

pro|CHILE
35 años



Taller Orientación para Exportar Exportar Paso a Paso

Helena Zamudio
Asistente Departamento de Información



CONTENIDOS:

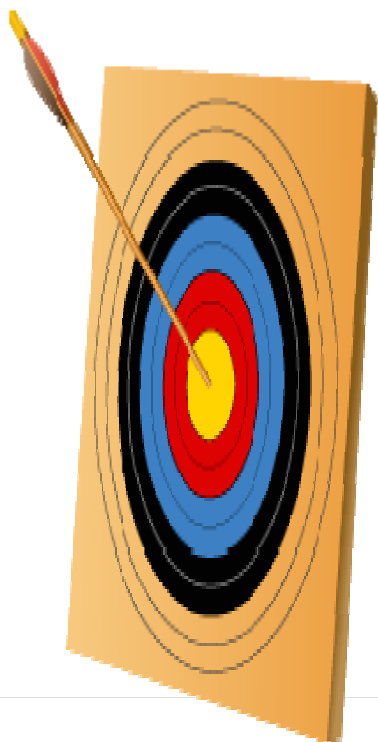
1. ETAPAS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN.
2. PROSPECCIÓN DE MERCADOS.
3. PROMOCIÓN COMERCIAL
4. ASPECTOS TÉCNICOS DE UNA EXPORTACIÓN.

- Qué es Exportar?
- Quienes pueden Exportar ?
- Cómo realizo la iniciación de actividades de Exportación ?



1. ETAPAS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN

DECISIÓN



ANÁLISIS



PROSPECCIÓN



PROMOCIÓN



1. ETAPAS DE LA INTERNACIONALIZACION

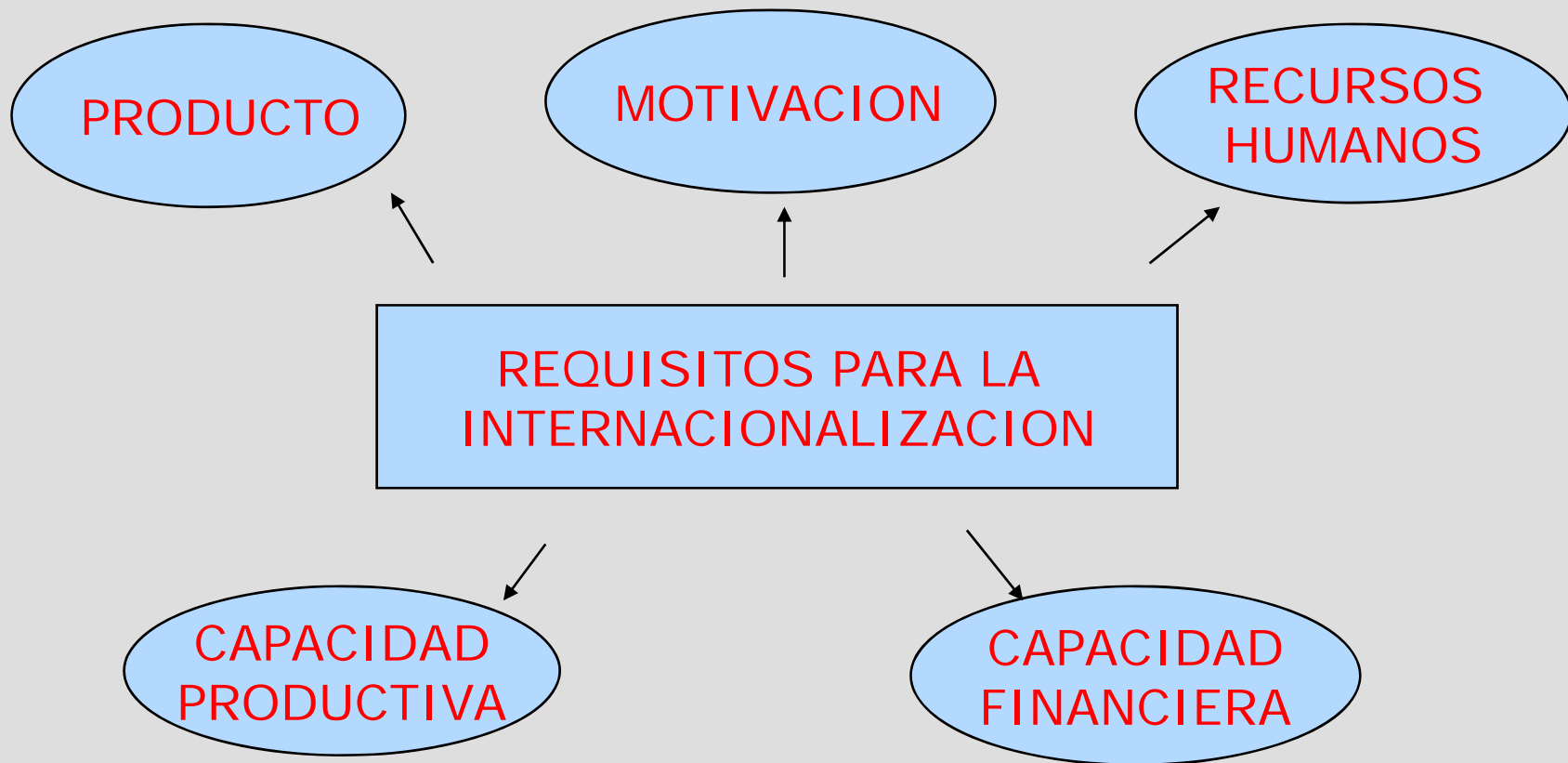
LA DECISIÓN DE EXPORTAR

¿Cómo se si debo Exportar?

- Requisitos para la Internacionalización



Requisitos para la Internacionalización de la Empresa



2. PROSPECCIÓN DE MERCADOS

- ✓ Identificación del código arancelario del producto.
- ✓ Preselección de mercados de exportación.
- ✓ Conocer las tendencias del mercado.
- ✓ Promoción Comercial y búsqueda de clientes

**INICIAR UNA ESTRATEGIA DE
EXPORTACIÓN**

¿Cómo prepararse para Exportar?

- ¿Cómo identifico mi producto con una Partida Arancelaria?
- ¿Necesidades de Información y Preselección de Mercados?



IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

CODIGO ARANCELARIO: Cada mercancía transable internacionalmente se asocia a una identificación numérica conocida como código arancelario. **El cual es aceptado y reconocido mundialmente.**

- a) Identificación del producto a nivel internacional con un **número de 6 dígitos.**
- b) Se basa en el SA de la Organización Mundial de Aduanas (OMA).
- c) Es utilizado en toda la **documentación exportación.**
- d) Sirve para conocer el impuesto de importación, cuotas y estadísticas de comercio exterior.

1.- IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO: Código arancelario en www.aduana.cl

SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS GOBIERNO DE CHILE
SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS

Home | Mapa del Sitio | Contacto | English Version | Buscar...

> Portada > Legislación y Normativa > Arancel Aduanero

Arancel Aduanero Vigente

SECCION I Capítulos 1 AL 5
Animales vivos y productos del reino animal

1. Animales vivos
2. Carne y despojos comestibles
3. Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos
4. Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal, no expresados ni comprendidos en otra parte
5. Los demás productos de origen animal no expresados ni comprendidos en otra parte

[Descarga Sección I en Excell \(zip de 2 Mb\)](#)

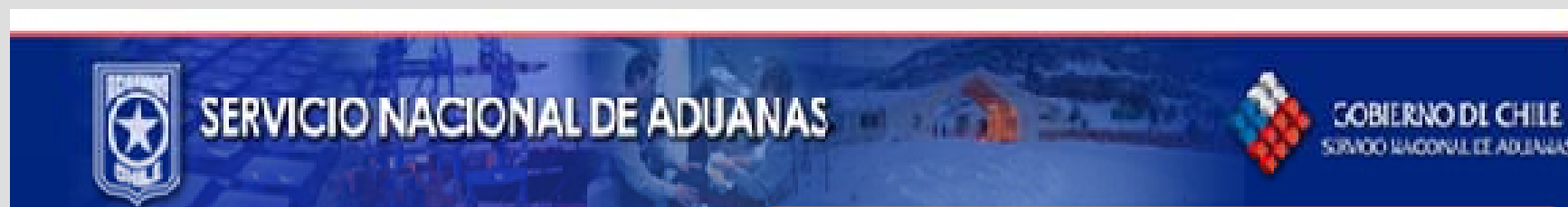
SECCION II Capítulos 6 al 14
Productos del reino vegetal

6. Plantas vivas y productos de la floricultura
7. Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios
8. Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
9. Café, té, yerba mate y especias
10. Cereales
11. Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo
12. Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forraje
13. Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales
14. Materias trenzables y demás productos de origen vegetal, no expresados ni comprendidos en otra parte

- » Tramitaciones en Línea
- » Formularios Vehículos hacia Argentina
- » Legislación, Normativa y Jurisprudencia
- » Viajeros y Viajeras
- » Asuntos Internacionales
- » Fiscalización
- » Estadísticas
- » Exportación de Servicios
- » Agenda Normativa
- » Publicación Anticipada
- » Sala de Prensa
- » Quiénes Somos

1.- IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO:

Código arancelario en www.aduana.cl



Partida	Código del S.A.	Glosa	U.A.	Adv.	Estad. Unidad Código
69.12		Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana.			
	6912.0010	- De gres	KB	6	KN-06
	6912.0020	- De loza o barro	KB	6	KN-06
	6912.0090	- Los demás	KB	6	KN-06
69.13		Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica.			
	6913.1000	- De porcelana	KB	6	KN-06
	6913.9000	- Los demás	KB	6	KN-06
69.14		Las demás manufacturas de cerámica.			
	6914.1000	- De porcelana	KB	6	KN-06
	6914.9000	- Las demás	KB	6	KN-06

1.- IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO:

Código arancelario en www.aduana.cl



Partida	Código del S.A.	Glosa	U.A.	Adv.	Estad. Unidad Código
		III- JOYERÍA Y DEMÁS MANUFACTURAS			
71.13		Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué).			
		- De metal precioso, incluso revestido o chapado de metal precioso (plaqué):			
	7113.1100	-- De plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué)	GN	6	KN-06
	7113.1900	-- De los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaqué)	GN	6	KN-06
	7113.2000	- De chapado de metal precioso (plaqué) sobre metal común	GN	6	KN-06
71.14		Artículos de orfebrería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué).			
		- De metal precioso, incluso revestido o chapado de metal precioso (plaqué):			
	7114.1100	-- De plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué)	GN	6	KN-06
	7114.1900	-- De los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaqué)	GN	6	KN-06
	7114.2000	- De chapado de metal precioso (plaqué) sobre metal común	GN	6	KN-06
71.15		Las demás manufacturas de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué).			
	7115.1000	- Catalizadores de platino en forma de tela o enrejado	KL	6	KN-06
	7115.9000	- Las demás	KL	6	KN-06
71.16		Manufacturas de perlas finas (naturales)* o cultivadas, de piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas).			
	7116.1000	- De perlas finas (naturales)* o cultivadas	GN	6	KN-06
	7116.2000	- De piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas)	GN	6	KN-06

1.- IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Artículos de Adorno:

Capítulo	69 "Productos Cerámicos"
Partida	6913 "Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica"
Subpartida	691310 "De porcelana". 691390 "Los demás"



IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Artículos de Joyería:

Capítulo 71 "Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados en metal precioso (plaque) y manufacturas de estas materias".

Partida 7113 "Artículos de Joyería y sus partes, de metal o de chapado de metal precioso".

Subpartida 711311 "De plata, incluso revestidas o chapadas con otro metal precioso".

711319 "De los demás metales preciosos, incluso Revestidos o chapados de metal precioso"



PRESELECCION DE MERCADOS

- ✓ Estadísticas internacionales de importación
- ✓ Estadísticas chilenas de exportación
- ✓ Tratados de Libre Comercio
- ✓ Arancel de importación en el país de destino



PRESELECCION DE MERCADOS :

Estadísticas internacionales de importación

Estadísticas de Importaciones de Países Reportantes (País Socio: El Mundo)
Artículo: 691310, De Porcelana
Hasta la fecha: Enero - Junio

Hasta la fecha 2009

País Reportante	Dólar Estadounidense			% de cambio 2009/2008
	2007	2008	2009	
Total del Reporte	221,147,402	190,053,523	132,837,719	- 30.11
Estados Unidos	92,560,357	69,500,586	43,999,823	- 36.69
Japón	12,458,826	11,646,999	11,005,539	- 5.51
Alemania	14,706,866	16,625,930	10,056,069	- 39.52
Italia	8,881,703	9,170,279	7,655,028	- 16.52
Francia	7,041,197	8,277,210	6,699,458	- 19.06
Taiwán	2,103,564	5,691,318	6,614,079	16.21
Reino Unido	14,122,141	11,397,333	5,731,298	- 49.71
España	4,642,173	4,675,660	4,617,522	- 1.24
Irlanda	4,703,127	4,415,110	4,025,443	- 8.83
Países Bajos (Holanda)	4,120,777	3,991,232	3,755,083	- 5.92
Canadá	8,144,973	6,606,630	3,654,103	- 44.69
Bélgica	4,840,985	3,102,069	3,490,161	12.51

PRESELECCION DE MERCADOS:

Estadísticas internacionales de importación

Estados Unidos Estadísticas de Importación

Artículo: 691310, De Porcelana

Hasta la fecha: Enero - Junio

Hasta la fecha ▼ Jun ▼ 2009 ▼ 

Posición	País Socio	Dólar Estadounidense			% de cambio 2009/2008
		2007	2008	2009	
	El Mundo	92,560,357	69,500,586	43,999,823	- 36.69
1	China	60,771,075	45,844,192	30,755,785	- 32.91
2	España	13,227,310	7,782,064	5,306,012	- 31.82
3	Indonesia	1,217,641	730,601	994,619	36.14
4	Reino Unido	3,829,271	2,520,661	830,372	- 67.06
5	Francia	1,931,916	1,444,941	770,629	- 46.67
6	Tailandia	2,292,810	1,663,569	754,404	- 54.65
7	Hungría	1,411,110	2,138,979	705,212	- 67.03
8	Vietnam	655,444	908,992	658,482	- 27.56
9	Alemania	815,631	1,019,990	499,279	- 51.05
10	Italia	1,971,461	1,152,896	404,932	- 64.88
11	Dinamarca	289,277	573,573	324,779	- 43.38
12	Taiwán	302,695	245,117	319,110	30.19

PRESELECCION DE MERCADOS:

Estadísticas chilenas de exportación

Selección Período
Enero-2009 / Diciembre-2009

Producto
69139000 LOS DEMÁS

Ranking de producto según país de compra

Código	Descripción	Unidad	Volumen	Fob en US\$
225	USA. - ESTADOS UNIDOS	Kgr.Netos	3.398,05	53.859,43
505	FRANCIA	Kgr.Netos	418,00	9.397,86
202	COLOMBIA	Kgr.Netos	7.736,50	8.847,77
331	JAPON	Kgr.Netos	952,65	8.455,40
509	AUSTRIA	Kgr.Netos	110,00	2.760,31
504	ITALIA	Kgr.Netos	161,25	2.527,18
224	ARGENTINA	Kgr.Netos	591,52	2.458,80
226	CANADA	Kgr.Netos	113,23	1.000,67
517	ESPAÑA	Kgr.Netos	35,00	951,54
219	PERU	Kgr.Netos	146,04	803,12
221	BOLIVIA	Kgr.Netos	41,21	572,88
563	ALEMANIA	Kgr.Netos	47,10	557,34
510	REINO UNIDO	Kgr.Netos	4,97	331,15
336	CHINA	Kgr.Netos	1,90	168,90
507	DINAMARCA	Kgr.Netos	1,12	124,50
223	URUGUAY	Kgr.Netos	4,97	86,58
405	NUEVA ZELANDIA	Kgr.Netos	0,04	1,86
			13.763,55	92.905,29
			13.763,55	92.905,29

Cyberexport

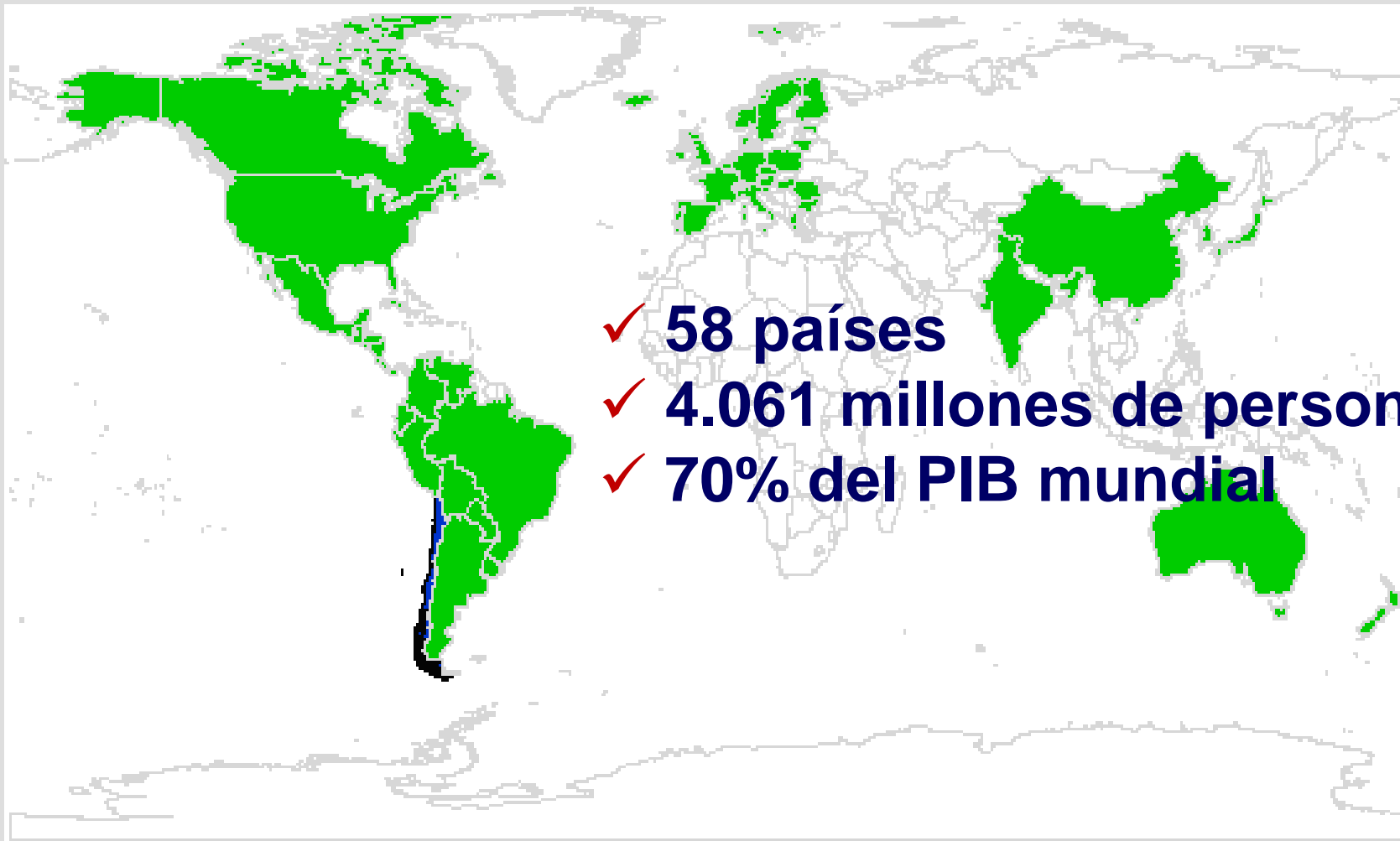
Centro de información de PROCHILE:

- ✓ Estadísticas de comercio exterior.
- ✓ Aranceles de importación.
- ✓ Directorios de empresas importadoras.

Ubicación: Teatinos 180, 1er piso.



PRESELECCION DE MERCADOS: Acuerdos de Libre Comercio



- ✓ 58 países
- ✓ 4.061 millones de personas
- ✓ 70% del PIB mundial

PRESELECCIÓN DE MERCADOS :

Acuerdos de Libre Comercio

ACUERDOS DE ASOCIACIÓN:



UNIÓN EUROPEA



SINGAPUR



BRUNEI



NUEVA ZELANDA

ACUERDOS DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA:



BRASIL



URUGUAY



CUBA



ARGENTINA



ECUADOR



VENEZUELA



PARAGUAY



BOLIVIA

ACUERDOS DE ALCANCE PARCIAL:



INDIA

PRESELECCIÓN DE MERCADOS :

Acuerdos de Libre Comercio

TRATADOS DE LIBRE COMERCIO



CANADÁ



EE.UU.



MÉXICO



HONDURAS



COSTA RICA



GUATEMALA



EL SALVADOR



NICARAGUA



PANAMÁ



PERÚ



COLOMBIA



CHINA



JAPÓN



COREA DEL SUR



AUSTRALIA



ISLANDIA



SUIZA



NORUEGA



LIECHTENSTEIN



TURQUÍA

PRESELECCION DE MERCADOS:

Acuerdos de Libre Comercio en www.direcon.cl

The screenshot shows the website interface for DIRECON. At the top, there is a navigation menu with links: inicio | contacto (SIAC) | preguntas frecuentes | glosario | quiénes somos | intranet | webmail. The main header features the DIRECON logo (Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales) and a search bar. A central banner reads "CONOZCA LA HISTORIA DE LA APERTURA COMERCIAL CHILENA". Below this, a blue navigation bar contains: Direcon | Acuerdos Comerciales por País | Cuadro Resumen de Acuerdos | Inversiones en el Exterior | Relaciones Multilaterales. The main content area is divided into several sections. On the left is a 'Biblioteca' section with document listings. The central area has a 'Cuadro Resumen de Acuerdos' section with a red circle around the link 'Acuerdos Comerciales vigentes'. Below this is a 'Relaciones Multilaterales' section with logos for OMC, APEC, OCDE, OMPI, ARCO, and Iniciativa Camino a la Prosperidad. On the right, there are sections for 'Oportunidades de Negocios en los TLC', 'Acuerdos Comerciales.cl', and 'Certificación de Origen'. At the bottom right, there is a 'proCHILE' section for the Dirección de Promoción de Exportaciones, including the website 'chileinfo.com' and the slogan 'Productos y servicios para el mundo.' A photo of a meeting is visible at the bottom center.

PRESELECCION DE MERCADOS :

Acuerdos de Libre Comercio

ARANCEL DE IMPORTACIÓN: Impuestos aplicados por los países a las mercancías importadas y se cancelan en el momento en que los bienes ingresan a las aduanas, ya sea por vía aérea, terrestre o marítima.

AD-VALOREM: Es la aplicación de un porcentaje sobre el valor aduanero de la mercadería.

Caso Chileno: Ad-Valorem es de un 6%

Ej.:

$US\$1.000 \text{ CIF} * 6\% = US\$60,00$

PRESELECCIÓN DE MERCADOS :

Preferencia arancelaria



PREFERENCIAS ARANCELARIAS ESTADOS UNIDOS			
Código Arancelario	Descripción	Arancel General	Arancel para Chile
6913	Statuettes and other ornamental ceramic articles:		
691310	--Of porcelain or china:		
69131010	---Statues, statuettes and handmade flowers, valued over \$2.50 each and produced by professional sculptors or directly from molds made from original models produced by professional sculptors	Free	Free
	Other:		
69131020	---Of bone chinaware	3,3%	Free
69131050	---Other	Free	Free
691390	Other:		
69139010	--Statues, statuettes and handmade flowers, valued over \$2.50 each and produced by professional sculptors or directly from molds made from original models produced by professional sculptors	Free	Free
	Other:		
69139020	---Of ceramic tile	Free	Free
69139030	---Of earthenware, whether or not decorated, having a reddish-colored body and a lustrous glaze, and mottled, streaked or solidly colored brown to black with metallic oxide or salt	Free	Free
69139050	---Other	6%	Free

PRESELECCIÓN DE MERCADOS :

Preferencia arancelaria



PREFERENCIAS ARANCELARIAS UNION EUROPEA			
Código Arancelario	Descripción	Arancel General	Arancel para Chile
6913	Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica		
691310	- De porcelana		
6913100010	--Hecho a mano	6%	0%
6913100090	-- Los demás	6%	0%
691390	-Los demás		
69139010	-- De barro común		
6913901010	--- Hecho a mano	3,5%	0%
6913901090	--- Los demás	3,5%	0%
	-- Los demás		
69139091	--- De grez		
6913909110	---- Hecho a mano	6%	0%
6913909190	---- Los demás	6%	0%
	--- De loza o de barro fino		
6913909310	---- Hecho a mano	6%	0%
6913909390	---- Los demás	6%	0%
	--- Los demás		
6913909910	---- Hecho a mano	6%	0%
69139050	---Other	6%	0%

PRESELECCIÓN DE MERCADOS :

Preferencias arancelarias en www.direcon.cl

The screenshot shows the homepage of the DIRECON website. At the top, there is a navigation menu with links for 'Inicio', 'contacto (SIAC)', 'preguntas frecuentes', 'glosario', 'quiénes somos', 'intranet', and 'webmail'. The main header features the DIRECON logo and the text 'Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales'. A central banner reads 'CONOZCA LA HISTORIA DE LA APERTURA COMERCIAL CHILENA'. A search bar is located on the right. Below the header, a blue navigation bar contains links for 'Direcon', 'Acuerdos Comerciales por País', 'Cuadro Resumen de Acuerdos', 'Inversiones en el Exterior', and 'Relaciones Multilaterales'. The main content area is divided into several sections: 'Biblioteca' with document listings; 'Cuadro Resumen de Acuerdos' with a link to 'Acuerdos Comerciales vigentes'; 'Acuerdos Comerciales en negociación y trámite'; 'Oportunidades de Negocios en los TLC' (highlighted with a red circle); 'Acuerdos Comerciales.cl'; 'Certificación de Origen'; 'Relaciones Multilaterales' with logos for OMC, APEC, OCDE, OMPI, ARCO, and the 'Iniciativa Camino a la Prosperidad'; 'Noticias', 'Direcon en la Prensa', and 'Agenda'; 'proCHILE' (Dirección de Promoción de Exportaciones); and 'chileinfo.com' (Productos y servicios para el mundo). A photograph of a meeting is visible at the bottom center.

PRESELECCIÓN DE MERCADOS :

Preferencias arancelarias en www.direcon.cl

AVISO DE RESPONSABILIDAD VERSION 



Chile

SALIR
PORTADA

paso 1 > comparar 

Debe buscar el sector o producto que desea analizar, utilizando los diferentes métodos de búsqueda

Buscar por:

- ▶ DESCRIPCION
- ▶ SISTEMA ARMONIZADO
- ▶ CODIGO ARMONIZADO

 Escribir el código del producto armonizado **BUSCAR**

PRESELECCIÓN DE MERCADOS :

Preferencias arancelarias en www.direcon.cl

Chile

pasos: **paso 1** >> **paso 2** >> comparar

Seleccione el Mercado al cual desea exportar su producto aprovechando el acuerdo vigente.

Código Arancelario: 881380
Capítulo: 89 - PRODUCTOS CERAMICOS
Partida: ESTATUILLAS Y DEMAS ARTICULOS PARA ADORNO, DE CERAMICA.
Descripción: - Los demás

Seleccione el acuerdo que desea consultar

TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE CHILE Y CHINA	TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE CHILE Y USA	ACUERDO DE ASOCIACIÓN ENTRE CHILE Y LA UNIÓN EUROPEA	TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE CHILE Y CANADA	TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE CHILE Y COREA DEL SUR
TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE CHILE Y MEXICO	ACUERDO DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA ENTRE CHILE Y MERCOSUR	ACUERDO DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA ENTRE CHILE Y COLOMBIA	TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE CHILE Y ECUADOR	ACUERDO DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA ENTRE CHILE Y VENEZUELA
ACUERDO DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA ENTRE CHILE Y PERÚ	ACUERDO DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA ENTRE CHILE Y BOLIVIA	TRATADO DE LIBRE COMERCIO CHILE - EFTA	ACUERDO DE ASOCIACIÓN ECONÓMICA ENTRE CHILE - PA	

PRESELECCIÓN DE MERCADOS :

Preferencias arancelarias en www.direcon.cl

AVISO DE RESPONSABILIDAD
VERSION

pasos

1

pasos

2

pasos

3

comparar

Código Arancelario **691390**

Capítulo **69 - PRODUCTOS CERAMICOS**

Partida **ESTATUILLAS Y DEMÁS ARTÍCULOS PARA ADORNO, DE CERÁMICA.**

Descripción - **Los demás**

(Tratado de Libre Comercio entre Chile y USA)

Seleccione con un click el Item o Sub-Item que desea. Una vez seleccionado podrá visualizar las Normas de Origen, Detalles y Videos del mismo. Seleccionar producto para ver descripción.

Agregar a Canasta

Producto agregado

Tiene 0 producto/s en su canasta.

Código Arancelario	Descripción	Arancel para Terceros	Arancel Vigente para Chile	Plazo Desgravación	Canasta
6913903000	Earthenware ornamental articles, having a reddish colored body and a lustrous glaze of differing colors	0.00	0.00%	0	
6913905000	Ceramic (o/than porcelain, china or earthenware) ornamental articles, nesoi	6.00	0.00%	0	
	Ceramic (o/than porcelain or china) statues, statuettes,				

Explicación de Norma de Origen
Detalles

Este producto calificará como originario, siempre que sea producido enteramente en el territorio de una o de ambas Partes, a partir exclusivamente de materiales chilenos o de ambos países. Asimismo, la mercancía calificará de originaria cuando cumpla con el cambio de capítulo arancelario correspondiente lo que significa que los insumos importados desde terceros países que se incorporen en la producción del producto que se desea exportar deben cambiar los dos primeros dígitos de la nomenclatura o al menos uno de ellos. *La anterior implicación que no califica como originaria bajo ningún...*

Ejemplos de la Norma de Origen

Ver Video

PRESELECCIÓN DE MERCADOS :

Preferencias arancelarias en CYBEREXPORT

Quick Quote Results

Country of Import	Germany	Country of Export	Chile
Country of Manufacture	Chile	Mode of Transport	Sea
Import HS Number	6913901010	Shipment Date	09-Mar-2010
Import HS Description	Ceramic products Statuettes and other ornamental ceramic articles - Other - - - hand-made		

Duties and Taxes

Bilateral Agreement Duties and Taxes

Description	Explanation or Formula
Duty	FREE
VAT	19% OF (CIF + DUTY + EXCISE) - A lower VAT rate of 7% applies for certain works of art and collector's items and antiques

Default Duties and Taxes

Description	Explanation or Formula
Duty	3.5% OF CIF
VAT	19% OF (CIF + DUTY + EXCISE) - A lower VAT rate of 7% applies for certain works of art and collector's items and antiques

PRESELECCIÓN DE MERCADOS :

Normas de origen

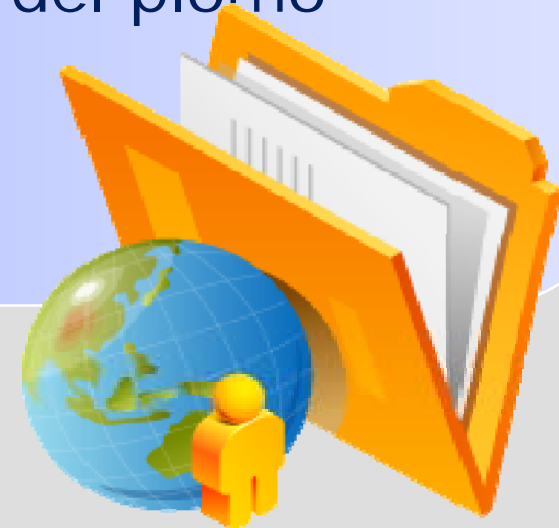
Para que las mercancías puedan beneficiarse de los tratamientos preferenciales negociados en los Acuerdos suscritos, deberán calificar como **"originarios"** de conformidad con lo establecido en el Régimen de Origen de cada Acuerdo.

TENDENCIAS Y EXIGENCIAS DEL MERCADO:

✓ Normas de acceso, comercialización y certificaciones:

Normativas de Etiquetado y Mercado

Regulaciones relativas al uso del plomo



TENDENCIAS Y EXIGENCIAS DEL MERCADO



pro|CHILE

- ✓ 15 oficinas regionales.
- ✓ 54 oficinas comerciales en el mundo.



TENDENCIAS Y EXIGENCIAS DEL MERCADO:

pro|CHILE beta
35 años

Inicio ¿Quiénes Somos? Servicios de ProChile Actividades Noticias SIAC (Mesa de Ayuda) Mapa del Sitio

Noticias

SHANGHAI
31 de mayo y 1º de junio

Españoles aumentan fondo para campaña de exportación de aceite de oliva
Gobierno de Castilla-la Mancha — segunda comunidad productora de aceite de oliva tras Andalucía— se ha sumado a las actividades de promoción del producto. Así lo ha manifestado el consejero de Agricultura y Desarrollo Rural, José Luis Martínez Guijarro, en el marco de la oficialización de este acuerdo.

Actividades de ProChile

- 03/12/10 Misión Comercial en el Marco del Festival de Cine de Guadalajara
- 03/17/10 Seminario internacional: Mercados de los productos de la Colmena

Prensa Institucional

- ProChile informa sobre situación comercial a mercados internacionales
- Productos chilenos cuentan con un nuevo acceso a Europa Central

Buscar IR

Servicios de ProChile

Acciones de Promoción Comercial

- > Ferias Internacionales
- > Iniciativas de Promoción Internacional
- > Semanas de Chile
- > Sabores de Chile

ver más >

Información Comercial

- > Directorio Exportador
- > Estadísticas de Comercio Exterior
- > Estudios de Mercado
- > Estudios a Pedido

ver más >

TENDENCIAS Y EXIGENCIAS DEL MERCADO:

pro|CHILE ^{beta}
35 años

Inicio ¿Quiénes Somos? Servicios de ProChile Actividades Noticias SIAC (Mesa de Ayuda) Mapa del Sitio

ESTUDIOS DE MERCADO

Inicio > Servicios > Información Comercial > Estudios de Mercado

A través de esta página podrá acceder a los estudios de mercado 2009 de cada sector exportador elaborados por las Oficinas Comerciales de ProChile en el exterior . Para conocer la información completa y un resumen de cada informe, haga click sobre los titulares a continuación:

- Aceites Vegetales
- Algas y sus derivados
- **Artesanía**
- Artículos de Ferrería
- Carne y Preparados de Carne
- Condimentos
- Cosméticos y Productos de Higiene
- Crustáceos y Moluscos Congelados
- Crustáceos y Moluscos en Conserva
- Eléctrico - electrónico
- Envases y Embalajes
- Equipos e Insumos Médicos
- Flores y Bulbos
- Hortalizas Deshidratadas
- Hortalizas en Conserva
- Hortalizas Frescas
- Industrias Químicas
- Jugos y Agua
- Lácteos
- Manufacturas de Cobre
- Maquinaria Agrícola
- Maquinaria y Equipo Forestal
- Medicamentos
- medioambiente
- Miel
- Pescado en Conserva

Buscar

Servicios de ProChile

Acciones de Promoción Comercial

- > Ferias Internacionales
- > Iniciativas de Promoción Internacional
- > Semanas de Chile
- > Sabores de Chile

ver más >

Información Comercial

- > Directorio Exportador
- > Estadísticas de Comercio Exterior
- > Estudios de Mercado
- > Estudios a Pedido

ver más >

Asesoría Técnica

TENDENCIAS Y EXIGENCIAS DEL MERCADO:

ESTUDIO DE MERCADO

ARTESANIAS

(ALFARERIA Y ORFEBRERIA)

EN ESTADOS UNIDOS



DOCUMENTO ELABORADO POR LA OFICINA COMERCIAL
DE PROCHILE EN LOS ANGELES, CALIFORNIA, EE.UU.
MARZO 2009

TENDENCIAS Y EXIGENCIAS DEL MERCADO:

Información Estratégica para Exportar

INFORMACIÓN ESTRATÉGICA PARA EXPORTAR



Completas guía **FOTOS PRODUCTOS EXPORTACIÓN** dirigida al exportador chileno: información detallada sobre diversos mercados de destino, oportunidades comerciales, estrategias de negociación, etapas para exportar, trámites aduaneros y más.

-  **SINGAPUR** (marzo 2009)
-  **COLOMBIA** (junio 2007)
-  **AUSTRALIA** (enero 2009)
-  **CANADÁ** (mayo 2007)
-  **CUBA** (septiembre 2008)
-  **HONDURAS**
-  **INDIA** (mayo 2008)
-  **JAPÓN** (septiembre 2007)
-  **COREA** (abril 2008)
-  **GUATEMALA**
-  **PANAMÁ** (marzo 2008)
-  **COSTA RICA**
-  **VENEZUELA** (febrero 2008)
-  **EL SALVADOR**
-  **BOLIVIA** (febrero 2008)
-  **MÉXICO**
-  **BRASIL** (diciembre 2007)
-  **ESTADOS UNIDOS**
-  **URUGUAY** (octubre 2007)
-  **CHINA**

3. PROMOCION COMERCIAL

PENETRACIÓN DE LOS MERCADOS SELECCIONADOS

- ✓ **Ferias internacionales.**
- ✓ **Misiones comerciales.**
- ✓ **Creación de un sitio web efectivo.**
- ✓ **Propuesta comercial.**
- ✓ **Contrato de exportación.**

3. PROMOCION COMERCIAL

Ferias Internacionales

:: Promoción de la oferta exportable a través de la participación en ferias y eventos internacionales.



3. PROMOCION COMERCIAL

¿Por qué participar en ferias internacionales?

- ✓ Oportunidades para conocer mercados en forma rápida y eficiente.
- ✓ Contacto directo con potenciales clientes.
- ✓ Análisis de los productos de la competencia.

3. PROMOCION COMERCIAL

Recomendaciones para participar en ferias

- ✓ Buena presentación de los productos
- ✓ Información de la empresa y productos en inglés e idioma local.
- ✓ Asistir más de una persona por empresa.
- ✓ Constancia en la participación en ferias.

3. PROMOCION COMERCIAL

Recomendaciones para participar en ferias

CHECKLIST DEL VIAJE DE NEGOCIOS

- ✓ Recopilación anticipada de datos generales del país.
- ✓ Verificar formalidades de ingreso (incluso muestras).
- ✓ Planifique anticipadamente un programa de trabajo
- ✓ Programe reuniones con la ayuda de ProChile.
- ✓ Solicite la contratación de un intérprete si lo precisa.
- ✓ Infórmese de las condiciones climáticas.
- ✓ Infórmese sobre las diferencias horarias.
- ✓ Preocúpese de confirmar reuniones antes de viajar

3. PROMOCION COMERCIAL

Creación de un sitio web efectivo

SITIO WEB = CENTRO DE NEGOCIOS



3. PROMOCION COMERCIAL

Creación de un sitio web efectivo

- ✓ Presentación de la historia de la empresa.
- ✓ Ubicación.
- ✓ Calidad de los materiales utilizados.
- ✓ Muestra de Productos de forma atractiva
- ✓ Certificaciones con las que se cuenta
- ✓ Idiomas (poner banderas de idiomas).
- ✓ Atención a clientes (Contáctenos).

3. PROMOCION COMERCIAL

PROPUESTA COMERCIAL: Debe ser realista y eficaz, precisando la información necesaria para captar el interés del importador.

- ✓ Mercancías
- ✓ Cantidad
- ✓ Precio
- ✓ Entrega
- ✓ Formas de pago



3. PROMOCION COMERCIAL

Contrato de Exportación

- DE PALABRA
- POR ESCRITO

“En él se plasman los términos y condiciones bajo las cuales se realizará la exportación”.

- ✓ Cláusulas de compraventa.
- ✓ Formas de pago.
- ✓ Precios.
- ✓ Plazos de entrega.
- ✓ Logística a utilizar (Medios de transporte, envases, temperaturas, lugar de entrega, medio de transporte, etc.).



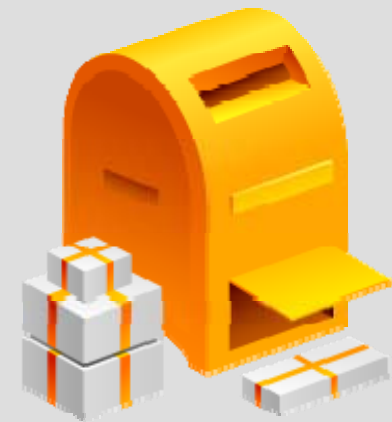
4. ASPECTOS TECNICOS DE UNA EXPORTACION

ENVÍO DE MUESTRAS

⊕ *Permiten al importador ver el producto*

Verificar el cumplimiento de éste en lo que se refiere a:

- ✓ *Normas de calidad,*
- ✓ *Certificado de sanidad,*
- ✓ *Etiquetado y*
- ✓ *Envase.*



4. ASPECTOS TECNICOS DE UNA EXPORTACION

¿Cómo envío muestras al Extranjero?



¿Cuándo es considerado un envío de muestra?

*Aquellas cuyo valor comercial es inferior a los **US\$ 1.000.***

¿Qué documentos se utilizan?

1. Factura Proforma.
2. Certificado de Origen
3. Certificado Fitosanitario o Zoo-Sanitario

4. ASPECTOS TECNICOS DE UNA EXPORTACION

Transporte internacional

Factores a considerar en la elección del transporte:

- ✓ Tipo de mercancía.
- ✓ Medios de transporte disponible.
- ✓ Exigencias del cliente.
- ✓ Precio.
- ✓ Plazos de entrega.



4. ASPECTOS TECNICOS DE UNA EXPORTACION

Cláusulas de Compraventa Internacional

INCOTERMS

Los **INCOTERMS** definen las condiciones de entrega de la mercancía, lo cual influye directamente en el precio de exportación, pues sirven para determinar la responsabilidad de cada una de las partes (**exportador o importador**):

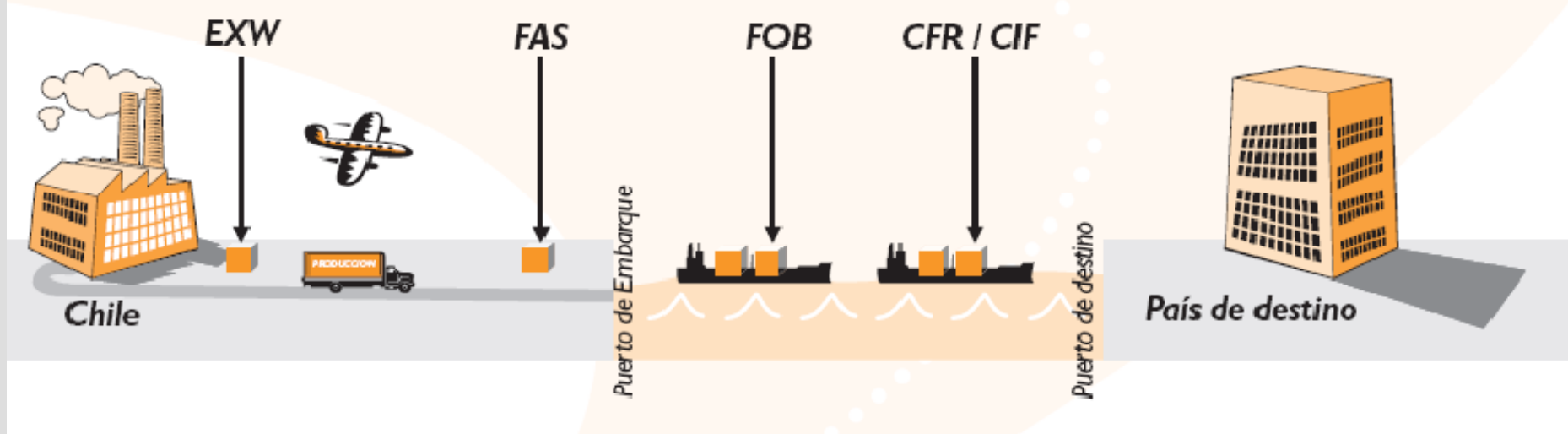
- ✓ Debe pagar el transporte de la mercancía.
- ✓ Debe pagar el seguro.
- ✓ Debe pagar los gastos aduaneros y portuarios.

Establecen en que lugar el exportador ha de poner la mercancía a disposición del importador.

4. ASPECTOS TECNICOS DE UNA EXPORTACION

Que son los Incoterms

Diagrama de los INCOTERMS



4. ASPECTOS TECNICOS DE UNA EXPORTACION

Tipos de Modalidad de Venta

- ✓ Venta a firme
- ✓ Venta bajo condición
- ✓ Venta en consignación libre
- ✓ En consignación con mínimo a firme

4. ASPECTOS TECNICOS DE UNA EXPORTACION

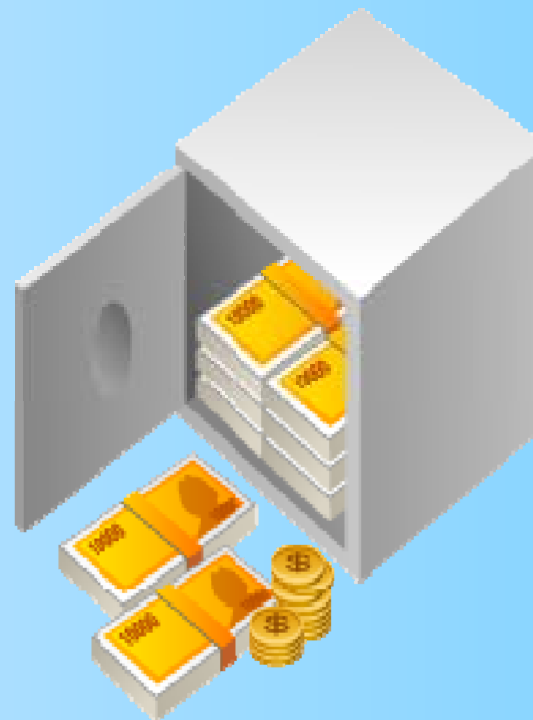
Formas de Pago

- ✓ Orden de Pago
- ✓ En cobranza
- ✓ Carta de Crédito

4. ASPECTOS TECNICOS DE UNA EXPORTACION

Formas de pago:

- ✓ Carta de Crédito
- ✓ Cobranza Extranjera
- ✓ Pago Contado



PARA CONOCER MAS SOBRE EXPORTACION

The screenshot shows the ProChile website interface. At the top left, the logo reads 'pro|CHILE beta' with '35 años' below it. At the top right is the 'Chile' logo with the tagline 'Sorprende, siempre'. A navigation bar contains the following items: 'Inicio', '¿Quiénes Somos?', 'Servicios de ProChile', 'Actividades', 'Noticias', 'SIAC (Mesa de Ayuda)', and 'Mapa del Sitio'. The 'SIAC (Mesa de Ayuda)' item is circled in red. Below the navigation bar is a search box with the text 'Buscar' and a button 'IR'. The main content area is titled 'MESA DE AYUDA' and includes a list of links on the left: 'Carta de Derechos Ciudadanos', 'Presentación SIAC MINREL', 'Preguntas Frecuentes por Tema', 'Glosario de Terminos', 'Tramitaciones Aduaneras', 'Servicios Logísticos', 'Gremios y Asociaciones Empresariales', 'Asistencia al Exportador', and 'Cyberexport'. The central section is titled 'SIAC' and contains the text: 'El Sistema Integral de Atención Ciudadana es el espacio de atención a través del cual se busca satisfacer las necesidades de información con el fin de producir un acercamiento entre la ciudadanía y direcon'. Below this text are two icons: 'Contactenos' (with a person icon) and 'Contacto Telefónico' (with a phone icon). To the right of the 'SIAC' section is a 'Ver más »' link. Below the 'SIAC' section is a section titled 'Aprendiendo a Exportar' with a sub-section 'Exportar Paso a Paso' and the text: 'Provee información fundamental para los interesados en conocer todo sobre el proceso de exportación, de manera simple y clara.' Below this is another 'Ver más »' link. At the bottom of the main content area is a section titled 'Soy un Pequeño Empresario y 20 preguntas claves para exportar' with the text: 'Respuestas claras y precisas para iniciarse en el proceso de una exportación.' On the right side of the page, there are three promotional banners: 'asistencia al exportador' with a globe icon, 'Versión anterior sitio Web hasta abril 2010' with a computer monitor icon, and 'Cyberexport' with a computer keyboard and monitor icon.

CHECKLIST DE UNA EXPORTACIÓN

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ACTIVIDADES DE PENETRACIÓN

NEGOCIACIÓN Y CONTRATOS

DESARROLLO DE LA EXPORTACIÓN

MUCHAS GRACIAS