informática y software, entre otros.

- En lo referente al comercio de servicios se logró fijar reglas claras y el compromiso que no se aumentarán las restricciones de ambos mercados en estas áreas.

Por otra parte, ambos países se comprometieron a que el comercio de mercancías y servicios garantice igualdad de condiciones para las dos naciones, por lo que se realizó especial énfasis en la cooperación entre ambas naciones, con el fin de aprovechar las oportunidades para su desarrollo y crecimiento, tomando como pilar la innovación y la competitividad.

También, para la protección del medio ambiente, se acordaron incorporar al tratado, aspectos para asegurar que las políticas comerciales y ambientales se apoyen para la mejor utilización de los recursos naturales y de la protección de los ecosistemas. (Universidad Sergio Arboleda, 2011).

3. Oportunidades de Colombia en la Exportación de Bienes

A continuación se expondrán las oportunidades antes de la entrada en vigencia del TLC en los principales sectores de producción:

3.1 Sector Agroindustrial

Los principales productos importados en valor CIF por Chile en 2007 son: la carne de bovino deshuesada (345 millones de dólares), maíz (353 millones de dólares), trigo (259 millones de dólares) azúcar de caña (150 millones de dólares) y aceite de pescado (70 millones de dólares), entre otros.

En Chile, los confites presentan ventas anuales de 360 millones de dólares entre galletas, con ventas de 140 millones de dólares; chocolates, con 125 millones de dólares; caramelos, con 68 millones de dólares, y gomas de mascar, con 27 millones de dólares. Sólo el consumo de confites es de 23 mil toneladas anuales aproximadamente, de acuerdo con el Servicio Nacional de Aduanas de Chile. (Proexport Colombia, 2012).

La presencia de los supermercados ha tenido un crecimiento acelerado y en la actualidad controla más del cincuenta por ciento del mercado de alimentos, con proyecciones de continuar ampliándose a costa del comercio detallista tradicional. Esta tendencia marca que el canal por desarrollar se encuentra en las grandes superficies.

3.2 Sector autopartes

La plaza automotriz chilena, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), corresponde a 2.368.047 vehículos para 2006, según la última información disponible, y representa una tasa de motorización de 6,9 habitantes por cada vehículo, 1,4 habitantes menos por vehículo que en Colombia. Para el año 2007, la plaza automotriz llegó a 5.300.769, con una tasa de motorización de 8,3 habitantes por vehículo, como lo demuestra el Ministerio de Transporte.

Las importaciones chilenas han crecido 18% en 2007, con aumentos importantes para tener en cuenta en cajas de cambio, calefacción, aires acondicionados y árboles de transmisión, entre otros.

La antigüedad de los vehículos en Chile se distribuye de la siguiente forma:

Un 20,9 por ciento son modelos 1992 y anteriores. Un 22,9 por ciento se encuentra entre modelos 1993 y 1997. Un 21,4 por ciento modelos entre 1998 a 2002. Un 31 por ciento a los vehículos de los años 2003 a 2007.

En el segmento de vehículos usados, se comercializaron 574.000 en 2007, versus 517.000 de 2006, lo que significó un aumento en un 11% entre ambos años. El crecimiento se explica en las facilidades de obtener créditos con atractivas tasas para la adquisición de vehículos.

El mercado de reposición ofrece oportunidades para el sector exportador colombiano en donde algunas empresas ya han incursionado con éxito en ese país. (Proexport Colombia, 2012)

3.3 Sector artículos para el hogar

El tamaño del mercado de dotación y hogar fue estimado en 338 millones de dólares en 2007, donde los principales países proveedores fueron China, Brasil y Argentina. El sector contempla los productos electrodomésticos, productos de aseo, vajillas, cristalería, envases plásticos, pañales y servilletas.

Aproximadamente, el 60% de las ventas de almacenes de artículos para hogar corresponde a artículos de decoración. Estas cadenas están incursionando en el mercado colombiano, lo que creará oportunidades para los proveedores nacionales de incursionar en las tiendas chilenas, principalmente en Falabella, Almacenes París, Ripley y La Polar.

El mercado chileno se caracteriza por el alto consumo, gracias a su elevado ingreso per cápita. En este sentido, los artículos de hogar han pasado de ser un bien utilitario a ser artículos con componentes de diseño que complementan la arquitectura y mobiliario en sus viviendas. Esto hace que se tenga un alto índice de reposición, en la medida en que los consumidores busquen nuevos diseños y quieran estar a la vanguardia en decoración de interiores.

Las ventas por catálogo se perfilan como un canal importante dentro de la distribución de este tipo de artículos de dotación del hogar. Además de los productos tradicionales como cosméticos, bisutería, joyería, ahora ingresan líneas de dotación de hogar, productos plásticos y utensilios para cocina, entre otros.

Los productos colombianos, particularmente en manufacturas de plásticos destinados al segmento de hogar como recipientes, vasijas, jarras, cajas, etc., son reconocidos por su calidad, variedad de diseños y nuevas tendencias.

3.4 Sector Grasas y Aceites Vegetales

En los últimos años, la industria de grasas de origen vegetal en Chile ha vivido un proceso de contracción. El número de empresas se ha reducido casi en un 70% y los resultados de su operación vienen dejando márgenes cada vez menores, reduciendo la competencia local y favoreciendo las importaciones.

Chile importó, en 2007, 391 millones de dólares (CIF) de grasas y aceites animales o vegetales, de los cuales 7 millones de dólares fueron provenientes de Colombia. Las importaciones chilenas crecieron a una tasa de 32% en el periodo 2006-2007.

Chile presenta una fuerte participación como comprador de alimentos y ha logrado ser un importador significativo en el rubro de grasas y aceites animales y vegetales, azúcares y artículos de confitería, preparaciones a base de cereales, preparaciones a base de hortalizas y frutas.

Las empresas locales han incrementado sus importaciones de mezclas de aceites vegetales (insumos para la producción de una variedad de aceites procesados y alimentos como snacks, chocolates y productos de panadería y pastelería, entre otros) y de aceite parcial y totalmente refinado.

Las importaciones chilenas de margarina ascendieron en 2007 a 283 millones de dólares, donde Argentina fue el país que más exportó a Chile con el 98% del total; Colombia por su parte exportó al país austral 154 mil dólares.

Las principales oportunidades para los productos del sector se encuentran en aceites y grasas diferenciados, con base en palma, sin mezclar o con mezclas que contengan un porcentaje mayor con base de palma o con otras materias primas vegetales de la región, como soya o girasol. (Proexport Colombia, 2012).

3.5 Sector industria química

Los principales productos importados por Chile son los plaguicidas (herbicidas, fungicidas, insecticidas, raticidas y desinfectantes) y fertilizantes, utilizados principalmente para la industria vinícola y hortofrutícola. Otro gran grupo de consumidores de químicos por sectores de la economía es el agro, la minería y la pesca, utilizados como insumos en sus procesos productivos (abonos y pesticidas; aceites de flotación y ácidos). En la industria manufacturera se destacan importaciones de catalizadores, aditivos y extractantes.

En 2007 los importadores del sector totalizaron 516 millones de dólares, con un crecimiento del 12% frente al año anterior.

Adhesivos y pegantes son algunos de los productos colombianos que han tenido aceptación en el mercado chileno, principalmente para el canal de tiendas tipo Homecenter, debido a la capacidad de adaptación e innovación de los productos.

3.6 Sector muebles

En 2007, las importaciones de muebles aumentaron 15 % respecto a 2006; es decir, pasó de 99 millones de dólares a 114 millones de dólares. Los principales países donde los chilenos compran muebles son Brasil, con 31 millones de dólares y un crecimiento del 28%; China, con 14 millones de dólares y un crecimiento del 12%, y Argentina, con 4 millones de dólares y un crecimiento de 4%.

El ítem muebles y decoración ocupa un lugar importante en el presupuesto familiar y aunque son principalmente demandados los RTA (listos para armar por sus siglas en inglés

“Ready To Assemble”), el consumo más sofisticado crece poco a poco en facturación, de acuerdo con información de la consultora Nielsen.

Los grandes almacenes y los distribuidores mayoristas han aumentado sus importaciones, abasteciéndose de muebles de variados estilos, diseños y tipos, con un porcentaje importante del mercado local. Actualmente son los principales canales de ventas de muebles.

En una tendencia del mercado, en los últimos años cerraron varias fábricas de muebles chilenos gracias a las desventajas económicas de un mueble de madera sólida respecto a uno importado RTA. Desde 2004, las importaciones superan a las exportaciones, históricamente el pilar de la industria local. En los últimos cuatro años, la participación en venta de muebles de fabricación propia ha caído de 42% a 28%.

Con cada vez más metros cuadrados destinados a “casa y decoración”, las cadenas de retail y casas comerciales lideran las ventas, ofreciendo al consumidor productos “de revista” a precios accesibles.

Las oportunidades se vislumbran en muebles RTA (listos para armar), considerando que Colombia cuenta con oferta exportable y Chile carece de producción local. Incluso ya existen algunas experiencias exitosas de empresas de nuestro país en atención a cadenas de retail chilenas. (Proexport Colombia, 2012).

3.7 Sector textil y confecciones

El mercado chileno de textiles presenta una dinámica interesante, las importaciones en 2007 crecieron 7%, pasando de 484 millones de dólares en 2006 a 517 millones de dólares en 2007. El mercado de confecciones en el mismo periodo analizado aumentó las importaciones en

un 17%, con importaciones en 2006 de 1.057 millones de dólares y en 2007, de 1.231 millones de dólares.

El sector se ha visto cubierto por los productos de Oriente, especialmente China y Corea, que consiguen fabricar prendas de vestir, no siempre de inferior calidad pero sí a un precio más competitivo. Sin embargo, el mercado de estos países ha visto disminuida su popularidad debido a que los tiempos de entrega son muy largos y a las cantidades que se deben hacer por pedido.

La movilización de la producción, junto con la falta de tecnología moderna en las industrias, se ha visto obligada a abandonar su actividad manufacturera y a limitarse a ser únicamente importadora.

Existe posicionamiento de la industria colombiana por la calidad de los insumos y productos; la ropa interior femenina es un buen ejemplo. Existen nichos por cubrir si se logran menores márgenes y diferenciación. (Proexport Colombia, 2012).

Por otro lado, y con el objetivo de contextualizar al lector de las condiciones negociadas en términos generales cada uno de los sectores, se presenta a continuación un cuadro resumen de las mismas:

Tabla 1. Condiciones Negociadas TLC Colombia-Chile

Condiciones Negociadas TLC Colombia-Chile	
Para el comercio de mercancías se negociaron las siguientes condiciones:	 Trato nacional.
	 Ninguna parte podrá mantener cualquier arancel, impuesto u otro tipo de de cargo sobre las exportaciones de las mercancías al territorio de la otra parte.
	 Respecto a cuotas y trámites administrativos: se limitan al costo aproximado de los servicios prestados sin representar una protección indirecta a las mercancías ni in impuesto a las X-M para propósitos impositivos.

Tabla 1 (Continúa)

	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Se prohíbe: requisitos sobre los precios de exportación o importación, concesión de licencias para la importación con la condición de cumplir un requisito de desempeño .
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Eliminación de subsidios a las exportaciones de mercancías agropecuarias.
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Establecer un comité de mercancías con el objetivo de fomentar el comercio de mercancías de las partes, acelerar la eliminación de aranceles y supervisar lo relacionado a la aplicación de medidas no arancelarias.
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Antes de realizar cualquier transacción de mercancía se deberá seguir los parámetros de reglas de origen establecidas en el capítulo 4 del acuerdo.
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Para facilitar el comercio se deberá: publicar previamente leyes, regulaciones y procedimientos administrativos aduaneros en internet o en una red de telecomunicaciones computacional, estos deberán ser simplificados para lograr un eficiente y rápidos despacho de mercancías. De igual forma, deberán adoptar y mantener sistemas de administración de riesgos y tecnología de información avanzada, todo para facilitar la cooperación entre las respectivas autoridades aduaneras.
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Deberán cumplir las normas sanitarias y fitosanitarias establecidas en el acuerdoMSF y todas las decisiones tomadas por la OMC respecto al tema.

Nota. Elaboración propia a partir de datos del (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2010)

4. Evolución

Según informes de comercio exterior de Analdex y el informe presentado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a un año de la firma del acuerdo, Colombia ocupó el puesto número cuatro como destino para los inversionistas chilenos, un 12% del total invertido en el exterior.

Durante el primer trimestre de 2012, se observa una clara recuperación de los flujos de inversión de Chile en el país los cuales alcanzaron US\$367,7 millones, cerca del 67% de lo registrado durante 2011 en solo los primeros tres meses. Con respecto al mismo periodo del año anterior se evidencia un crecimiento de cuatro veces lo registrado en 2010.

En ese orden de ideas, la mayoría de los productos provenientes de Colombia con destinos a Chile, están exentos del pago de arancel, sólo el 1%, compuesto por carnes, aceites, cítricos y lácteos se encontraban en proceso de desgravación, que termino el 1 de enero de 2012, el promedio de arancel era del 12,5%.

Por otro lado, hay que resaltar que durante 2011, quinientas cincuenta y cinco empresas colombianas exportaron sus productos a Chile y a junio 2012, quinientas noventa y una empresas colombianas exportaron hacia este destino.

A continuación se tratará la evolución de los principales sectores de la economía entre los dos países:

4.1 Inversión

Según DIRECON (Inversión Directa de Capitales Chilenos en Colombia, Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile), el mercado colombiano es el cuarto destino de las inversiones chilenas en el mundo en los últimos dos décadas con una participación de 14,2% en el total invertido en el exterior. Durante 2011, Colombia fue el tercer receptor de los capitales chilenos.

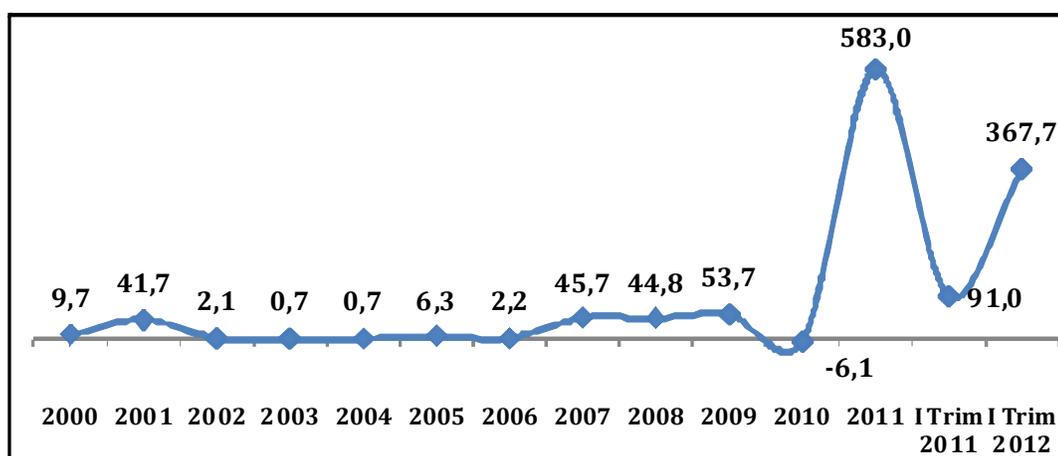


Figura 2. Inversión Extranjera Directa de Chile en Colombia 2000-I Trim 2012, US\$ Millones. Datos obtenidos de (Proexport Colombia, 2012)

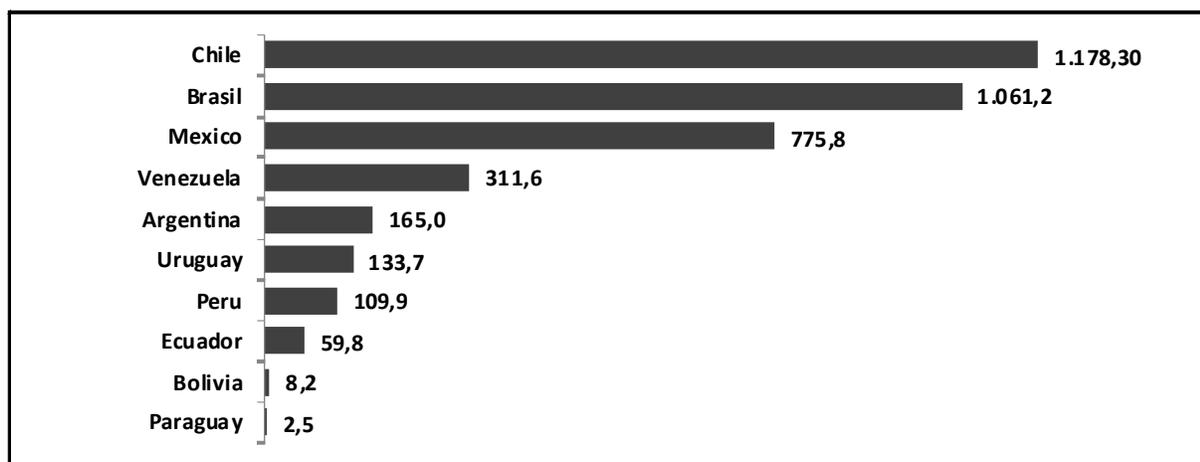


Figura 3. Inversión Extranjera Directa de Suramérica en Colombia 2000-I Trim 2012, US\$ Millones. Datos obtenidos de (Proexport Colombia, 2012)

En el plano sectorial, Comercio, Industria y Financiero son los principales sectores receptores de la inversión de Chile en Colombia, concentran alrededor del 75% del total.

Tabla 2. Registros de inversión extranjera originaria de Chile en Colombia según sector de la economía (2008-2011) US\$ miles

Sector	2008	2009	2010	2011	Acumulado 2008- 2011
Comercio	-6.129,9	42.104,4	70.398,2	277.922,9	384.295,6
Financiero	-238,4	-11.820,4	70.520,2	68.138,7	126.600,2
Industria	15.079,9	14.149,8	11.071,1	71.066,3	111.367,1
Inmobiliario	18.781,3	45.041,1	3.424,2	25.245,8	92.492,4
Construcción	73,6	17.404,0	4.637,9	10.207,8	32.323,2
Otros	11.793,3	3.692,4	4.820,7	20.940,7	41.247,1
TOTAL	39.359,9	110.571,3	164.872,3	473.522,2	788.325,6

Nota: Participación Porcentual Sobre El Total De Flujos Netos Positivos. Datos obtenidos de Banco de la República – Registros de Inversión. La IED acumulada de los registros puede diferir de la IED de la Balanza de pagos como consecuencia de registros tardíos de inversión u otros cambios en los registros realizados por las empresas.

4.2 Exportaciones

Para efectos del presente documento se informa que el DANE eliminó, a partir de los resultados del mes de enero de 2012, la agregación de las exportaciones en tradicionales y no tradicionales. Así mismo, los sectores, couriers, energía eléctrica, inmobiliario, objetos de arte y antigüedades y otros servicios, se trasladaron de la gerencia de servicios y a la “gerencia” OTROS. La gerencia de servicios queda compuesta por los sectores: editorial y software (en términos de exportaciones de mercancías). El sector papel y cartón se traslada de la gerencia de servicios y pasa a la gerencia de manufacturas. Por último, se incluyen dentro de las

exportaciones mineras y de café las exportaciones de piedras preciosas y metales preciosos, las cuales se excluyeron de las exportaciones no mineras.

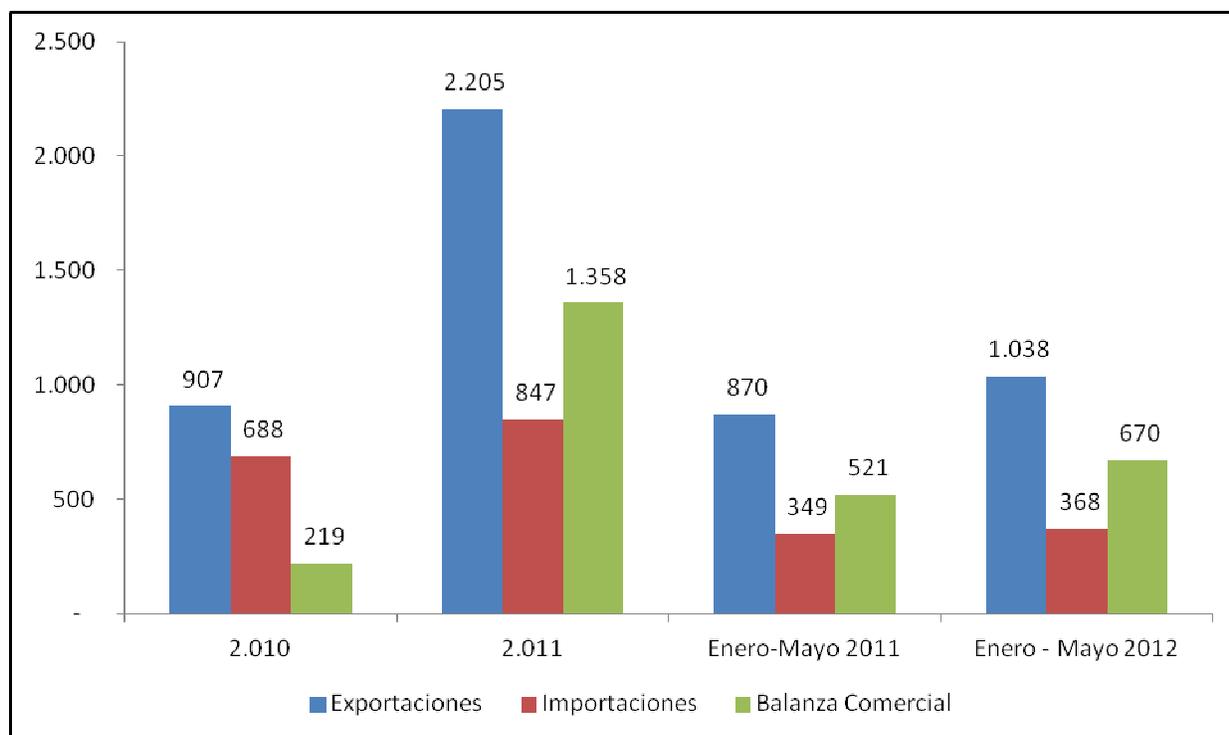


Figura 4. Balanza comercial Colombia – Chile 2010 – Mayo 2012 (US\$ millones FOB). Datos obtenidos de (Proexport Colombia, 2012)

4.2.1 Exportaciones colombianas a Chile

- En **2011** alcanzaron US\$2.205,0 millones, 143,1% más que en 2010 (US\$1.298 millones). En **junio 2012** las exportaciones fueron US\$1.128,9 millones, cifra (-4,6%) inferior al total registrado en el mismo mes de 2011 (US\$ 1.182,9 millones).

- Del total exportado en 2011, el segmento no minero (sin café) representó el 23,9% de las exportaciones colombianas a Chile. En **junio 2012** la participación de las exportaciones del segmento no minero (sin café) disminuyeron a 21,4%.

- Del total exportado en 2011, las exportaciones no mineras (sin café) registraron un aumento de 24,5%, donde el sector de Agroindustria presentó el mayor crecimiento neto US\$65,3 millones; crecimiento potenciado por productos del subsector Azúcares y Mieles que obtuvo un crecimiento en su valor exportado de US\$53,4 millones frente a las ventas de 2010 (US\$ 105,4 millones); otros subsectores altamente destacados por su crecimiento en el valor exportado fueron: Maquinaria Industrial con crecimiento de US\$11,6 millones y Artículos del Hogar con US\$11,2 millones.

- Durante el mes de **junio de 2012** las exportaciones no mineras (sin café) disminuyeron (-9,2%) frente al mismo mes de 2011, lo que se tradujo en un total vendido de US\$242 millones. Este comportamiento se asoció principalmente al desempeño de las manufacturas, sector que con una participación de 53% (US\$128,1 millones), reportó un decrecimiento de (-11,9%). Agroindustria por su parte, con una participación de 39,5% (US\$ 95,5 millones) presentó una variación negativa de (-12,9%). Prendas de Vestir que reportó una participación de 7,2% (US\$ 17,3 millones) y presentó un crecimiento de 69,5%. Y finalmente Servicios, con una participación de 0,4% (US\$ 898 mil), presentó una disminución de (-8,7%).

- Las principales **exportaciones** no mineras (sin café) exportados a Chile en **2011** fueron:

1. Azúcares y mieles con un valor neto exportado de US\$158,8 millones (participación de 30,2% del total de las exportaciones distintas a petróleo, carbón, café y ferroníquel).

2. Maquinaria Industrial con crecimiento de US\$11,6 millones (participación del 3%).

3. Artículos del hogar con un valor neto exportado de US\$11,2 millones (participación de 8%).

- Las principales **exportaciones** no mineras (sin café) exportados a Chile en **junio 2012**

fueron:

1. Azúcares y mieles con un valor neto exportado de US\$70 millones (participación de 28,9% del total de las exportaciones distintas a petróleo, carbón, café y ferróníquel).

2. Plástico en formas primarias con un valor neto exportado de US\$18,2 millones (participación de 7,5%).

3. Artículos del hogar con un valor neto exportado de US\$15,9 millones (participación de 6,6% del total de las exportaciones distintas a petróleo, carbón, café y ferróníquel).

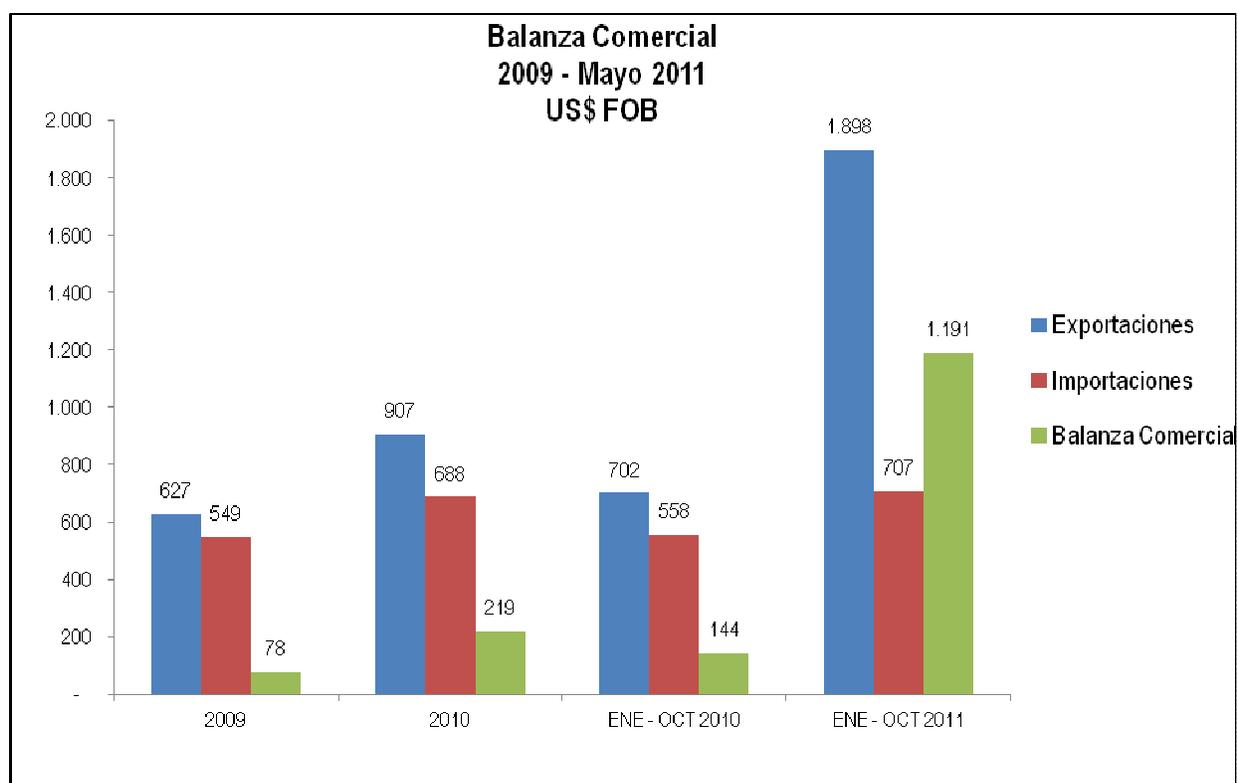


Figura 5. Balanza comercial 2009- Mayo 2011 US \$FOB. Datos obtenidos de (Proexport Colombia, 2012)

Tabla 3. Sectores

Gerencia/ subsector (top 3)		Años Completos			Enero a Octubre		
		US\$ FOB		VAR %	US\$ FOB		VAR %
		2009	2010	2010	2010	2011	2011
Agroindustria	Azúcares y mieles	64.017.203	105.405.163	64,7%	86.278.824	134.459.048	55,8%
	Aceites y grasas	9.027.846	12.028.209	33,2%	9.972.835	14.289.866	43,3%
	Productos de confitería	7.561.302	8.778.775	16,1%	7.622.212	9.792.230	28,5%
	Otros	7.741.592	14.888.850	92,3%	11.316.109	15.977.987	41,2%
	Total agroindustria	88.347.944	141.100.997	59,7%	115.189.980	174.519.132	51,5%
Manufacturas	Plástico en formas primarias	23.090.389	35.926.048	55,6%	30.968.094	31.272.989	1,0%
	Artículos del hogar	19.715.489	28.743.187	45,8%	22.165.262	35.051.099	58,1%
	Partes, repuestos y piezas para automotores	17.567.387	25.749.744	46,6%	24.778.563	22.555.804	-9,0%
	Otros	122.513.400	156.521.863	27,8%	127.356.118	143.379.005	12,6%
	Total manufacturas	182.886.665	246.940.842	35,0%	205.268.037	232.258.896	13,1%
Prendas de vestir	Confecciones	9.083.538	10.397.997	14,5%	8.676.407	9.952.706	14,7%
	Textiles	4.830.576	5.052.290	4,6%	4.258.370	5.783.389	35,8%
	Calzado	613.910	2.973.700	384,4%	2.491.822	1.240.266	-50,2%
	Otros	691.531	837.526	21,1%	644.284	1.447.450	124,7%
	Total prendas de vestir	15.219.555	19.261.514	26,6%	16.070.884	18.423.811	14,6%
Servicios	Otros papeles y cartones	6.710.707	6.895.382	2,8%	5.556.784	6.730.687	21,1%
	Papeles para imprenta	3.163.679	3.968.981	25,5%	3.690.041	3.593.312	-2,6%
	Editorial	3.723.286	2.637.624	-29,2%	2.052.820	2.092.378	1,9%
	Otros	164.241	1.605.528	877,5%	1.580.875	4.346	-99,7%
	Total servicios	13.761.914	15.107.515	9,8%	12.880.520	12.420.723	-3,6%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport Colombia, 2012)

4.2.2 Importaciones colombianas desde Chile.

- En **2011** alcanzaron US\$846,5 millones FOB, 23,1% más que el valor registrado en 2010 cuando alcanzaron un total de US\$687,0 millones FOB. En **marzo 2012** las compras llegaron a los US\$148,5 millones FOB, ubicándose 13,8 % por encima del registro del mismo mes de 2011, cuando estas fueron de US\$168,9 millones FOB.

- Los principales **subsectores importados** por Colombia desde Chile en el año **2011** fueron:

1. Frutas, excepto banano con un valor neto importado de US\$112,2 millones FOB, participando con el 13,2% del total importado desde Chile.

2. Metalurgia por US\$60,1 millones FOB y una participación de 7,1%.

3. Otros, Papeles y Cartones por US\$58,8 millones FOB y un participación de 7,0%.

- Los principales **subsectores importados** por Colombia desde Chile en **mayo 2012** fueron:

- 1 Frutas excepto banano con un valor neto importado de US\$66,8 millones FOB, participando con el 18,1% del total importado desde Chile.

- 2 Conductores eléctricos por US\$30,1 millones FOB y una participación de 8,2%.

- 3 Otros papeles y cartones por US\$25,2 millones FOB y un participación de 6,9%.

4.3 Turismo

Con base a la información suministrada por la oficina comercial del gobierno de Colombia en Chile-Proexport Chile, y con el informe de turismo extranjero en Colombia durante el último año, se tiene que:

4.3.1 Llegadas de viajeros chilenos a Colombia 2005-2011

- Chile es el noveno mercado emisor hacia Colombia, con una participación del 3,5% sobre el total de llegadas de viajeros extranjeros a Colombia en 2011 y 4,6% de participación en 2012 de enero a junio)
- En los tres últimos años, Chile ha sido uno de los mercados de mayor crecimiento en llegadas a Colombia.
- Durante el primer semestre de 2012, Chile ha presentado el mayor crecimiento en llegadas (29,9%) dentro de los 10 principales mercados emisores a Colombia.

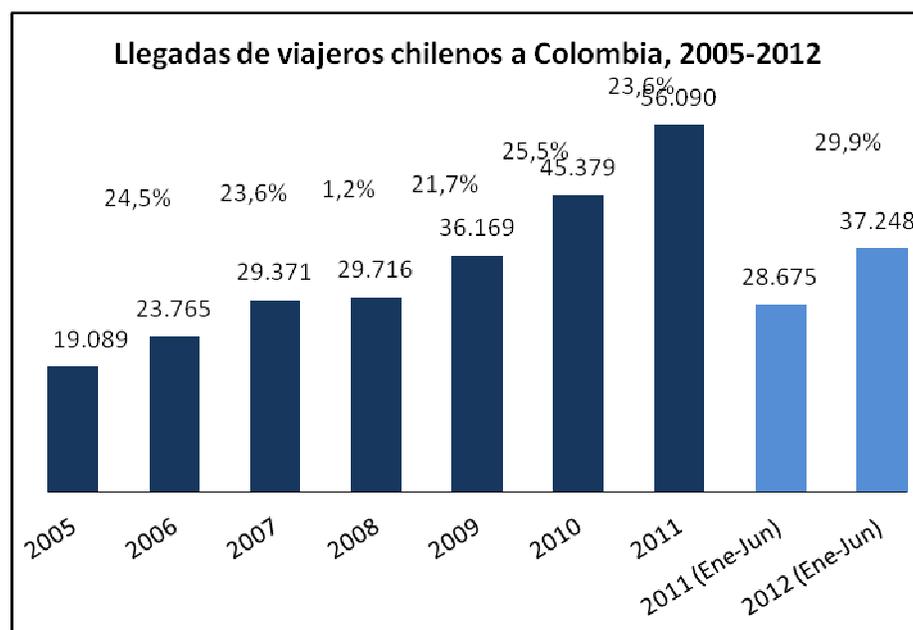


Figura 6. Llegada de viajeros chilenos a Colombia 2005-2012. Datos obtenidos de (Migración Colombia, 2012)

- El principal destino que reportan los chilenos a su ingreso al país en 2011 fue Bogotá con 53,8% de los viajeros, en segundo lugar se encuentra Cartagena con 20,4%, seguido por San Andrés con 7,4%.

- Durante el primer semestre de 2012 Cartagena y San Andrés han ganado participación como destino reportado por los chilenos.

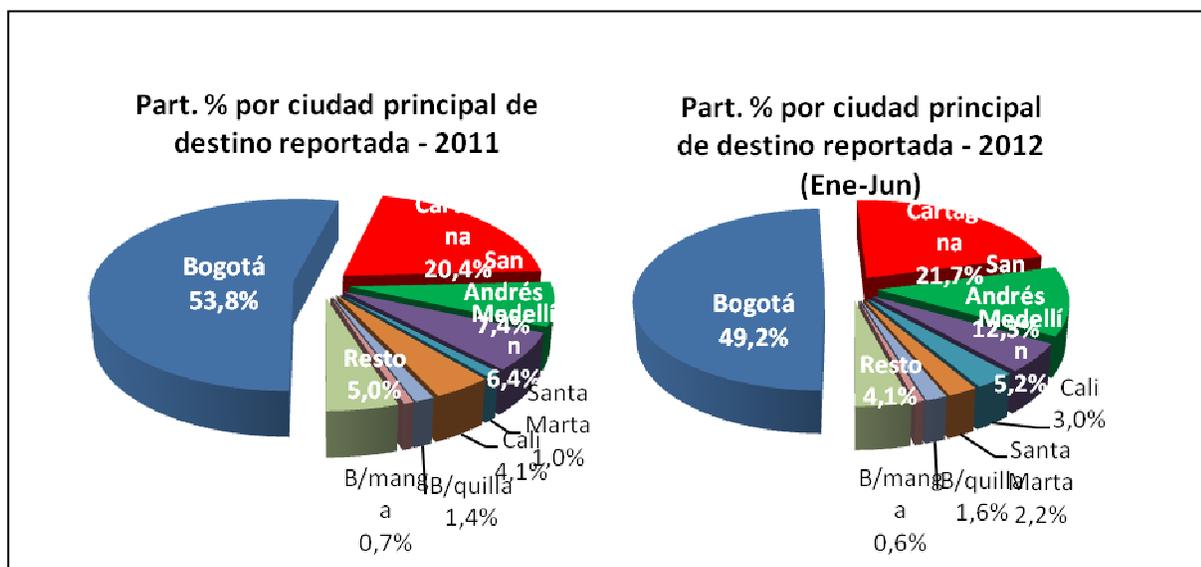


Figura 7. Participación porcentual por ciudad principal de destino reportada año 2011, 2012. Datos obtenidos (Migración Colombia, 2012)

4.3.2 Estacionalidad de los viajeros chilenos en Colombia. Según la serie de años observada enero, febrero, julio y octubre son los meses que registran mayor nivel de llegadas de viajeros chilenos a Colombia.

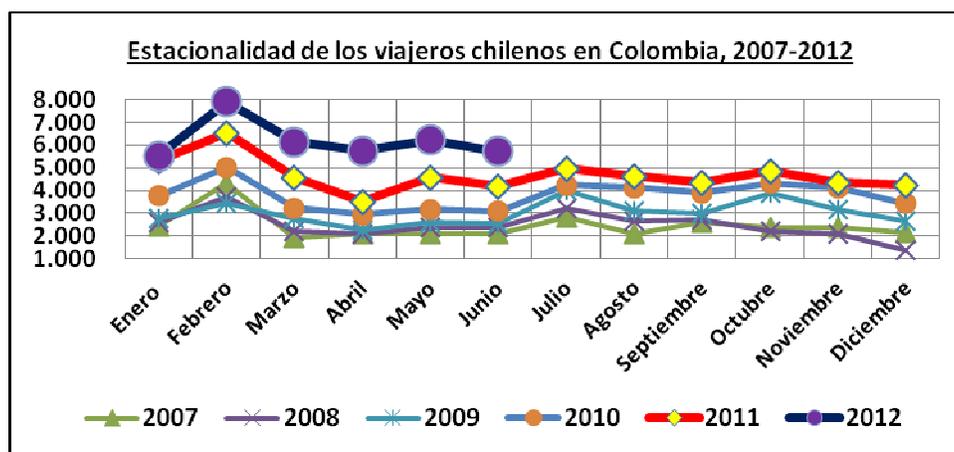


Figura 8. Estacionalidad de los viajeros Chilenos en Colombia. Datos obtenidos de (Migración Colombia, 2012)

4.3.3 Motivo de viaje de los viajeros chilenos en Colombia

- El turismo ha sido el motivo declarado de mayor participación de los viajeros chilenos en Colombia en 2012.
- Suramérica registró una participación de 42,8% sobre el total de llegadas a Colombia en 2011. Durante el primer semestre de 2012 las llegadas de Suramérica a Colombia han crecido un 6,7%.
- Chile es el sexto emisor desde Suramérica a Colombia, con 10,6% de participación durante el primer semestre de 2012.

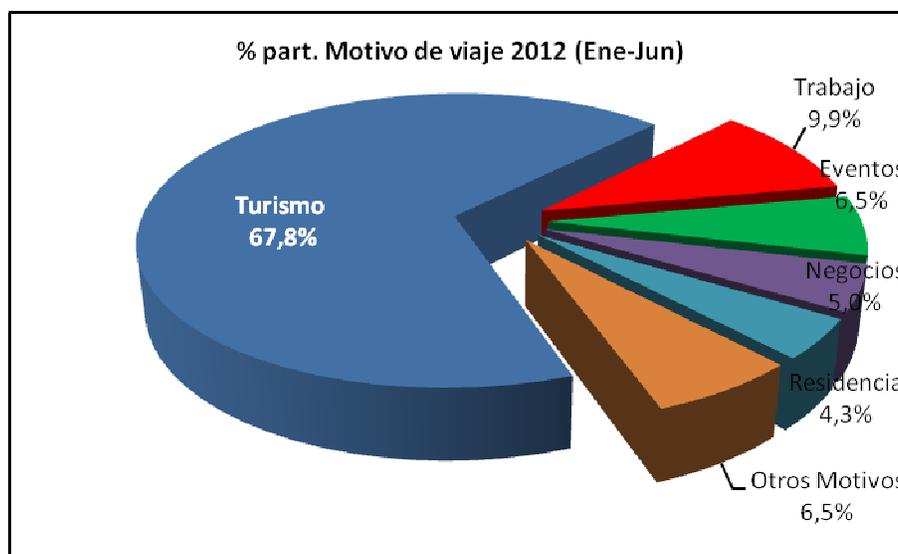


Figura 9. Participación porcentual de viaje 2012 (Enero a Junio)
Datos obtenidos de (Migración Colombia, 2012)

4.3.4 Llegadas de viajeros extranjeros a Colombia por nacionalidad, 2010-2012

Tabla 4. Llegadas de viajeros extranjeros a Colombia por nacionalidad, 2010-2012

Nacionalidad		2010	% Part. 2010	2011	2011 (Ene-Jun)	2012 (Ene-Jun)	% Part. 2011	% Part. 2012 (Ene-Jun)	% Var. 2011/2010	% Var. 2012/2011 (Ene-Jun)
1	 Estados Unidos	345.536	23,4%	317.962	160.249	156.394	20,1%	19,4%	-8,0%	-2,4%
2	 Venezuela	197.173	13,4%	228.934	104.624	108.365	14,5%	13,5%	16,1%	3,6%
3	 Argentina	83.674	5,7%	93.822	50.358	57.641	5,9%	7,2%	12,1%	14,5%
4	 Ecuador	122.076	8,3%	108.917	52.431	50.265	6,9%	6,2%	-10,8%	-4,1%
5	 España	80.829	5,5%	88.383	42.401	44.431	5,6%	5,5%	9,3%	4,8%
6	 Brasil	66.309	4,5%	93.227	46.436	44.010	5,9%	5,5%	40,6%	-5,2%
7	 Perú	79.275	5,4%	77.529	38.722	43.527	4,9%	5,4%	-2,2%	12,4%
8	 México	67.818	4,6%	78.827	37.312	38.431	5,0%	4,8%	16,2%	3,0%
9	 Chile	45.379	3,1%	56.090	28.675	37.248	3,5%	4,6%	23,6%	29,9%
10	 Canadá	32.886	2,2%	38.394	20.788	25.540	2,4%	3,2%	16,7%	22,9%
11	 Alemania	29.547	2,0%	41.166	19.900	20.090	2,6%	2,5%	39,3%	1,0%
12	 Francia	33.878	2,3%	37.829	18.164	18.110	2,4%	2,2%	11,7%	-0,3%
13	 Italia	28.847	2,0%	29.597	14.187	14.630	1,9%	1,8%	2,6%	3,1%
14	 Panamá	33.760	2,3%	32.454	16.697	13.767	2,1%	1,7%	-3,9%	-17,5%
15	 Reino Unido	20.760	1,4%	25.473	13.088	11.340	1,6%	1,4%	22,7%	-13,4%
	Resto	207.137	14,0%	233.506	111.240	121.846	14,8%	15,1%	12,7%	9,5%
Total		1.474.884	100%	1.582.110	775.272	805.635	100%	100%	7,3%	3,9%

Nota. Datos obtenidos de (Migración Colombia, 2012)

4.3.5 Oportunidades del turismo

- Dada la estabilidad y crecimiento de la economía y al mayor ingreso disponible de los consumidores, Chile es uno de los países emergentes con mayor perspectiva de crecimiento en turismo emisor en la región.
- Chile se asocia a Colombia con un destino de Sol y Playa. En Colombia se ofrece este producto combinado con Turismo Cultural (Cartagena) o combinado también con turismo de naturaleza (Santa Marta/Parque Tayrona) lo cual resulta muy interesante para los consumidores chilenos.
- Otros destinos no tradicionales de los chilenos en Colombia como Triángulo del Café, Amazonas y Santander tienen también gran potencial en el mercado chileno.
- Existe un segmento creciente de viajeros de altos ingresos en Chile a los cuales se les puede abordar con productos de lujo y exclusividad.
- Los chilenos están buscando destinos diferentes a los tradicionales y Colombia se está posicionando como un nuevo destino con múltiples posibilidades.

5. Relación Comercial Actual

5.1 Exportaciones Colombia-Chile 2012

Con el fin de entender el comportamiento actual de las exportaciones que se efectúan entre Colombia-Chile, y bajo los datos estadísticos proporcionados por la oficina comercial de Proexport en Chile, se tiene que las mismas durante el último año registraron:

- Un total de USD 2.189.220.351. Lo que representa 0.72% menos de las efectuadas en el 2011 que llegaron a USD 2.205.006.268. Esto, se debió a la caída de casi el 3.96% en las exportaciones no tradicionales a dicho país que implican un total de USD 15.785.917

- Las exportaciones no mineras y sin café alcanzaron un total de USD 242.040.040,53 en las que el sector de manufacturas seguido por el de agroindustria, representaron los mayores ingresos con el 53% y 39,4% respectivamente. Estas estuvieron determinadas por el crecimiento de los subsectores de azúcares y mieles, aceites y grasas y productos de confitería, el último se dio por el consumo masivo que realizan los chilenos anualmente en el sector, que llega a 23 toneladas aproximadamente al año; y por subsectores de plástico y caucho. En el mismo sentido, los sectores prendas de vestir y servicios lograron el 8%, por lo que se logró vender textiles y bisutería por un valor aproximado de USD 15.913.800. Tal y como se expone en la Figura 10



Figura 10. Exportaciones no mineras y sin café – Colombia – Chile 2012.
Elaboración propia a partir de datos de (Proexport , 2013)

- En cuanto a las exportaciones mineras y con café se refiere, lograron un total de USD 887.828.721,95 en las que las manufacturas como minerales y tradicionales como carbón y café son los más representantes. De igual manera, estas exportaciones estuvieron divididas de la siguiente forma:

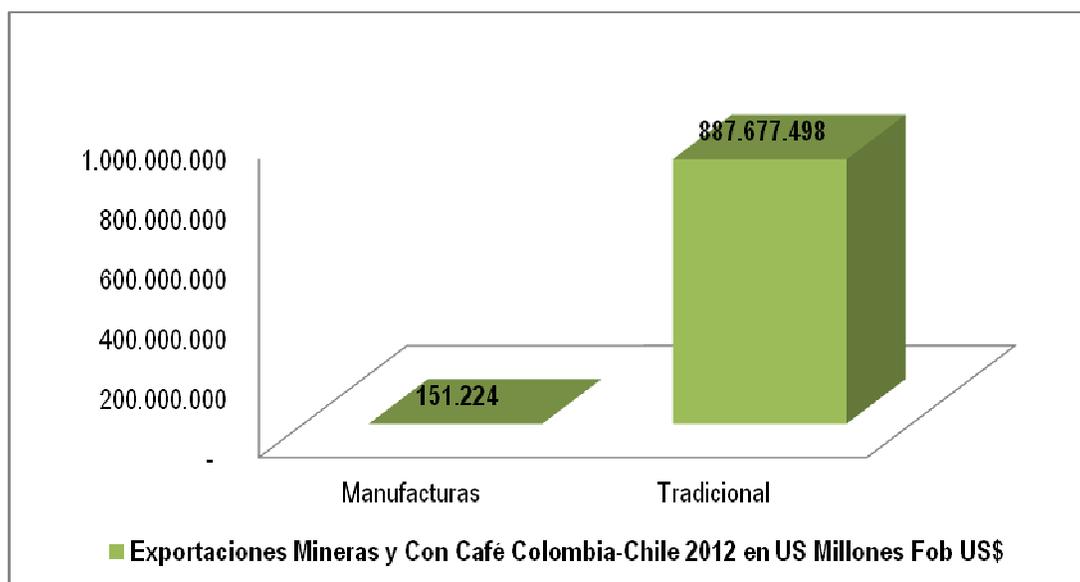


Figura 11. Exportaciones no mineras y sin café – Colombia – Chile 2012.
Elaboración propia a partir de datos de (Proexport , 2013)

• Por otro lado, en el periodo enero-junio de 2013 las exportaciones han tenido un notable decrecimiento en comparación a las exportaciones del mismo periodo de 2012. Los sectores que más han decrecido son las prendas de vestir, agroindustria y minero. Esta situación se debe a la crisis que ha tenido durante el primer semestre del año el país en los mismos sectores, evidenciado por los múltiples paros que han realizado los campesinos, empresarios y representantes de los sectores por la falta de garantías para los mismos frente a la competencia que se les ha incrementado debido al acuerdo de libre comercio firmado con Estados Unidos y los que están actualmente en negociación como el de La República de Corea; esto ha ocasionado que la producción se suspenda afectando las exportaciones de manera directa. Así pues, se tiene en la siguiente tabla la variación de los diferentes sectores de la economía:

Tabla 5. Exportaciones Colombianas a Chile periodo enero-junio 2013

GERENCIA - SECTOR	FOB US\$ 2012	FOB US\$ 2013	DIFERENCIA \$US	VARIACIÓN 2013/2012
No mineras y sin café	242.040.041	217.765.737	-24.274.303	↓ -10,0%
Agroindustria	95.587.050	54.669.701	-40.917.350	↓ -42,8%
Manufacturas e insumos básicos y derivados	128.179.307	154.570.625	26.391.318	↑ 20,6%
Otros	1.800	-	-1.800	↓ -100,0%
Prendas de vestir	17.373.751	7.710.261	-9.663.490	↓ -55,6%
Servicios	898.132	815.150	-82.981	↓ -9,2%
Mineras y café	887.828.722	529.022.798	-358.805.924	↓ -40,4%
Manufacturas e insumos básicos y derivados	151.224	120.611	-30.614	↓ -20,2%
Otros	-	110.600	110.600	↑ 100,0%
Tradicional	887.677.498	528.791.587	-358.885.911	↓ -40,4%
Total general	1.129.868.762	746.788.535	-383.080.227	↓ -33,9%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport, 2013)

5.2 Importaciones Colombia-Chile 2012

Con base en la información recolectada por la base de datos de la Aduana de La República de Chile, las importaciones colombianas de origen chileno, durante el último año alcanzaron un total de USD 120.586.581, en donde los servicios, tales como auditorías y asesorías financieras y comerciales y servicios informáticos, fueron el mayor producto que compró el país, llegando a un valor de USD 75.250.033. Tal y como se muestra en la Figura 12:



Figura 12. Porcentaje de participación en el mercado. (Aduana de Chile, 2013)

En el mismo orden de ideas, gracias a su riqueza marítima es pionero universal en la exportación de pescado, por lo que después de los servicios, Colombia adquirió en gran mayoría productos de este tipo, como salmónes, truchas, congrio, merluzas entre otros. Sin embargo, las carnes deshuesadas fueron protagonistas en las importaciones colombianas respecto a este país en el último año, dado que se logró adquirir un valor aproximado de USD23.213.640 entre los que se destacan productos como carnes de cerdo deshuesadas y en filetes y viseras.

Finalmente, en la tabla 6, se encuentran los productos y valores de los mismos en FOB USD de las importaciones Colombia-Chile del último año de manera detallada de tal forma que el lector pueda entender a fondo cada uno de los productos en los que Chile tiene potencial:

Tabla 6. Importaciones Colombia – Chile 2012

IMPORTACIONES COLOMBIA-CHILE 2012		
Producto	FOB (USD) *	CIF (US\$)
Servicios	75.250.033	88.907.326
Salmones del atlántico y salmones del Danubio	12.143.603	5.813.304
Carne Deshuesada	10.678.031	9.380.933
Las demás carnes	7.396.479	4.182.609
Los demás carnes de merluza	4.338.699	3.162.240
Congelados	4.110.588	804.718
Tocino entreverado de panza (panceta)	1.444.346	556.212
Manos y patas	836.053	885.369
Entero	668.750	0
Descabezados y eviscerados	576.747	1.270.157
Filetes de salmones del atlántico y salmones del Danubio	390.046	0
Enteros	388.076	0
Trozos de salmones del atlántico y salmones del danubio	366.077	583.434
Truchas	344.799	0
Congrio	310.323	0
Bacalao de profundidad	282.065	0
Las demás carnes de salmones del atlántico y salmones del Danubio	275.334	510.206
Piernas, paletas, y sus trozos, sin deshuesar	216.430	145.659
Las demás carnes de merluza común (merluccius gayi gayi)	142.236	0
Salmones del pacífico	93.516	0
Las demás carnes de merluza de cola (macruronus magellanicus)	91.623	0
Otros	81.889	100.862
Servicios de investigación y desarrollo de semillas	69.176	69.176
Descabezadas y evisceradas	53.195	0
Despojos	38.467	42.955
Total general	120.586.581	116.415.163

Organizado en Valores FOB USD

Nota. Elaboración propia a partir de datos de (Aduana de Chile, 2013)

• Por otro lado, durante el primer semestre de 2.013 las importaciones realizadas por Colombia desde La República de Chile, alcanzan un total en USD de 474.624.967, destacándose principalmente sectores como: el agroindustrial en donde los alimentos y la fruticultura fueron los más representativos con un total de USD 158.764 aproximadamente; seguido del cobre-minería e industria de no metales que llegan a USD 54.000 aproximadamente; tal como se expone en la figura 13

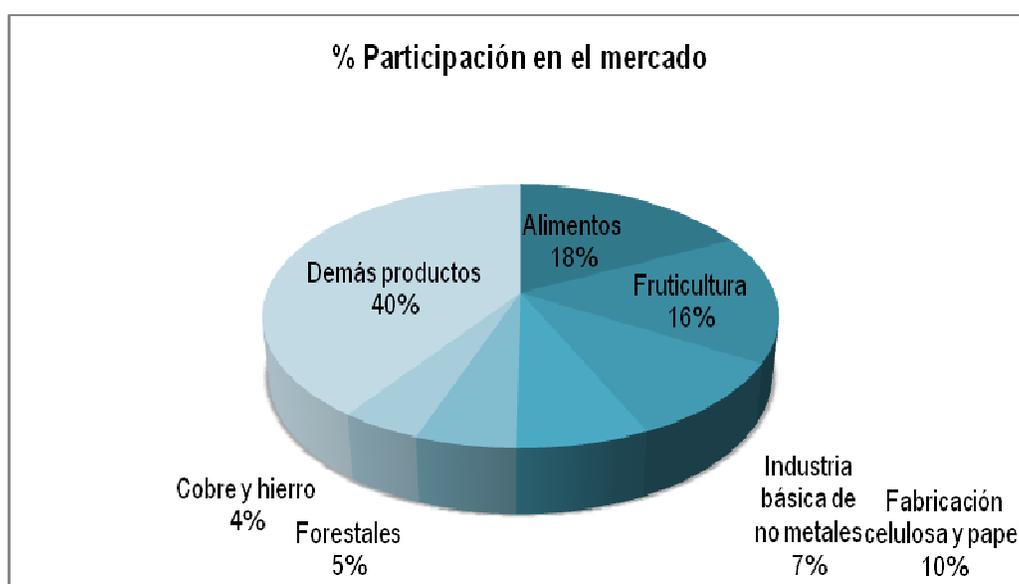


Figura 13. Porcentaje de participación en el mercado. Elaborado por el Autor con base en datos de (Aduana de Chile, 2013)

En ese orden de ideas, productos relacionados con la industria, muebles y textiles hacen parte de los productos en los que Chile es especialista, el país se caracteriza por ser una nación netamente industrializada y altamente competitiva por sus acuerdos comerciales. Así pues, en la siguiente tabla, se muestran los productos que se importaron desde este país, su sector económico y su valor FOB con el objetivo que el lector se haga una idea general de los mercados donde podría entrar a competir o del que se puede beneficiar:

Tabla 7. Importaciones Colombia-Chile I Trim. 2013

Importaciones Colombia-Chile I Trim. 2013			
Sector Económico	Fob USD *	FOB Unitario USD	CIF (US\$)
Alimentos	83.799.502	15.028	28.849.751
Fruticultura	74.983.592	5.324	41.325.371
Fabricación celulosa y papel	46.210.999	4.786	36.828.244
Industria básica de no metales	33.347.212	2.666	1.889.794
Forestales	25.259.635	93.890	203.211.008
Cobre y hierro	20.439.066	53	20.613.358
Instrumentos medida, óptica	11.839.034	1.725.587	4.805.471
Material de transporte	11.833.328	323.481	143.711
Curtiembres, talabarterías, cu	10.666.797	3.187	179.634.677
Bebidas, líquidos y alcoholes	10.319.094	5.931	1.190.400
Material eléctrico	9.044.004	375.580	6.332.990
Tabaco	8.932.356	4.075	0
Textiles	2.075.793	5.964	895.884
Editoriales e imprentas	2.071.963	8.486	4.148.304
Confección prendas de vestir	1.851.156	9.581	1.118.170
Industria básica de hierro	1.840.811	2.114	1.896.147
Muebles	1.237.969	32.741	0
Minería no metálica	1.180.269	475	1.814.664
Maquinarias y equipos	946.415	191.589	1.301.512
Extracción de madera	546.411	3.617	565.575
Cauchos	458.697	4.178	137.457
Madera en pie	38.210	9	0
Ganadería	30.201	3	0
Servicios de esparcimiento	3.679	17	0
Joyería y artículos conexos	595	6	0
Otros	115.671.857	125.934	110.714.874
Total general	474.624.967	2.944.284	647.417.363

Organizado en Valores FOB USD

Nota. Elaboración propia a partir de datos de (Aduana de Chile, 2013)

5.3 Principales productos de exportación e importación

5.3.1 Los principales productos colombianos en Chile. Durante los últimos tres años, los principales productos con presencia en La República de Chile fueron, en primera instancia el petróleo, con ventas que alcanzaron los USD 1253 mil millones, seguido por el carbón térmico con un total de USD 429 mil millones.

En tercer lugar se encuentra el azúcar con USD 139 mil millones y artículos para el hogar con USD 39 mil millones. Plásticos primarios, confecciones, autopartes y cosméticos se encuentra en cuarto lugar con USD 39, USD 26, USD 24 y USD 19 mil millones respectivamente. En último lugar, se ubican las ventas de aceites y grasas y de confites por un total de USD 17 y USD 14 mil millones. Tal y como se muestra en el siguiente gráfico:

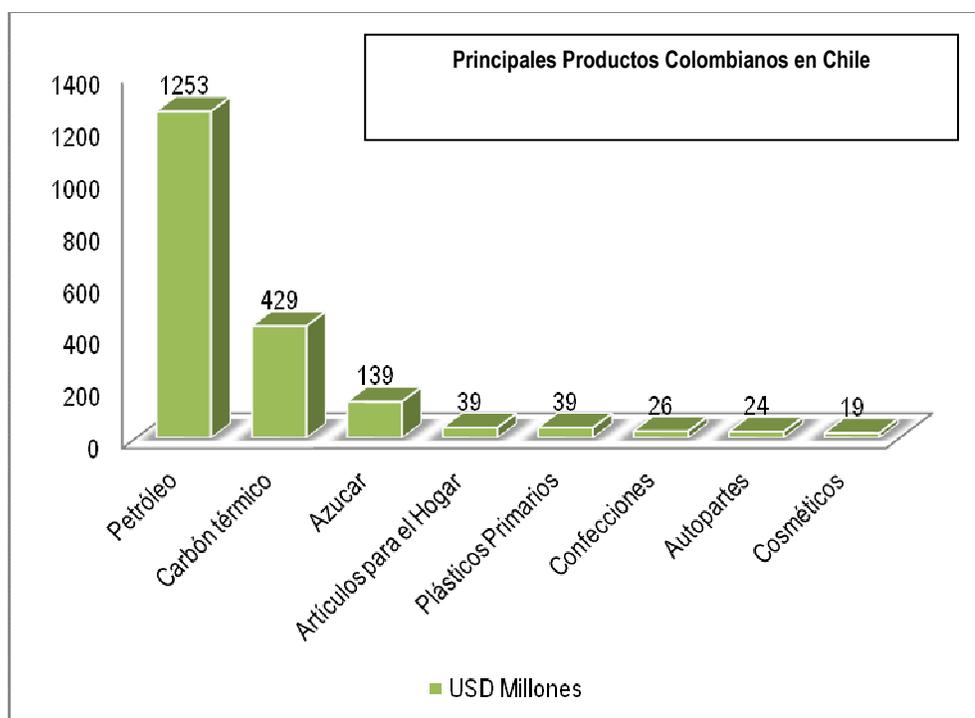


Figura 14. Principales productos colombianos en Chile. Elaborado por el Autor con base en datos de (Proexport , 2013)

Con esto, queda evidenciado que Colombia es un país que exporta bienes netamente primarios, es decir, productos agrícolas y mineros que proporciona la naturaleza. En ese sentido, en ocasiones el país puede estar en desventaja frente a Chile, toda vez que este país es especialista en productos del sector secundario gracias a su riqueza principalmente en cobre, y posee un comercio internacional más amplio gracias a sus 15 acuerdos comerciales de libre comercio vigentes, que le permiten transmitir sus materias primas en productos terminados o semielaborados.

Así pues, es necesario que para aprovechar en mayor proporción las oportunidades y las facilidades que ofrece para la exportación el tratado de libre comercio, adaptar en mayor medida los productos a las condiciones del mercado chileno y por ende ofrecerles opciones industrializadas que le permitan ser un mercado competitivo frente a países como China, Corea del Sur, y sus países vecinos.

Por otro lado, en el siguiente cuadro, calculado con base en datos proporcionados por la Aduana de Chile, se muestra el comportamiento de los 25 principales productos que Colombia exporta a La República de Chile durante los últimos tres años, el total en valor CIF en dólares, la cantidad exportada por cada uno y el nombre de cada producto de acuerdo a su partida arancelaria-Aladi:

Tabla 8. Comportamiento de los 25 principales productos que Colombia exporta a La República de Chile

#	Producto	CIF (USD)			Cantidad		
		2010	2011	2012*	2010	2011	2012
1	Aceites crudos de petróleo o mineral bituminoso, con grados api superior o igual a 25	681.761.435	1.099.792.515	1.003.417.281	1.189.947.412	1.461.174.256	1.242.260.847
2	Hulla bituminosa para uso térmico	333.323.767	465.354.369	500.236.642	3.538.501.833	3.760.210.592	4.911.770.399

Tabla 8 (Continúa)

#	Producto	CIF (USD)			Cantidad		
		2010	2011	2012*	2010	2011	2012
3	Azúcar de caña, refinada	114.714.260	159.430.185	130.681.944	190.607.543	205.974.590	196.219.705
4	Los demás, placas, láminas, hojas y tiras de plástico.	74.713.392	81.670.328	107.816.940	98.749.477	61.030.660	42.110.141
5	Aceites crudos de petróleo o mineral bituminoso, con grados api inferior a 25	33.227.992	50.622.898	83.069.479	51.892.723	72.245.745	114.259.769
6	Medicamentos para uso humano	21.909.525	25.470.006	26.100.962	5.562.987	8.113.533	7.643.469
7	Las demás hullas		10.188.079	21.233.311		99.100.716	187.686.120
8	Las demás insecticidas, raticidas y demás anti roedores, fungicidas, herbicidas, inhibidores de germinación.	9.750.774	24.454.903	15.459.797	4.215.115	8.901.345	8.143.764
9	Grasas y aceites, vegetales, y sus fracciones	9.987.634	15.044.014	14.250.837	8.149.948	8.876.096	10.078.635
10	Automóviles de turismo	13.799.496	7.553.805	12.421.047	1.422	765	951
11	Acumuladores eléctricos de plomo que funcionen con electrolito líquido	16.071.884	18.200.896	12.336.782	484.942	464.628	328.140
12	Coques y semicoques de hulla, lignito o turba, incluso aglomerados; carbón de retorta.	2.097.772	2.281.950	12.116.761	6.203.184	5.188.189	34.048.777
13	Poliestireno de alto impacto	6.904.707	10.407.881	9.788.645	4.447.399	5.488.718	5.117.330
14	Caramelos	7.814.442	8.629.161	9.257.337	4.665.391	4.470.790	4.718.133
15	Neumáticos, de los tipos utilizados en autobuses o camiones	4.939.215	3.538.105	6.039.798	22.543	17.485	27.780

Tabla 8 (Continúa)

#	Producto	CIF (USD)			Cantidad		
		2010	2011	2012*	2010	2011	2012
16	Ácido cítrico	4.745.646	4.955.015	5.559.231	2.821.731	2.818.500	2.986.000
17	Artículos para uso de mesa o cocina de porcelana	6.578.682	5.367.649	5.392.206	367.319	332.850	286.099
18	Con un contenido de plastificantes superior o igual al 6 % en peso	3.673.686	3.771.755	5.304.196	1.418.352	1.312.704	1.946.950
19	Fibras sintéticas o artificiales	4.127.377	3.892.201	5.206.777	464.394	270.782	380.872
20	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado	3.957	1.454.200	4.825.044	312	445.135	1.426.742
21	Polisterino de uso general (cristal)	3.121.725	2.652.524	4.274.553	2.150.375	1.511.235	2.403.210
22	Para hombres	298.214	224.141	4.149.915	20.432	14.301	129.637
23	Vajilla y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina	2.842.403	4.192.195	4.117.848	667.957	819.698	818.198
24	Cremas para el cuidado de la piel	3.979.701	4.455.573	3.904.541	895.278	1.071.354	588.976
25	Carboximetilcelulosa y sus sales	3.464.963	3.942.412	3.775.693	1.404.534	1.237.924	1.095.212
26	Otros	167.676.830	167.676.830	167.676.830	167.676.830	167.676.830	167.676.830
Total general		1.531.529.477	2.184.369.511	2.177.093.507	5.196.108.104	5.776.754.327	6.840.591.346

*Organizado en Valores CIF USD 2.012

Nota. Elaborado por el Autor con base en datos (Proexport , 2013)

5.3.2 Los principales productos Chilenos en Colombia. Las compras externas colombianas respecto a La República de Chile en los últimos años crecieron principalmente en frutas en los que son especialistas como manzanas, peras, membrillos y uvas con un total de USD 115.696.369 y en productos industrializados del cobre por un total de USD 57.422.164,

principal fuente económica del país. Además, gracias a su riqueza forestal debido a la cordillera de Los Andes, la madera es otro de los productos de los que Colombia hace uso de Chile, llegando a un total en ventas de USD 38.746.279. Tal y como se muestra en la figura 15.

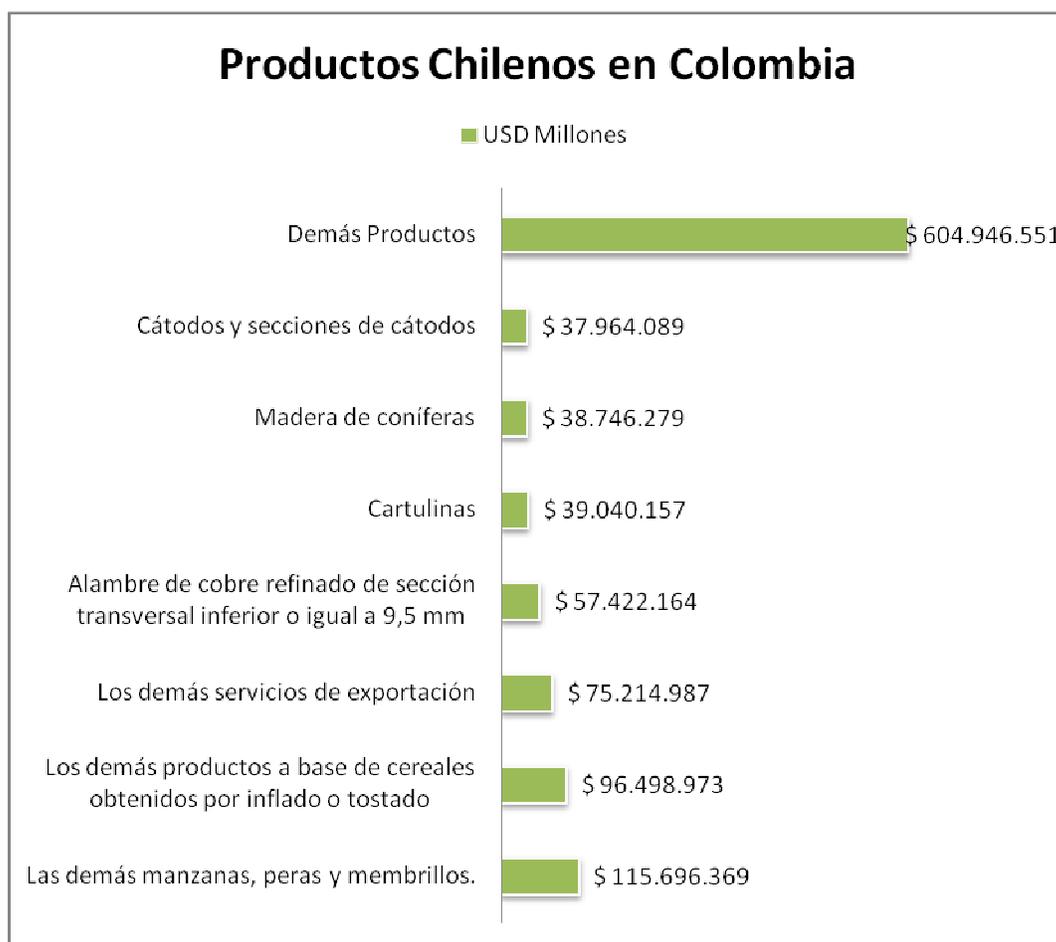


Figura 15. Productos chilenos en Colombia. Elaborado por el Autor con base en datos de (Aduana de Chile, 2013)

En ese orden de ideas, después de la firma del TLC, el producto que mayor incremento tuvo fue la prestación de servicios, que llegaron a un total de USD 75.214.987. Estos servicios, fueron básicamente los prestados en auditorías, asesorías y demás servicios informáticos, especialmente en BPO.

Finalmente, por su ubicación geográfica y por su amplia extensión marítima, Chile es rico en pescados como salmones, corvinos y merluzas que le representan ingresos originarios de Colombia cercanos a USD 12.143.603 aproximadamente.

Por otro lado, en la tabla 9, se muestra el resumen calculado con base en datos proporcionados por la Aduana de Chile, se muestra el comportamiento de los 25 principales productos que Colombia le compró a La República de Chile durante los últimos tres años, el total en valor FOB en dólares, la cantidad exportada por cada uno y el nombre de cada producto de acuerdo a su partida arancelaria-Aladi.

Tabla 9. Comportamiento de los 25 principales productos que Colombia le compró a La República de Chile durante los últimos tres años

#	Producto	FOB USD			Cantidad		
		2010	2011	2012*	2010	2011	2012
1	Las demás manzanas, peras y membrillos.	25.825.688	31.298.649	115.696.369	16.023.697	17.654.136	95.424.936
2	Los demás productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado	71.702.805	98.207.738	96.498.973	55.660.230	65.317.183	65.433.413
3	Los demás servicios de exportación			75.214.987			0
4	Alambre de cobre refinado de sección transversal inferior o igual a 9,5 mm	18.519.379	28.217.853	57.422.164	2.372.816	3.028.463	6.920.046
5	Cartulinas	31.074.919	36.433.534	39.040.157	29.041.399	31.180.361	32.506.002
6	Madera de coníferas	53.609.995	49.758.490	38.746.279	56.873.223	50.376.251	44.320.675
7	Cátodos y secciones de cátodos	45.346.961	47.888.508	37.964.089	5.990.233	5.287.034	4.720.671
8	Leche con un contenido de materias grasas superior o igual al 26 % en peso	516.634	10.580.000	29.487.813	150.000	2.575.000	6.951.000
9	Cigarrillos que contengan tabaco	17.212.843	62.488.304	25.588.199	1.762.702	1.404.228	1.679.911
10	Cloruro de potasio	11.038.728	15.001.774	19.876.868	29.417.500	32.489.370	43.503.350

Tabla 9. (Continúa)

11	Motores de embolo para vehículos de la partida 87.03	18.213.181	19.601.659	19.631.326	1.538.911	1.511.638	1.444.751
12	Variedad packham's triumph			18.564.561			18.835.481
13	Papel de eucaliptus	15.445.338	17.109.671	16.189.424	19.166.928	22.368.949	25.011.722
14	Tableros de fibra de maderas u otras fibras leñosas sin trabajo mecánico ni recubrimiento de superficie.	12.942.313	15.555.758	13.917.270	26.822.359	29.624.000	23.233.933
15	Polietileno de densidad inferior a 0,94	13.577.396	14.895.475	12.783.201	4.773.501	4.965.436	4.315.354
16	Salmones del atlántico y salmones del Danubio	2.781.348	4.458.180	12.143.603	408.495	532.296	1.943.027
17	Madera cepillada	4.995.825	6.466.223	11.357.159	61.275	229.572	37.634
18	Mezclas de frutas confitadas con azúcar	6.860.259	8.464.344	11.257.873	2.541.500	3.040.426	3.757.053
19	Papel resistente a las grasa en bobinas o en hojas	7.038.996	12.237.974	10.962.893	11.385.207	18.348.725	16.618.971
20	Carne deshuesada	1.416.365	5.153.676	10.678.031	470.721	1.596.205	3.411.430
21	Variedad richared delicious	10.898.567	8.402.202	10.620.318	15.960.428	11.127.866	11.367.121
22	Uvas secas morenas	9.910.883	13.302.289	9.905.698	4.729.940	6.081.140	4.658.050
23	Melocotones en mitades	8.386.269	9.518.399	9.429.884	7.439.984	7.187.685	6.298.623
24	Los demás muebles	2.232.542	1.813.170	8.665.752	4.354	3.213	28.767
25	Puro o jugo de tomate de valor brix superior o igual a 30 pero inferior o igual a 32	7.577.114	8.712.766	8.297.471	7.279.659	8.705.613	8.305.337
26	Otros	358.372.408	358.372.408	358.372.408	358.372.408	358.372.408	358.372.408
Total general		755.496.756	977.093.960	984.908.334	578.860.088	628.973.461	617.983.656

Organizado en Valores FOB USD 2.012

Nota. Elaborado por el Autor con base en datos de (Proexport , 2013)

5.4 Departamentos con mayor participación de mercado en Chile

Los departamentos que realizan mayores exportaciones no mineras y energéticas a Chile son Antioquia, Cundinamarca, Triángulo del Café, Valle del Cauca y Atlántico, convirtiéndolos en los lugares con mayor economía emergente en este país.

En este sentido, a continuación con base en los datos estadísticos proporcionados por la oficina comercial del gobierno colombiano-Proexport y en especial la oficina comercial de Chile, por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y por el Departamento Nacional de Estadística-DANE se expondrán las cifras exportadas por los departamentos anteriormente mencionados en los sectores agroindustria, manufactura y prendas de vestir y los principales productos comercializados en los dos últimos años.

5.4.1 Antioquia. El departamento de Antioquia es el mayor exportador en todo el territorio nacional. Gracias a su riqueza natural y a su clima, el departamento es especialista en la producción de flores, que representan USD 943 mil millones aproximadamente, seguido por alimentos para animales que llegan a USD 798 mil millones en el último año y productos derivados del café.

De igual manera, las frutas exóticas, hortalizas y derivados de los mismos para la elaboración de confitería se han convertido en el último año en los productos de mayor crecimiento, dado que tuvieron un crecimiento mínimo del 27% en ventas.

En cuanto en el sector de manufacturas, los vehículos y artículos para el hogar suman un total de USD 24.000 mil millones aproximadamente en ventas debido a su gran producción de autopartes. Sin embargo, el departamento es conocido a nivel mundial por su potencial en moda, es decir, al sector de prendas de vestir, por sus múltiples círculos de la moda como por ejemplo,

Colombia Moda y ColombiaTex, por lo cual en el último año facturó cerca de USD 20 mil millones.

En la Figura 16, se muestra detalladamente los principales productos que exporta el departamento de Antioquia a Chile:

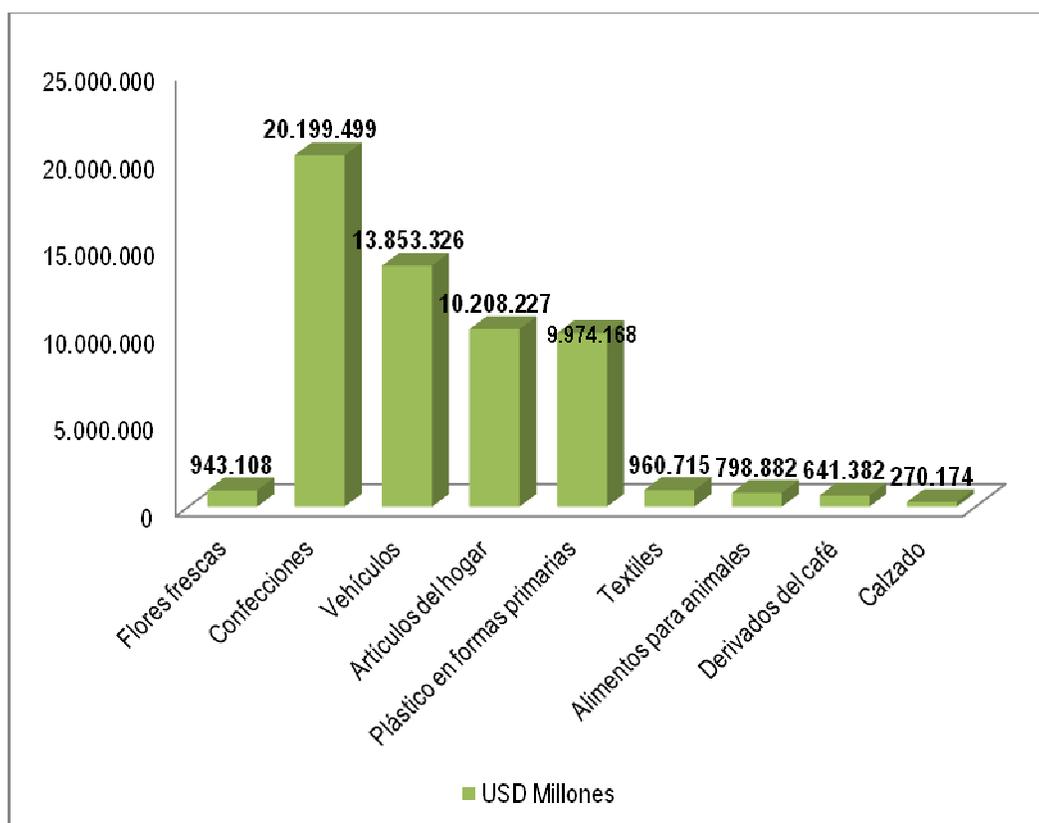


Figura 16. Principales Productos Antioqueños en Chile. Elaborado por el Autor con base en datos de (Proexport , 2013)

De igual manera, en las siguientes tablas, se muestra detalladamente cada uno de los productos que exporta el departamento, su comportamiento en los dos últimos años y su crecimiento en los subsectores de agroindustria, manufacturas y prendas de vestir:

Tabla 10. Agroindustria

Chile			
Subsector Agroindustria	FOB USD 2011	FOB USD 2012	DIF %
Flores frescas	565.867	943.108	66,67%
Alimentos para animales	888.488	798.882	-10,09%
Derivados del café	838.999	641.382	-23,55%
Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	81.617	220.337	169,96%
Frutas excepto banano	100.856	139.895	38,71%
Frutas y hortalizas procesadas	15.570	71.019	356,13%
Productos de panadería y molinería	45.584	57.904	27,03%
Azúcares y mieles	36.294	52.182	43,78%
Preparaciones alimenticias diversas	47.371	45.575	-3,79%
Productos de confitería	833	18.580	2131,54%
Los demás (agroindustrial)	-	3.167	N/A
Aceites y grasas	52	608	1070,58%
Banano	-	2	N/A
Legumbres y hortalizas frescas	-	1	N/A
Derivados del cacao	-	-	N/A
Productos procesados del mar	57.565	-	-100,00%
Semillas y frutos oleaginosos	-	-	N/A
Animales vivos (los demás)	200	-	-100,00%
Lácteos	-	-	N/A
Total general	2.679.295	2.992.642	11,70%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport Colombia, 2012)

Tabla 11. Manufacturas

Chile			
Subsector Manufacturas	FOB USD 2011	FOB USD 2012	DIF %
Vehículos	10.837.925	13.853.326	27,82%
Artículos del hogar	10.479.972	10.208.227	-2,59%
Plástico en formas primarias	9.229.264	9.974.168	8,07%
Plástico (plástico y caucho)	2.457.432	2.950.962	20,08%
Otros papeles y cartones	2.429.434	2.163.401	-10,95%
Productos químicos orgánicos	1.897.055	1.450.150	-23,56%
Aceites minerales y ceras.	1.688.164	1.422.268	-15,75%
Abonos	241.585	1.060.991	339,18%
Cerámica, arcilla y piedra	2.698.122	949.285	-64,82%
Extractos, pigmentos y pinturas	1.143.806	935.030	-18,25%
Medicina	552.119	860.051	55,77%
Maquinaria industrial	529.724	733.830	38,53%
Otros metales comunes	123.510	538.238	335,78%
Aparatos eléctricos	240.943	534.276	121,74%
Manufacturas de hierro o acero	457.132	498.367	9,02%
Cosméticos y productos de aseo	482.168	483.905	0,36%
Plástico (envases/empaques)	379.479	351.357	-7,41%
Fibras naturales y sintéticas	117.314	316.769	170,02%
Productos farmacéuticos	294.423	314.706	6,89%
Muebles – oficina	369.643	294.547	-20,32%
Aluminio (envases/empaques)	10.164	287.250	2726,23%
Herramientas	321.915	273.909	-14,91%
Cerámica	287.297	251.536	-12,45%
Partes, repuestos y piezas para automotores	1.666.501	224.509	-86,53%
Productos diversos de las industrias químicas.	132.374	158.326	19,60%
Metalurgia	110.634	82.562	-25,37%
Otros	882.379	453.604	325
Total general	50.060.477	51.625.552	3,13%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport Colombia, 2012)

Tabla 12. Prendas de Vestir:

Chile			
Subsector Prendas	FOB USD 2011	FOB USD 2012	DIF %
Confecciones	12.276.695	20.199.499	64,54%
Textiles	3.592.823	960.715	-73,26%
Calzado	235.094	270.174	14,92%
Orfebrería	-	188.757	N/A
Manufacturas de cuero	38.863	145.216	273,66%
Bisutería	1.160	39.288	3285,73%
Cueros en bruto y preparados	114.616	18.070	-84,23%
Joyería	-	-	N/A
Total general	16.259.251	21.821.718	34,21%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport Colombia, 2012)

5.4.2 Cundinamarca-Bogotá D.C. Cundinamarca es el segundo departamento exportador en todo el país debido a su posición geográfica y a sus pisos térmicos altos, que le proporcionan un clima frío que le permiten producir productos agroindustriales propios de la región como papas, aceite, grasas, frutas y hortalizas. De esta forma, el departamento es especialista en la producción de alimentos para animales, que representan USD7.041.477 millones aproximadamente, seguido por bebidas alcohólicas y no alcohólicas que llegan a USD 683.252 mil millones en el último año. Éste último, porque en el departamento se encuentra una de las plantas de la empresa colombiana que más factura bebidas alcohólicas como lo es Bavaria y de las no alcohólicas como lo es Postobon.

De igual manera, las flores frescas llegan a USD 583.412 millones, los productos especializados para la confitería y demás preparaciones alimenticias se han convertido en el

último año en los productos de mayor crecimiento durante el último año, dado que tuvieron un crecimiento mínimo del 50% en ventas.

En cuanto en el sector de manufacturas, cosméticos y productos de aseo, las cerámicas y los artículos para el hogar suman un total de USD 20 mil millones aproximadamente en ventas debido a su gran producción de cerámicas. Sin embargo, el departamento es conocido por su potencial en moda, en especial en el subsector de bisutería llegando a USD 1.169.968 en ventas en los últimos años.

En la Figura 17, se muestra detalladamente los principales productos que exporta el departamento de Cundinamarca a Chile:

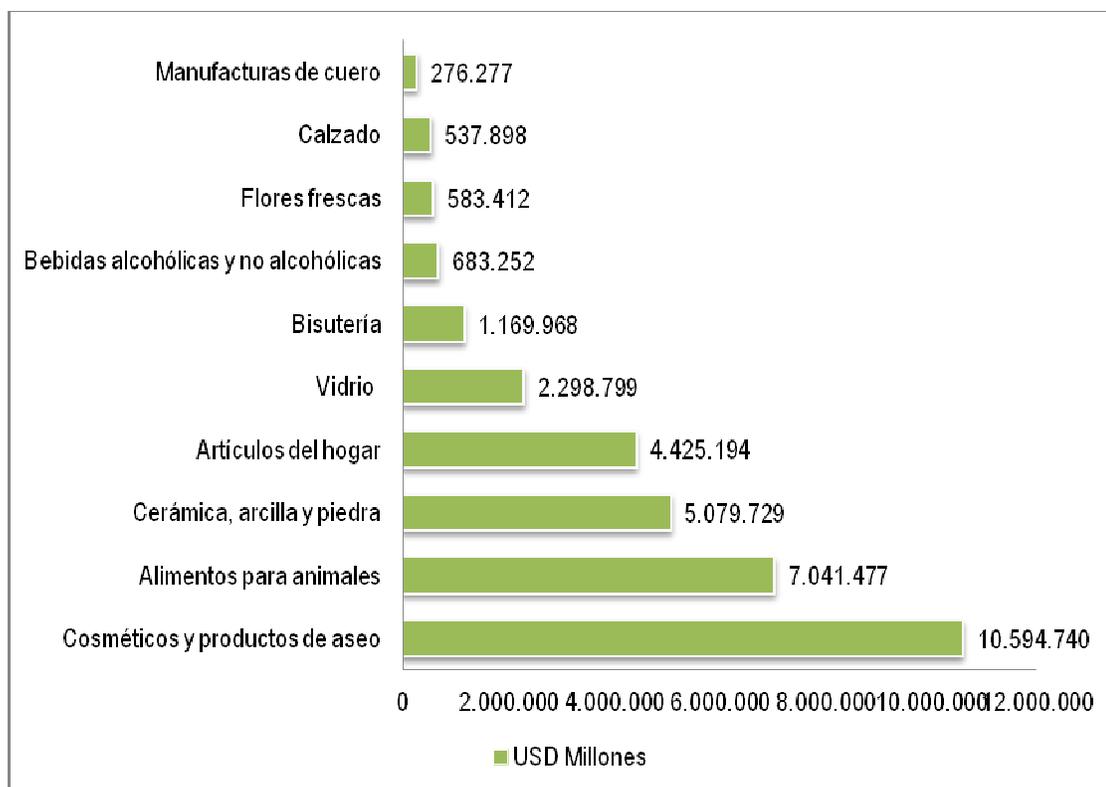


Figura 17. Principales Productos de Cundinamarca en Chile. Elaborado por el Autor con base en datos de (Proexport , 2013)

Como consecuencia, en las siguientes tablas se muestra de manera detallada los principales productos que exporta el departamento de Cundinamarca a Chile en cada uno de los subsectores de agroindustria, prendas de vestir y manufacturas:

Tabla 13. Agroindustria

Cundinamarca – Chile			
Subsector Agroindustria	FOB USD 2011	FOB USD 2012	DIF %
Alimentos para animales	1.035.922	7.041.477	579,73%
Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	478.399	683.252	42,82%
Flores frescas	128.379	583.412	354,45%
Productos de confitería	535.312	229.416	-57,14%
Preparaciones alimenticias diversas	-	195.250	N/A
Derivados del café	28.890	30.598	5,91%
Follajes	-	22.147	N/A
Banano	-	-	N/A
Azúcares y mieles	-	-	N/A
Espicias	-	-	N/A
Animales vivos (los demás)	-	-	N/A
Productos de panadería y molinería	-	-	N/A
Aceites y grasas	64.659	-	-100,00%
Derivados del cacao	-	-	N/A
Total general	2.271.561	8.785.552	286,76%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport Colombia, 2012)

Tabla 14. Manufactura

Cundinamarca – Chile			
Subsector Manufactura	FOB USD 2011	FOB USD 2012	DIF %
Cosméticos y productos de aseo	7.337.239	10.594.740	44,4%
Cerámica, arcilla y piedra	4.232.944	5.079.729	20,0%
Artículos del hogar	12.244.006	4.425.194	-63,9%
Vidrio (materiales de construcción)	10.155	2.298.799	22537,3%
Aparatos eléctricos	746	1.322.240	177262,9%
Manufacturas de hierro o acero	1.251.435	1.061.752	-15,2%
Aceites esenciales y resinoides	486.922	358.105	-26,5%
Maquinaria industrial	93.321	278.295	198,2%
Vidrio (envases/empaques)	209.873	177.564	-15,4%
Plástico (plástico y caucho)	113.981	170.866	49,9%
Plástico y caucho (materiales de construcción)	77.607	160.400	106,7%
Artículos promocionales	949.788	142.369	-85,0%
Vidrio (artículos industriales)	76.634	109.232	42,5%
Telecomunicaciones y sonido	24	96.283	401580,1%
Cerámica	-	85.313	N/A
Herramientas	38.511	83.386	116,5%
Partes, repuestos y piezas para automotores	151.195	81.525	-46,1%
Productos diversos de las industrias químicas.	17.605	78.583	346,4%
Extractos, pigmentos y pinturas	113.992	41.218	-63,8%
Papel y cartón	22.403	40.773	82,0%
Óptico	17.112	35.370	106,7%
Otros	830.750	217.696	133
Total general	28.276.245	26.939.433	-4,7%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport Colombia, 2012)

Tabla 15. Prendas de Vestir:

Cundinamarca – Chile			
Subsector Prendas	FOB USD 2011	FOB USD 2012	DIF %
Bisutería	723.350	1.169.968	61,7%
Calzado	462.293	537.898	16,4%
Manufacturas de cuero	119.948	276.277	130,3%
Confecciones	125.011	270.884	116,7%
Textiles	533.282	203.960	-61,8%
Joyería	123.514	74.104	-40,0%
Orfebrería	163	639	292,9%
Cueros en bruto y preparados	12	4	-67,5%
Total general	2.087.572	2.533.733	21,4%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport Colombia, 2012)

5.4.3 Valle del Cauca. El departamento del Valle del Cauca ocupa el tercer puesto en orden descendente en Colombia en exportar a Chile dada su posición geográfica y su cercanía con el pacífico, que le proporcionan un cálido y templado clima que le permiten producir productos agroindustriales dulces como azúcares y mieles que facturaron en el último año USD 89.510.848 y que gracias a estos le permiten producir productos de confitería que son altamente pedidos en el mercado chileno y que llegan a USD 13.252.295 en ventas.

En ese sentido el departamento es especialista en la producción de preparaciones alimenticias, que representan USD 1.457.460 millones aproximadamente, seguido por bebidas alcohólicas y no alcohólicas que llegan a USD 568.249 millones en el último año.

De igual manera, las partes, repuestos y piezas para automotores llegan a USD 13.380.055 millones, y las llantas y neumáticos llegan a USD 8.125.353 se han convertido

en el último año en los productos de mayor crecimiento durante el último año, dado que tuvieron un crecimiento mínimo del 30% en ventas.

En cuanto en el sector de prendas de vestir, las confecciones y calzados suman un total de USD 520 mil millones. Por esto, en la figura 18, se muestra ilustrativamente los principales productos que exporta el departamento del Valle del Cauca a Chile durante el último año:

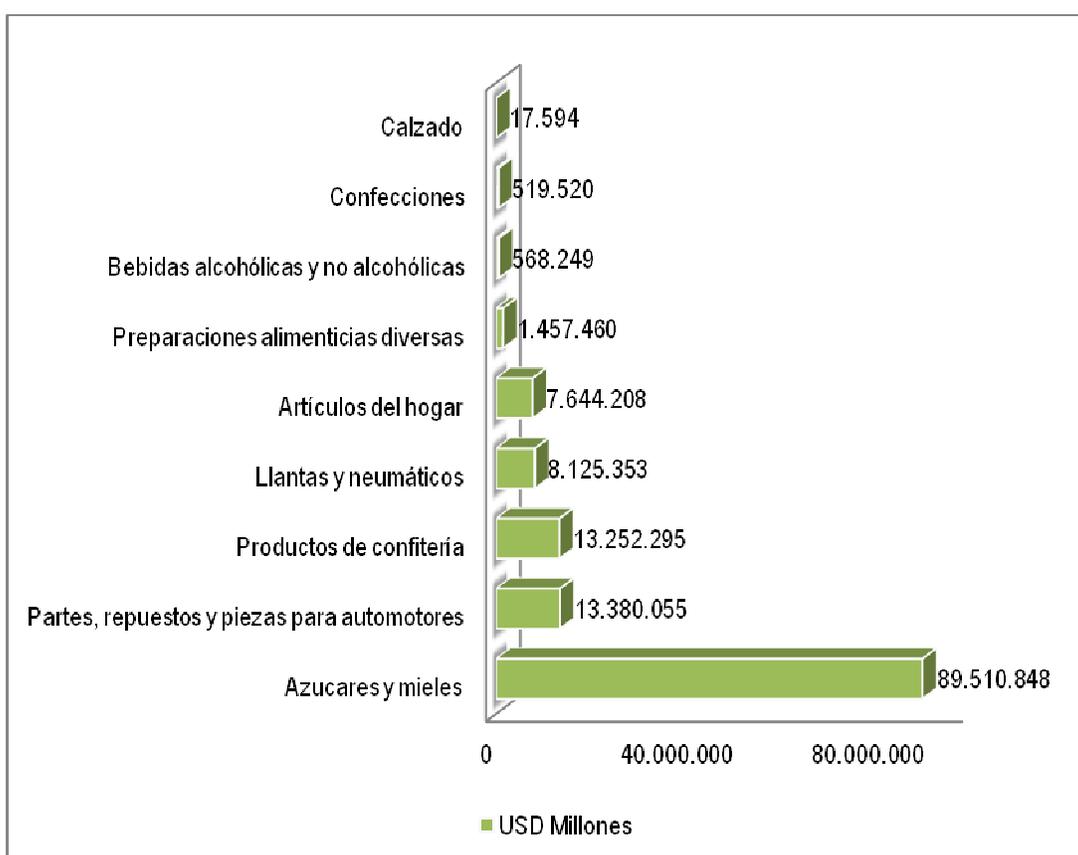


Figura 18. Principales Productos del Valle del Cauca en Chile. Elaborado por el Autor con base en datos de (Proexport , 2013)

Por otro lado, y con el fin de que el lector comprenda latamente el comportamiento de cada uno de los subsectores de manufacturas, agroindustria y prendas de vestir, se expone en las siguientes tablas el valor en FOB y en USD millones de los principales productos:

Tabla 16. Agroindustria

Chile			
Subsector Agroindustria	FOB USD 2011	FOB USD 2012	DIF %
Azucares y mieles	113.113.663	89.510.848	-20,9%
Productos de confitería	11.487.731	13.252.295	15,4%
Preparaciones alimenticias diversas	1.237.931	1.457.460	17,7%
Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	-	568.249	N/A
Productos de panadería y molinería	194.215	223.403	15,0%
Frutas excepto banano	15.240	148.480	874,3%
Frutas y hortalizas procesadas	44.277	90.126	103,6%
Los demás (agroindustrial)	38.912	42.858	10,1%
Alimentos para animales	-	27.385	N/A
Semillas y frutos oleaginosos	4.262	4.262	0,0%
Aceites y grasas	393.190	3.211	-99,2%
Animales vivos (los demás)	-	560	N/A
Cárnicos	94.500	522	-99,4%
Legumbres y hortalizas frescas	21.600	-	-100,0%
Derivados del cacao	-	-	N/A
Derivados del café	-	-	N/A
Total general	126.645.521	105.329.658	-16,8%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport Colombia, 2012)

Tabla 17. Manufacturas

Chile			
Subsector Manufacturas	FOB USD 2011	FOB USD 2012	DIF %
Partes, repuestos y piezas para automotores	20.920.780	13.380.055	-36,0%
Llantas y neumáticos	6.181.922	8.125.353	31,4%
Artículos del hogar	7.889.187	7.644.208	-3,1%
Otros papeles y cartones	5.544.862	6.239.829	12,5%
Cosméticas y productos de aseo	10.203.788	5.341.328	-47,7%
Productos farmacéuticos	5.351.018	4.671.111	-12,7%
Productos químicos orgánicos	5.487.203	4.610.909	-16,0%
Papeles para imprenta	3.932.874	2.579.350	-34,4%
Plástico (plástico y caucho)	2.315.710	2.379.272	2,7%
Muebles – oficina	2.413.596	1.752.254	-27,4%
Conductores eléctricos	659.620	1.513.162	129,4%
Medicina	1.083.498	1.065.281	-1,7%
Aparatos eléctricos	161.883	1.044.177	545,0%
Cerámica	452.272	653.812	44,6%
Jabón, agentes de superficie orgánicos, preparación	578.317	520.515	-10,0%
Plástico en formas primarias	3.500	400.470	11342,0%
Productos diversos de las industrias químicas.	190.351	346.436	82,0%
Metalurgia	152.795	277.540	81,6%
Caucho natural	-	221.558	N/A
Plástico y caucho (materiales de construcción)	-	219.831	N/A
Abonos	426.605	181.992	-57,3%
Plástico (envases/empaques)	101.052	181.764	79,9%
Otros	3.555.435	808.986	4,779
Total general	77.606.267	64.159.192	-17,3%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport Colombia, 2012)

Tabla 18. Prendas de Vestir

Chile			
Subsector Prendas	FOB USD 2011	FOB USD 2012	DIF %
Confecciones	522.583	519.520	-0,6%
Calzado	87.267	17.594	-79,8%
Manufacturas de cuero	29.160	-	-100,0%
Textiles	-	-	N/A
Joyería	-	-	N/A
Total general	639.010	537.115	-15,9%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport Colombia, 2012)

5.4.4 Triángulo del Café- Quindío, Caldas y Risaralda. El Triángulo del Café como se le conoce al conjunto de departamentos del Quindío, Caldas y Risaralda ocupa el cuarto lugar en exportar productos a Chile. El Triángulo, cuyo característica y principal potencia agroindustrial es el café, exporta un total de USD 3.507.703 en productos derivados del café. Sin embargo, gracias a su ubicación geográfica y a su riqueza natural es potencia en azúcares toda vez que factura USD 98.574.421y que a su vez contribuyen a la exportación de productos de confitería con un total de USD 13.306.201 en ventas.

En ese sentido el departamento es especialista en la producción de manufacturas que representan USD 77.212.218 millones aproximadamente, en donde productos como partes, repuestos y piezas para automotores y artículos para el hogar logran un total aproximado de USD 23 mil millones.

De igual manera, en el subsector de prendas de vestir, el departamento logra ventas aproximadas de USD 1.630.266 en donde productos como confecciones y calzado representan

USD 1.300 millones. Convirtiéndose en los sectores con mayor crecimiento en el último años con un 40%.

En la figura 19, se muestra detalladamente los principales productos donde el Triángulo del Café es potencia en el mercado chileno:

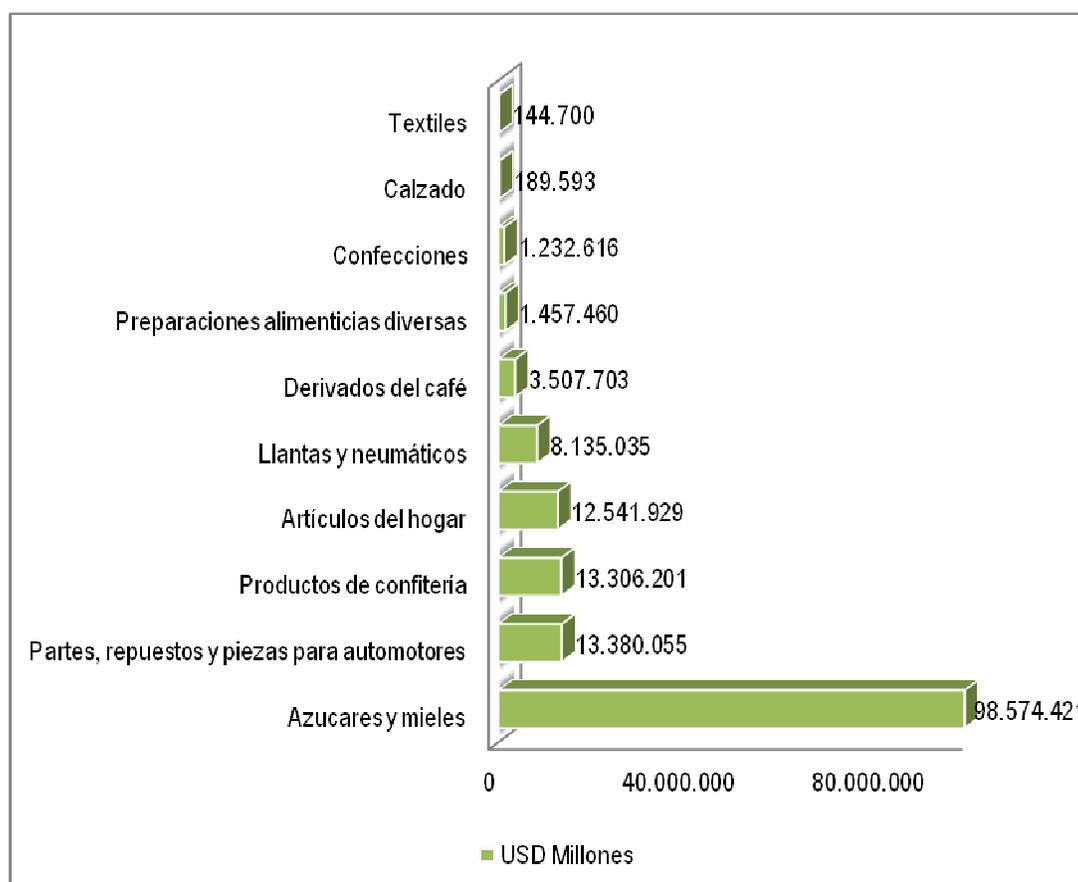


Figura 19. Principales Productos del Triángulo del Café en Chile. Elaborado por el Autor con base en datos de (Proexport , 2013)

Por otro lado, con el objetivo de contextualizar al lector en las siguientes tablas se expone los principales productos que exporta el Triángulo del Café detalladamente en cada uno de los subsectores de agroindustria, manufacturas y prendas de vestir:

Tabla 19. Agroindustria

Chile			
Subsector Agroindustria	FOB USD 2011	FOB USD 2012	DIF %
Azúcares y mieles	125.902.448	98.574.421	-21,7%
Productos de confitería	11.522.641	13.306.201	15,5%
Derivados del café	3.001.592	3.507.703	16,9%
Preparaciones alimenticias diversas	1.237.931	1.457.460	17,7%
Los demás (agroindustrial)	3.209.212	1.127.358	-64,9%
Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	155.370	756.936	387,2%
Productos de panadería y molinería	194.215	223.403	15,0%
Frutas excepto banano	15.240	148.480	874,3%
Derivados del cacao	98.776	105.640	7,0%
Frutas y hortalizas procesadas	44.277	90.150	103,6%
Alimentos para animales	-	27.385	N/A
Semillas y frutos oleaginosos	4.262	4.262	0,0%
Aceites y grasas	393.190	3.211	-99,2%
Animales vivos (los demás)	-	560	N/A
Cárnicos	94.500	522	-99,4%
Legumbres y hortalizas frescas	21.600	-	-100,0%
Total general	145.895.254	119.333.692	-18,2%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport Colombia, 2012)

Tabla 20. Manufacturas

CHILE			
Subsector Manufacturas	FOB USD 2011	FOB USD 2012	DIF %
Partes, repuestos y piezas para automotores	20.920.780	13.380.055	-36,0%
Artículos del hogar	12.259.382	12.541.929	2,3%
Llantas y neumáticos	6.190.144	8.135.035	31,4%
Otros papeles y cartones	5.546.482	6.239.845	12,5%
Cosméticas y productos de aseo	10.296.803	5.497.733	-46,6%
Productos farmacéuticos	5.351.018	4.671.111	-12,7%
Productos químicos orgánicos	5.487.203	4.610.909	-16,0%
Aparatos eléctricos	919.014	4.431.510	382,2%
Caucho (plástico y caucho)	5.792.680	3.579.367	-38,2%
Papeles para imprenta	3.932.874	2.579.350	-34,4%
Plástico (plástico y caucho)	2.315.930	2.396.289	3,5%
Muebles – oficina	2.422.438	1.795.544	-25,9%
Conductores eléctricos	659.620	1.513.162	129,4%
Medicina	1.083.498	1.065.281	-1,7%
Cerámica	531.968	688.033	29,3%
Metalurgia	181.253	596.207	228,9%
Jabón, agentes de superficie orgánicos, preparación	578.317	520.607	-10,0%
Plástico en formas primarias	3.500	400.470	11342,0%
Productos diversos de las industrias químicas.	190.351	346.454	82,0%
Plástico y caucho (materiales de construcción)	97.392	288.972	196,7%
Otros	2.384.479	1.934.356	61
Total general	87.145.126	77.212.218	-11,4%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport Colombia, 2012)

Tabla 21. Prendas de Vestir

Chile			
Subsector Prendas	FOB USD 2011	FOB USD 2012	DIF %
Confecciones	1.125.927	1.232.616	9,5%
Calzado	132.969	189.593	42,6%
Textiles	84.689	144.700	70,9%
Cueros en bruto y preparados	40.720	63.351	55,6%
Manufacturas de cuero	29.167	6	-100,0%
Joyería	-	-	N/A
Total general	1.413.472	1.630.266	15,3%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport , 2013)

5.4.5 Atlántico. El departamento del Atlántico ocupa el quinto lugar en exportar productos a Chile. Es uno de los principales departamentos que tienen participación en el mercado chileno. Atlántico, gracias a su posición geográfica es uno de los departamentos con mayor acceso al mar y gracias a ello cuenta con uno de los puertos más importantes de Colombia como lo es Puerto Colombia, exporta un total de USD 923.719 en productos para preparaciones alimenticias, seguido de las bebidas alcohólicas y no alcohólicas que facturan USD 65.707 millones.

Sin embargo, en lo que respecta al subsector de manufacturas, el departamento del Atlántico facturó USD 915.269.518 en donde productos para la industria química y metalurgia lograron en el último año un valor aproximado de USD 355 mil millones.

Por otro lado, en cuanto al sub sector de prendas de vestir se refiere, el departamento del Atlántico es también mercado potencial, toda vez que es famoso por su feria de Plataforma K en donde diseñadores y exponentes del rubro aprovechan para generar ventas y contactos comerciales, todo ello, bajo el apoyo y supervisión de Proexport. Así pues, productos como confecciones y textiles representan USD 3.773.660 millones aproximadamente, convirtiéndose en los sectores con mayor crecimiento en el último años con un 626%.

Por lo anterior, en la tabla 20, se muestra de manera detallada los principales productos donde el departamento del Atlántico es mercado potencial en Chile:

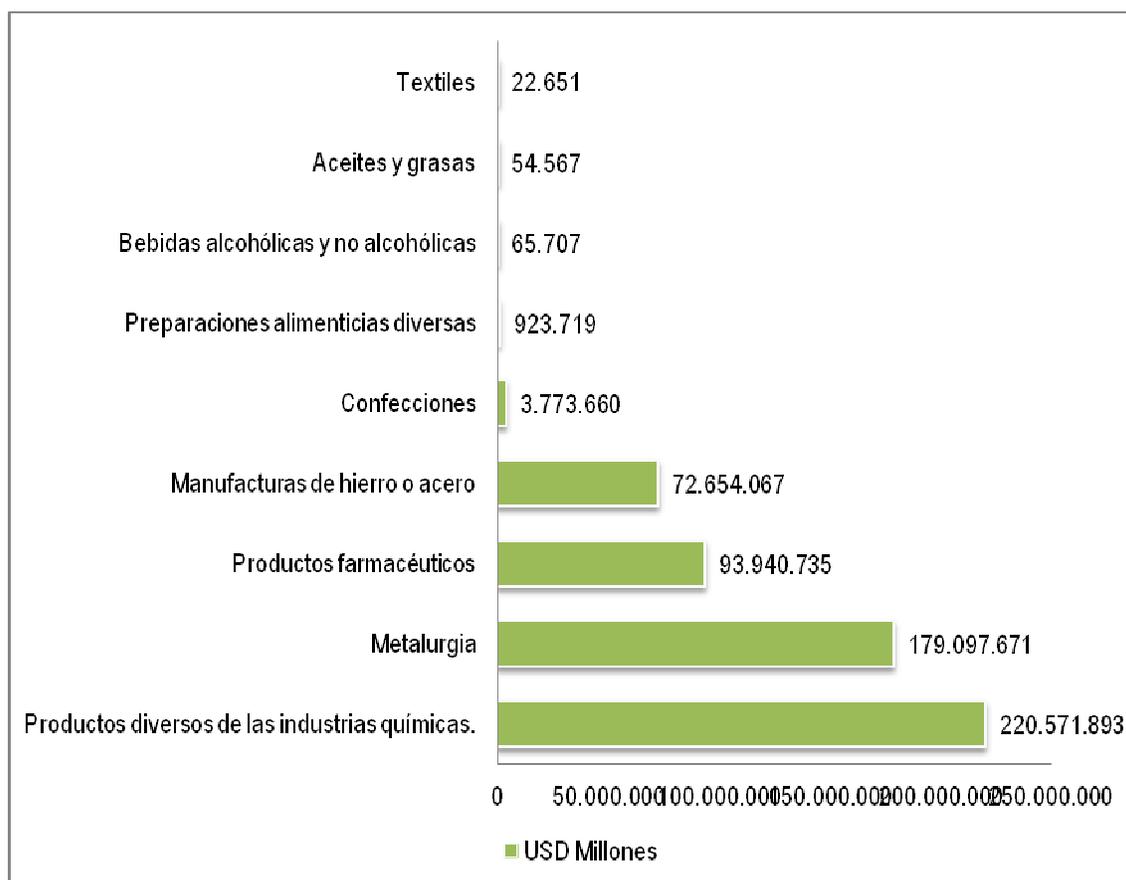


Figura 20. Principales Productos del Atlántico en Chile. (Proexport , 2013)

Por otro lado, en las siguientes tablas se exponen los principales productos en cada uno de los sub sectores de prendas de vestir, agroindustria y manufacturas en los que es potencia el departamento del Atlántico. Esto, para que el lector identifique los productos en los que puede sacar ventaja frente a los demás en el mercado chileno.

Tabla 22. Agroindustria

Chile			
Subsector Agroindustria	FOB USD 2011	FOB USD 2012	DIF %
Preparaciones alimenticias diversas	1.343.048	923.719	-31,2%
Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	67.227	65.707	-2,3%
Aceites y grasas	-	54.567	-
Los demás (agroindustrial)	-	16.800	-
Productos de panadería y molinería	-	14.014	-
Alimentos para animales	-	-	-
Azúcares y mieles	-	-	-
Semillas y frutos oleaginosos	-	-	-
Frutas y hortalizas procesadas	2.070	-	-100,0%
Total General	1.412.345	1.074.806	-23,9%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport , 2013)

Tabla 23. Manufacturas

Chile			
Subsector Manufacturas	FOB USD 2011	FOB USD 2012	DIF %
Productos diversos de las industrias químicas.	169.407.713	220.571.893	30,2%
Metalurgia	196.940.014	179.097.671	-9,1%
Productos farmacéuticos	69.964.062	93.940.735	34,3%
Manufacturas de hierro o acero	92.577.496	72.654.067	-21,5%

Tabla 23 (Continua)

Subsector Manufacturas	FOB USD 2011	FOB USD 2012	DIF %
Aluminio (materiales de construcción)	23.815.158	41.945.505	76,1%
Productos químicos orgánicos	50.256.440	38.400.005	-23,6%
Aceites minerales y ceras.	26.846.498	33.234.156	23,8%
Partes, repuestos y piezas para automotores	20.541.772	25.955.730	26,4%
Vidrio (artículos industriales)	16.159.743	23.160.433	43,3%
Prod. anim., veg. y minerales	20.967.432	22.536.448	7,5%
Artículos promocionales	17.364.986	18.839.232	8,5%
Abonos	32.905.825	18.058.167	-45,1%
Maquinaria industrial	10.476.768	14.962.780	42,8%
Plástico en formas primarias	15.310.870	13.582.530	-11,3%
Madera (muebles y maderas)	9.184.939	12.902.287	40,5%
Partes de otros medios de transporte	3.242.392	10.456.422	222,5%
Plástico (envases/empaques)	6.785.325	7.934.501	16,9%
Muebles – oficina	6.144.818	7.409.490	20,6%
Medicina	9.999.358	7.335.166	-26,6%
Aluminio (artículos industriales)	3.618.280	6.936.167	91,7%
Otros	49.392.066	45.356.134	2%
Total general	851.901.956	915.269.518	7,4%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport , 2013)

Tabla 24. Prendas de Vestir:

Chile			
Subsector Prendas	FOB USD 2011	FOB USD 2012	DIF %
Confecciones	519.386	3.773.660	626,6%
Textiles	16.623	22.651	36,3%
Joyería	-	-	-
Manufacturas de cuero	-	-	-
Bisutería	-	-	-
Cueros en bruto y preparados	-	-	-
Total General	536.009	3.796.310	608,3%

Nota. Datos obtenidos de (Proexport , 2013)

6. Potencialidad del Mercado Chileno

Con base en la presentación de las oportunidades de negocios de Chile y Colombia suministrada por la oficina comercial del gobierno en Chile- Proexport Chile se tiene: (Gutierrez, J, 2010).

Información general. En primera instancia, y antes de exponer las oportunidades de negocio que existen en La República de Chile para los colombianos, es necesario abordar a fondo este mercado. Para lo cual, es importante conocer la siguiente información:

- Chile es un País tricontinental, teniendo territorios en parte occidental y meridional del Cono Sur de América (Chile Continental), en la Antártica (Territorio Antártico Chileno) y en Oceanía (Chile Insular, destacándose Rapa Nui o Isla de Pascua en la Polinesia). Este país, limita al Norte con el Perú a través de la Línea de la Concordia, al Este con Argentina y Bolivia, al Sur con el Polo Sur, al Oeste con el Océano Pacífico, incluido el mar territorial en una extensión de 200 millas marinas, (Petit, C, 2013) como se muestra en la siguiente figura



Figura 21. **Mapa de Chile.** Datos obtenidos de (Los mejores destinos , 2013)

Según la información del mercado brindada por la oficina comercial de Colombia en Chile:

- El país cuenta con 16,7 millones de habitantes.
- Su capital es Santiago de Chile y, cuenta con una población aproximada de 6,7 millones de habitantes, lo que representa el 40% del total de todo el país. Sin embargo, otras urbes importantes son: Concepción con un millón de habitantes y Antofagasta con 400 mil. Finalmente, el país en la actualidad está dividido en 16 regiones.
- Económicamente, el país es la sexta mayor economía de Latinoamérica y el segundo con mayor PIB per cápita en América Latina.

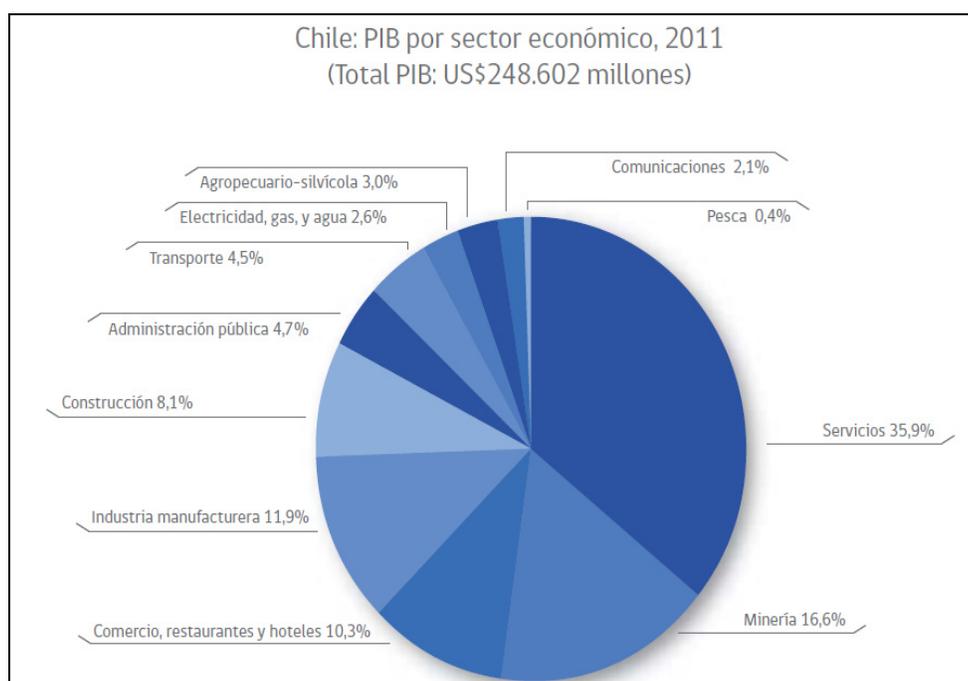


Figura 22. Chile PIB por sector económico, 2011. Datos obtenidos de (Proexport , 2013)

- En el mismo sentido, su PIB per cápita nominal llega a USD14.403, un crecimiento promedio del 6% en el PIB.
- Por otro lado, el desempleo llega al 7,1%, las exportaciones a USD81.411 millones e importaciones USD70.619 millones.

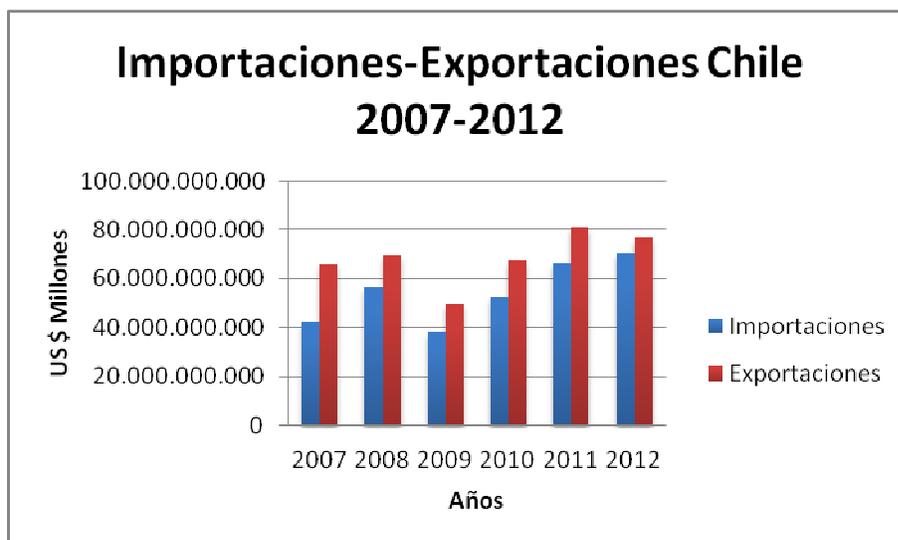


Figura 23. Importaciones – exportaciones Chile 2007-2012. Datos obtenidos de (Aduana de Chile, 2013)

- Los principales sectores productivos son: el cobre con USD43 mil millones, seguido de la pulpa de madera que llega a USD 2,8 mil millones, salmones con USD 2,7 mil millones en tercera instancia. En cuarto lugar, se encuentran las frutas con USD 2,6 mil millones y las frutas con USD 1,6 mil millones anualmente, como se muestra en la siguiente gráfica:

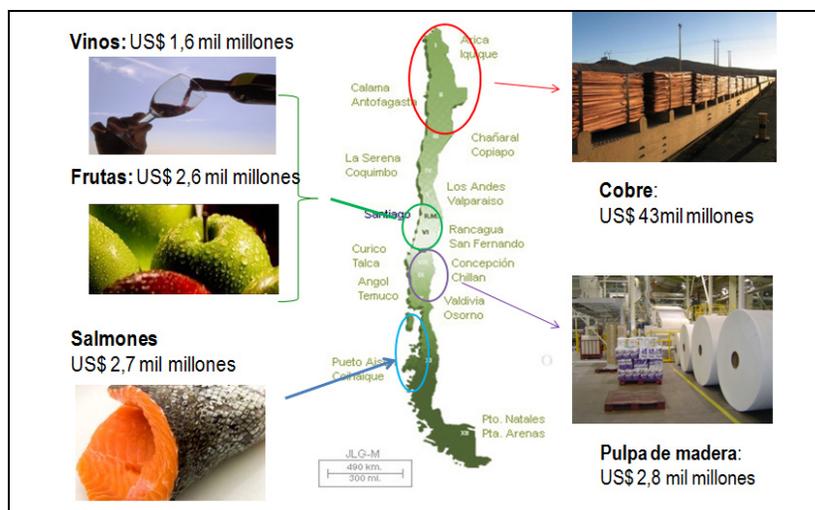


Figura 24. Principales sectores productivos. Datos obtenidos de (Proexport , 2013)

- En cuanto a los socios comerciales se refiere, en importaciones Colombia goza con el 2% de participación del mercado y el 1% en exportaciones.
- Las principales características del consumo en el mercado chileno están basadas en las ventas por retail que llegan a USD 53 mil millones representando el 21,3% del PIB. Así se tiene que:

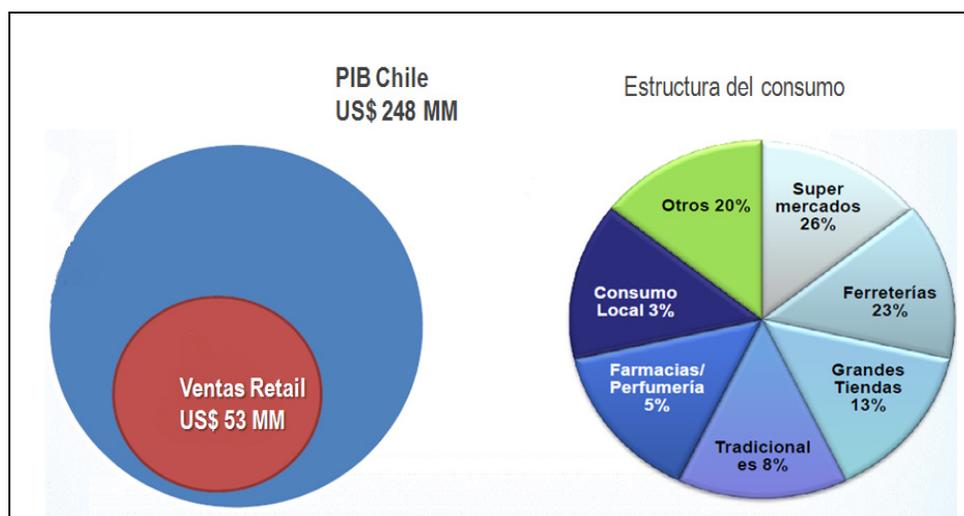


Figura 25. Ventas por Retail. Datos obtenidos de (Proexport, 2013)

- De igual manera hay que tener en cuenta que el consumidor chileno presenta las siguientes generalidades:
 1. Alta tendencia al uso de tarjetas de crédito, todas las casas comerciales manejan su propia tarjeta de crédito. Las más representativas son las de Falabella, Paris y Replay.
 2. Gran consumidor en las temporadas de rebajas las cuales surgen debido a los cambios de estaciones.
 3. El 57% de los gastos de los chilenos están destinados a vestuario y calzado.
 4. 3,5 millones de visitas semanales realizan los chilenos a las multi-tiendas y a las

farmacias. La mitad de estas, son compras en efectivo.

5. Presencia de más de 16 millones de líneas de celulares, por lo que el consumidor chileno gasta gran parte de sus ingresos en tecnología, por ejemplo, computadores, banda ancha y ipoods.

- Finalmente, el perfil logístico de Chile tiene las siguientes características:

1. Infraestructura vial de 80.505 Km en todo el país.

2. Los principales puertos son: Valparaíso, San Antonio, Arica, Iquique, Mejillones, Talcahuano, Puerto Montt, Coquimbo y Punta Arenas.

3. En cuanto a Colombia, cuenta con 12 navieras que atienden los puertos chilenos y demoran en promedio 9 días en llegar a puerto chileno.

4. Finalmente, existen 7 aeropuertos con servicios de aduanas y servicio sanitario, aunque el principal es el Arturo Merino Benítez de Santiago de Chile.

6.1 Oportunidades sector agroindustrial

6.1.1 Condiciones del mercado. La República de Chile en los últimos años ha tenido un crecimiento considerable en las importaciones de alimentos, durante el 2012 alcanzó un valor de USD 4.309.887.200 siendo las carnes, azúcares, grasas, alimentación animal, granos y licores los principales productos de exportación.



Figura 26. Importación alimentos. Datos obtenidos de (Aduana de Chile, 2013)

De la misma forma, de los países que proveen los productos mencionados, Argentina representa el 52% del mercado, seguido de Brasil con un 20% y Colombia con un 5%.

De estas importaciones, Colombia le provee a Chile azúcares, aceites y grasas, confitería, derivados del café, cereales de mesa, ron, alimentos para animales, derivados del café y gelatinas industriales. Así se tiene la siguiente gráfica, en la que se muestra los alientos colombianos en Chile:

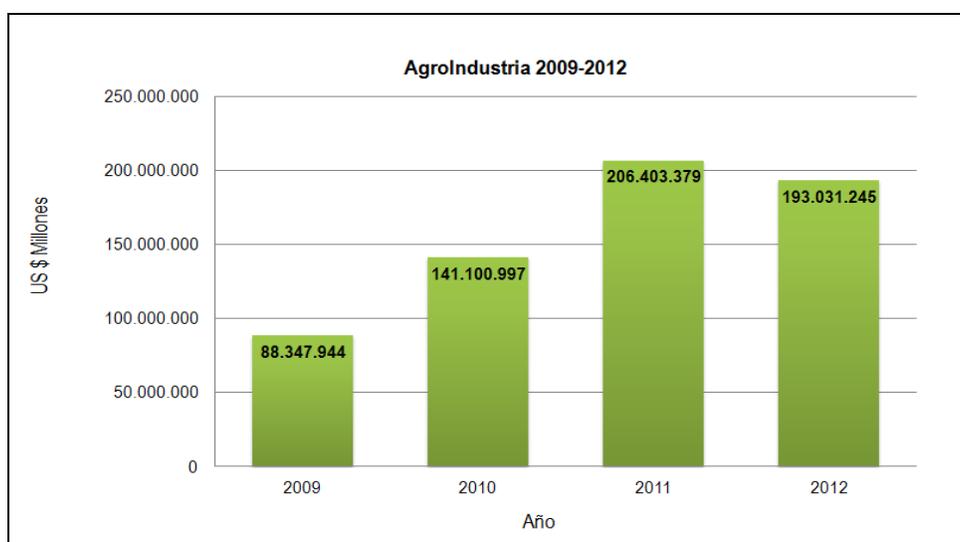


Figura 27. Agroindustria 2009-2012. Datos obtenidos de (Proexport , 2013)

6.1.2 Características del mercado

- El consumidor chileno no tiene alta fidelidad a sus marcas tradicionales.
 - El consumidor chileno es bastante tradicional en cuanto a gustos y sabores.
 - Está creciendo una tendencia por productos de tipo gourmet.
 - Chile es el mayor consumidor de cereales de Sudamérica.
 - Chile consume 4.5 kilos de queso per cápita anualmente.
 - Consume 96 kilos de pan per cápita frente a 24 kg de Colombia.
 - Chile es el mayor consumidor de té en Latinoamérica con 319 taza al año frente a 11 de Colombia.
- Las principales empresas del sector chilenas son: Carozzi, CCU, Agrosuper, Soprole, Corporación Tres Montes y Nestlé.

6.1.2 Oportunidades y recomendaciones para Colombia

Tabla 25. Oportunidades y recomendaciones para Colombia

Oportunidades	Recomendaciones
1. Pulpas de frutas tropicales para uso industrial: Guayaba, Maracuyá, mango y Piña.	1. Debe cumplirse el reglamento de alimentos de Chile, dictado por SEREMI de salud: www.asrm.cl
2. Café Premium.	2. Adaptar etiquetas.
3. Grasas vegetales.	3. Debe adaptarse el producto al gusto local.
4. Insumos para la industria alimenticia: gelatinas, coberturas de chocolate.	4. Tener en cuenta la estacionalidad, hay consumo marcado de acuerdo a la temporada. Por ejemplo, helados en verano y café en invierno.
5. Productos con marca privada: salsas, conservas y café.	5. Importante tener una presencia local para construir una marca.
6. Licores: ron.	6. Flexibilidad para desarrollar marcas propias para empresas locales.
7. Confitería,	
8. Leche en polvo.	
9. Productos light.	

Nota. Elaborado por el Autor

6.2 Sector prendas de vestir

6.2.1 Condiciones del mercado. El mercado de prendas de vestir está sujeto a la estacionalidad, lo que hace que tanto las prendas como el calzado sea variable cada tres meses generando un alto porcentaje de demanda.

En términos generales, y como se expuso anteriormente, los chilenos son consumidores masivos y hacen uso constante de las tarjetas de crédito, por lo que el sector de prendas de vestir tiene como punto a favor esta condición.

Así, en los últimos años, La república de Chile muestra una evolución creciente en las importaciones, en especial en prendas de punto y plano y en calzado. Tal y como se muestra en la figura 28, realizada bajo los datos proporcionado por la aduana de Chile a través de su base de datos Legal Publishing: (Legal Publishing, 2013)

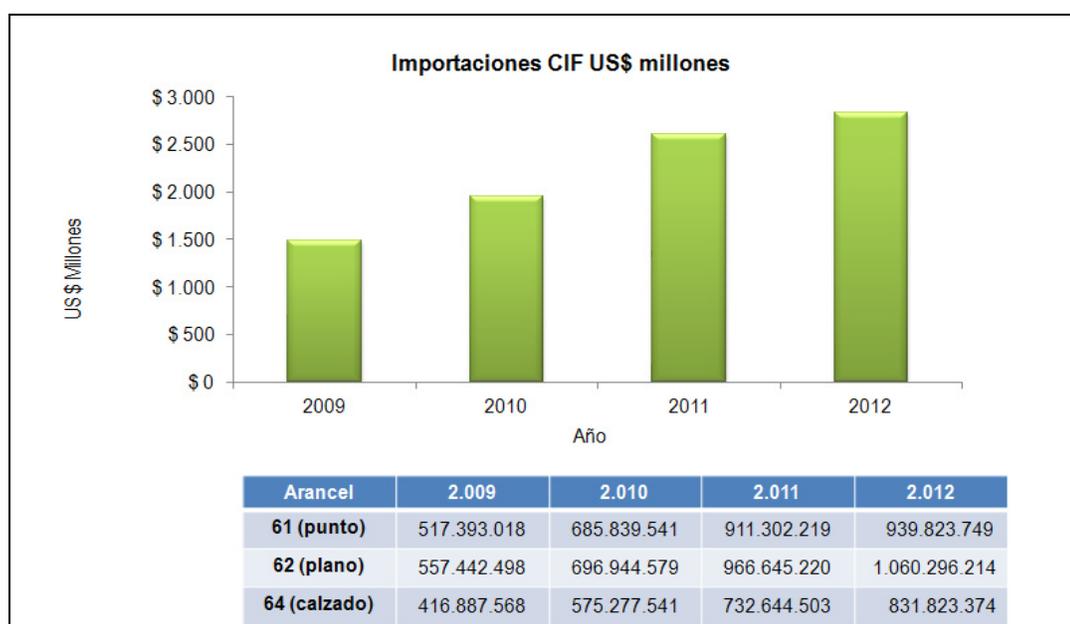


Figura 28. **Importaciones CIF.** Datos obtenidos de (Aduana de Chile, 2013)

Por otro lado, los países competidores para Colombia en este sector son: China con un 77%, de las importaciones, Vietnam con un 9%, Indonesia con el 7% y Brasil con 5%. Esto, hace que Colombia tenga que competir bajo el parámetro de calidad y exclusividad ante China, toda vez que, en precio y en volumen este lleva la delantera. Sin embargo, los chilenos muestran una preferencia en productos como jeans, ropa interior, calzado y trajes de baño colombianos. Así, aunque en el 2010 hubo un auge en las importaciones de esos productos y en el 2011 descendieron de forma considerable, en el último año las importaciones alcanzaron los USD 33.829.680 millones, tal y como se muestra a continuación:

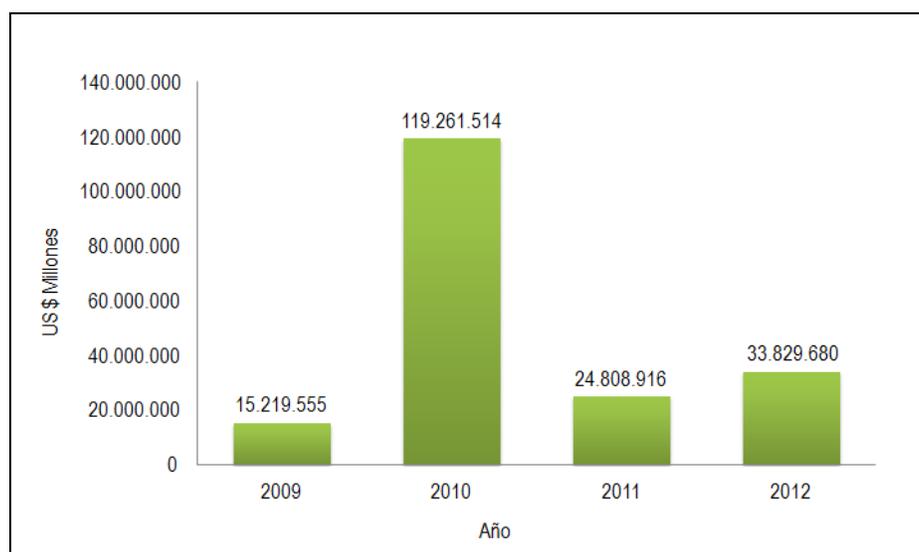


Figura 29. Importaciones. Datos obtenidos de (Aduana de Chile, 2013)

6.2.2 Características del mercado

- Moda determinada por las temporadas de primavera/verano/otoño/invierno.
- Importante penetración del formato retail con sus propias marcas.
- Precio, factor determinante en la compra.
- Alta fidelidad a las marcas, cliente sensible a las acciones de marketing.

- El centro comercial es el principal punto de compra para el rubro.
- Las principales competencias locales son: Basement, Marquis, Alaniz, Colloky, Caffarena, Ferrouch, y marcas mundiales como Nike, Tommy Hilfiger y Lives.
- El canal de distribución y venta está determinado bajo las grandes marcas y privadas que se distribuyen a través de empresas cuyo modo de negocio es el retail, para que finalmente, y gracias a las opciones de financiación que estas casas comerciales ofrecen llegan al consumidor final. Así como se muestra en la figura 30



Figura 30. Canal de Venta y Distribución. Datos obtenidos de (Proexport , 2013)

Sin embargo, para los productos colombianos y dado que en ocasiones superan los valores promedios del mercado, es conveniente utilizar las grandes boutiques de los centros comerciales y de las calles en comunes especialmente como Las Condes, Providencia y Vitacura, cuyo estrato es de medio y alto en la ciudad de Santiago.

6.2.3 Oportunidades y recomendaciones para Colombia

Tabla 26. Oportunidades y recomendaciones para Colombia

Oportunidades	Recomendaciones
1. Grandes marcas colombianas como modelo de franquicia para Chile.	1. Adaptar el producto a gustos y tendencias del mercado chileno.
2. Diseñadores colombianos con un reconocimiento creciente, prendas con alto componente de moda.	2. Presentar propuestas con colección verano e invierno.
3. Paquete completo de jeanswear, ropa interior femenina y masculina.	3. Evaluar actividades de marketing para posicionar la marca en el mercado.
4. Calzado en cuero (colección verano e invierno).	4. Visitar el mercado para conocer las tendencias.
5. Marroquinería con alto diseño y exclusividad.	
6. Trajes de baño-en especial bikinis para la temporada de verano.	5. Flexibilidad en los despachos frente a los proveedores de Asia.

Nota. Elaborado por el Autor

6.3 Sector manufacturas

6.3.1 Condiciones del mercado. En los últimos tres años, el mercado ha tenido un incremento del 10% entre cada año, lo que significa que la demanda en productos como vehículos, electrónicos y línea blanca, neumáticos, computadores y teléfonos, polímeros de etileno, construcciones de fundición, abonos y materiales eléctricos, ha sido alta gracias a su precio y a la evolución que ha tenido en la última década el país. También, ha sido un factor determinante los múltiples acuerdos de libre comercio que tiene en la actualidad Chile, dado que los aranceles son casi nulos e intervienen de manera directa en el precio de los productos. Así pues, las importaciones chilenas en manufacturas en el último año ascendieron a USD 43.962

millones, como se muestra en la gráfica:

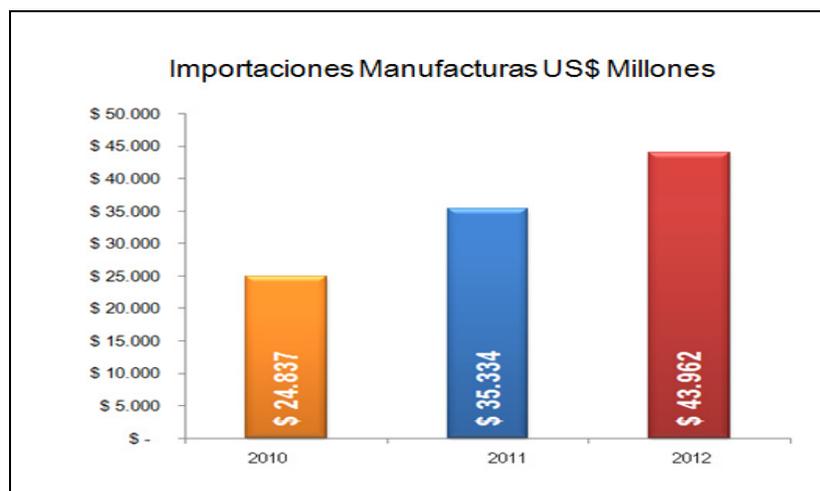


Figura 31. Importaciones Manufactureras us\$ Millones. Datos obtenidos de (Aduana de Chile, 2013)

Dado esto, los países proveedores de Chile en el rubro y principales competidores de Colombia son:

- China: con bienes de consumo masivo, electrónicos y bienes de capital.
- Estados Unidos: tecnología, materias primas y bienes de consumo.
- Brasil: muebles, materias primas, vehículos y bienes de consumo.
- Argentina: vehículos y materias primas.

Sin embargo, Colombia ha tenido una participación en el sector que oscila entre los USD 246.000 millones y los USD 275.000 millones aproximadamente y que involucra productos como:

- Artículos para el hogar: manufactura, plástico, cristalería, refrigeración, artículos para el aseo.
- Autopartes: baterías, filtros, cables, fricción y suspensiones.
- Materiales de construcción: cerámicas, ventanas, mármoles y aluminio.

- Muebles: para el hogar y oficina.
- Materias primas: tanto químicas como plásticas.

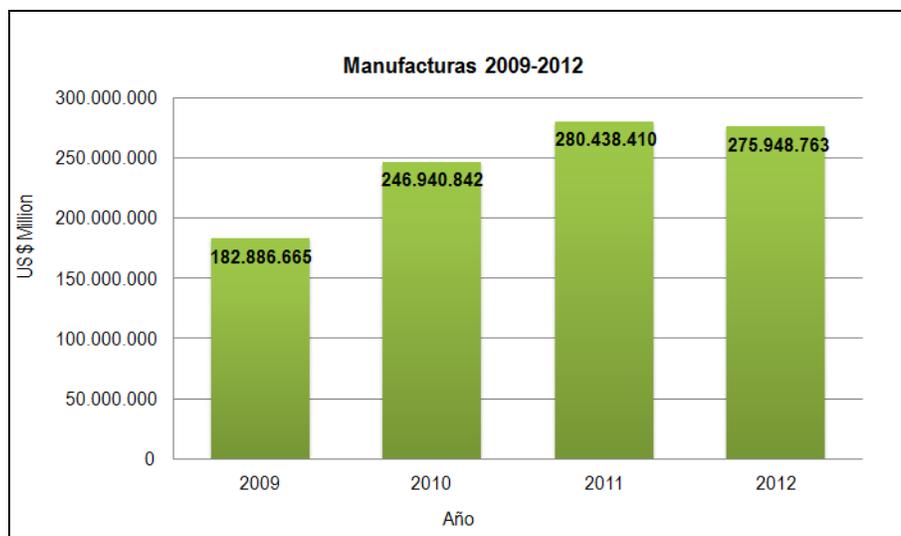


Figura 32. **Manufacturas 2009-2012.** Datos obtenidos de (Proexport , 2013)

6.3.2 Características del mercado

- Al igual que en los anteriores sectores, el de manufacturas presenta un canal de ventas de carácter retail, donde Jumbo, Sodimac y Preunic son los principales distribuidores para productos como artículos para el hogar, muebles, materiales de construcción y cosméticos. Sin embargo, maneja un canal industrial adicional, para productos como cementeras, mineras, plásticos, farmacéuticas y alimentos, en el que Codelco, Cementos Bio Bio y Hoffens son los principales representantes.

- Los principales competidores locales en el sector son:

1. Materiales de construcción: Fanaloza, Wintec, Cementos Bio Bio, Indalum, Inchalam.
2. Metamecánica: Elecmetal.
3. Artículos para el hogar: CTI-electrodomésticos, CMPC-Tissue y papeles, Wenco-Plásticos.

4. Químicos: Oxiquim.
5. Electricos: Tusan y Rhona.
6. Plásticos: Petroquim, Vinilit, Hoffens.
7. Cosméticos: Laboratorio Ballerina, Laboratorio Prater e Intercos.

6.3.3 Oportunidades y recomendaciones para Colombia

Tabla 27. Oportunidades y recomendaciones para Colombia

Oportunidades	Recomendaciones
<ol style="list-style-type: none"> 1. Autopartes. 2. Muebles de oficina. 3. Materiales de construcción (cerámicas, mármoles, acero, inox y ventanas). 4. Metalmecánica: piezas de desgaste para la industria minera. 5. Insumos industriales: químicos y plásticos. 6. Productos de hogar: vajillas, vasos, electrodomésticos. 7. Bienes de consumo: pañales y protección femenina. 8. Abonos. 9. Materiales eléctricos. 10. Cosméticos. 11. Plásticos desechables. 12. Minería. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuando se trate de materias primas y bienes industriales es importante ser rápido a la hora de desarrollar muestras, pues hay altos índices de competitividad. 2. Resaltar aspectos como tiempos de entrega y facilidades logísticas a la hora de ofrecer productos. 3. Es importante tener en cuenta las normas técnicas chilenas Nch. Se puede encontrar la información en: www.inn.cl. 4. En productos como cosméticos y farmacéuticos existe una regulación sanitaria que debe cumplirse, ésta se encuentra en: www.ispch.cl. 5. Es un mercado que por su nivel de apertura las condiciones varían rápidamente. Es importante visitar Chile por lo menos 2 veces al año para monitorear la situación.

Nota. Elaborado por el Autor

6.4 Sector servicios

6.4.1 Características del mercado:

- Se caracteriza principalmente por la presencia de multinacionales y empresas locales consolidadas.
- Se estima que el mercado de TI equivale a USD 1.300 millones según Acti, el gremio de la industria de TI en Chile.
- Los sectores donde más se demanda ingeniería son la minería, energía e infraestructura. Dichos rubros proyectan inversiones por más de USD 149.900 millones.
- Los principales países proveedores y competencia directa para Colombia son:



Figura 33. Principales Proveedores en el Mercado Chileno. Datos obtenidos de (Proexport , 2013)

6.4.2 Oportunidades y recomendaciones para Colombia

Tabla 28. Oportunidades y recomendaciones para Colombia

Oportunidades	Recomendaciones
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingeniería para generación transmisión y distribución de energía. 2. Software para administración documental, manejo de retail y sistemas de información. 3. Programas de e-learning. 4. Software de gestión y evaluación de personas. 5. Ingeniería ambiental. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La venta de servicios es una venta consultiva, se debe hacer mucho seguimiento a los clientes potenciales. 2. Ideal para tener presencia local en el mercado: desarrollar alianzas con empresas locales. 3. Importante contar con asesoría legal para establecer contratos de prestación de servicios así como para temas tributarios. 4. Es recomendable presentar referencias de casos exitosos de proyectos realizados.

Nota. Elaborado por el Autor

7. Conclusiones

El TLC entre Colombia y Chile fue firmado en Santiago de Chile el 27 de noviembre de 2006 y entró en vigencia el 8 de mayo de 2009, haciendo que la negociación se orientara principalmente en aspectos relacionados con compras públicas, comercio de servicios e inversión entre los países.

En ese sentido, específicamente lo que se pretende es promover, en condiciones iguales la equidad y el desarrollo de los países; de igual manera, estimular la expansión y la diversificación del comercio entre las partes; eliminar los obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de mercancías y servicios entre las partes.

En el mismo orden de ideas, se busca aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de las partes y establecer los lineamientos para la cooperación entre las mismas, así como en el ámbito regional y multilateral, encaminados a ampliar y mejorar los beneficios de este acuerdo.

Así pues, tanto las exportaciones como las importaciones de Colombia frente a Chile han crecido en gran proporción, logrando que la balanza comercial entre los dos países sea positiva y de manera creciente.

Lo anterior, se ha visto evidenciado en las exportaciones de Colombia a este país, las cuales alcanzaron un total de USD 2.189.220.351 en donde productos como el petróleo, confites, confecciones y cosméticos son los protagonistas en dichas ventas. Respecto a las importaciones, estas alcanzaron un total de USD120.586.581 donde los servicios, tales como auditorías y

asesorías financieras y comerciales, servicios informáticos, fueron el mayor producto que compró el país, llegando a un valor de USD 75.250.033.

Por otro lado, Chile, gracias a su riqueza marítima es pionero universal en la exportación de pescado, por lo que después de los servicios, Colombia adquirió en gran mayoría productos de este tipo, como salmones, truchas, congrio, merluzas entre otros. Sin embargo, las carnes deshuesadas fueron protagonistas en las importaciones colombianas respecto a este país en el último año, dado que se logró adquirir un valor aproximado de USD23.213.640 entre los que se destacan productos como carnes de cerdo deshuesadas y en filetes y vicerias.

Dado lo anterior, al exponer los productos que cada parte exporta e importa, se tiene que Colombia es un país que vende productos netamente primarios, es decir, productos agrícolas y mineros que proporciona la naturaleza. De esta manera, en ocasiones el país puede estar en desventaja frente a Chile toda vez que este país es especialista en productos del sector secundario gracias a su riqueza principalmente en cobre y posee un comercio internacional más amplio gracias a sus 15 acuerdos comerciales de libre comercio vigentes, que le permiten transmitir sus materias primas en productos terminados o semielaborados.

Así pues, es necesario que para aprovechar en mayor proporción las oportunidades y las facilidades que ofrece para la exportación el tratado de libre comercio, adaptar en mayor medida los productos a las condiciones del mercado chileno y por ende ofrecerles opciones industrializadas que le permitan ser un mercado competitivo frente a países como China, Corea del Sur y sus países vecinos.

Finalmente, como se expuso anteriormente, las oportunidades de negocio que el país tiene en la República de Chile son en los sectores, agroindustrial, en especial en pulpa de frutas, café premium, leche, grasa vegetales y confites. Seguido por el sector de prendas de vestir, dado que

es un país que presenta estaciones y que cada tres meses la demanda de prendas es inminente. Sin embargo, el principal competidor para Colombia es China en este sector, por los precios bajos que maneja en el mercado, por lo que, para competir directamente con él, es necesario ofrecerle al consumidor chileno calidad y ofrecer los productos en boutiques y centros comerciales exclusivos.

En tercer lugar, está el sector de manufacturas, que le ofrece al país oportunidades en autopartes, materiales de construcción y muebles para oficinas; y, Finalmente, está el sector de servicios, el cual necesita asesoría principalmente en software y BPO.

Respecto al turismo se refiere, es un elemento importante en el desarrollo económico del país, por lo que le ha ofrecido el noveno lugar en países emisores a Colombia, que se ven representados en ingresos por bienestar y aumentos en el comercio.

En ese sentido, los chilenos, en los últimos años prefieren a Colombia como destino corporativo y vacacional por su bajo costo en el servicio, dado que, competidores directos como Brasil o Argentina, han incrementado su valor en él. Así, los chilenos buscan playa, sol y mar cálido, y se muestran atractivos por el destino por el cambio en el valor de su moneda, toda vez que en Colombia la diferencia es de 1CLP-4COP, lo que hace que su nivel adquisitivo sea mayor en el país y el comercio tenga mayores incrementos en subsectores como cosméticos, prendas de vestir, calzado y todo lo relacionado a salud, belleza y moda.

Para terminar, las oportunidades en Inversión son infinitas, debido a que las garantías que se ofrecen están delimitadas principalmente por la protección en las mismas, la garantía de Trato Nacional- que el inversionista extranjero sea tratado como un nacional del país receptor de la inversión-y Trato de Nación Más Favorecida -que si se le llegara a otorgar un mejor tratamiento

al inversionista de un tercer país, inmediatamente el inversionista chileno o colombiano recibiría este mejor trato.

Referencias Bibliográficas

- Aduana de Chile. (2013). *Participación en el mercado*. Bogotá.
- DANE. (2011). *Glosario de términos*. Recuperado el 15 de julio de 2013, de <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/comercio_exterior/exportaciones/glosario.pdf>
- Gutierrez, J. (2010). *Oportunidades de negocio Chile & Colombia* . Recuperado el 10 de septiembre de 2013, de <<http://www.slideshare.net/pasante/oportunidades-de-negocios-chile-y-colombia-jorge-gutierrez>>
- Legal Publishing. (2013). *Importaciones en Chile*. Recuperado el 10 de septiembre de 2013, de <http://servicios3.legalpublishing.cl/Ecomex/comunes/default.asp?es_nueva_consulta=0>
- Los mejores destinos . (2013). *Chile*. Recuperado el 20 de septiembre de 2013, de <http://www.losmejoresdestinos.com/destinos/chile/mapa_chile.jpg >
- Migración Colombia. (2012). *Llegada de viajeros a Colombia* . Bogotá.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2010). *Acuerdo Colombia - Chile*. Recuperado el 11 de agosto de 2013, de <<http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=11952>>
- Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. (2012). *Asuntos Bilaterales*. Recuperado el 22 de julio de 2013, de <http://www.minrel.gob.cl/minrel/site/edic/base/port/politica_bilateral.html >
- Petit, C. (2013). *Características de Chile*. Recuperado el 10 de septiembre de 2013, de <<http://users.dcc.uchile.cl/~cpetit/penaflor/ubicacion.html> >

Productos de Colombia. (2012). *Que es un Tratado de libre comercio?* Recuperado el 18 de julio de 2013, de

<http://www.productosdecolombia.com/main/guia/TLC_Que_es_Tratado_Libre_Comercio.as>

Proexport . (2013). *Oficom Chile*. Bogotá.

Proexport Colombia. (2012). *TLC Colombia & Chile*. Recuperado el 12 de agosto de 2013, de

<<http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo10677DocumentNo8750.PDF>>

Universidad de las Americas. (2010). *Teorías y conceptos del Comercio Internacional*.

Recuperado el 2 de agosto de 2013, de

<http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/navarrete_m_e/capitulo1.pdf>

Universidad del Rosario. (2009). *Análisis del proceso de integración de Chile con la CAN, a partir de su entrada (de su retorno) como miembro asociado desde el año 2006* .

Recuperado el 12 de agosto de 2013, de

<<http://repository.urosario.edu.co/handle/10336/1846>>

Universidad del Rosario. (2010). *Lineamientos de la Investigación en pensamiento estratégico del grupo de Investigación en perdurabilidad empresarial*. Bogotá: Facultad de Administración.

Universidad del Rosario. (2012). *Ranking de ciudades latinoamericanas para la atracción de inversiones*. Bogotá: Universidad del Rosario .

Universidad del Rosario. (2010). *Repositorio.Un analisis de la relación comercial entre Colombia y Estados Unidos en el marco de los acuerdos comerciales*. Recuperado el 11 de julio de 2013, de

<<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/4335/1/1020749595-2013.pdf>>

Universidad Icesi. (2012). *Balanza Comercial*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de
 <<http://www.icesi.edu.co/cienfi/images/stories/pdf/glosario/balanza-comercial.pdf>>

Universidad Javeriana. (2011). *Cartas de autorización de autores*. Recuperado el 10 de agosto de
 2013, de <<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis239.pdf>>

Universidad Sergio Arboleda. (2011). *TLC Colombia - Chile*. Recuperado el 2 de septiembre de
 2013, de
 <<https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CC8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.usergioarboleda.edu.co%2Ftlc%2Fmaterial%2F2010%2FTESIS%2520UNIVERSIDAD%2520SERGIO%2520ARBOLEDA%2FTESIS%2520UNIVERSIDAD%2520SERGIO%2520ARBOLEDA%2>>

Vargas, G. (2006). *Introducción a la teoría económica, un enfoque latinoamericano*. Recuperado
 el 22 de agosto de 2013, de
 <<http://books.google.com.co/books?id=u1DFsje4IMcC&pg=PA365&lpg=PA365&dq=autores+d+e+teorias+contemporaneas+del+comercio+internacional&source=bl&ots=xaYynn6QUR&sig=8RniL-F8eIReX2-P4vWnDjxYxWo&hl=es&sa=X&ei=yUhCUpa7BIW89gT8rYGQCg&ved=0CE4Q6AEwBA#v=onepage&q=>>