



Aspectos destacados del primer año de vigencia del Acuerdo de Asociación Chile-Unión Europea

- **Diversificación exportadora.** Uno de los principales resultados de este Acuerdo es la nueva ventana de oportunidades que se ha abierto para los exportadores y, en particular, para las pymes industriales, especialmente de regiones. Esto permitirá tanto ampliar el número de empresas exportadoras como diversificar la oferta de bienes exportables.
- **Promoción de exportaciones y nuevos negocios.** Tanto en las actividades de promoción de exportaciones que Prochile ha desarrollado en el Viejo Continente como en la concreción de nuevos negocios ha destacado el sector de alimentos.
- **Crecimiento de las exportaciones.** El crecimiento de las exportaciones a la UE ha superado todas las expectativas, demostrando la capacidad de nuestros empresarios de aprovechar las nuevas oportunidades. Las exportaciones a la UE crecieron un 18%, cifra que contrasta marcadamente con el 1% que habían crecido en promedio entre el 2000 y el 2002. Los envíos no cobre crecieron un 24%, reforzando la tendencia a una gradual diversificación. Es evidente que la valorización del euro frente al dólar ha influido en este desvío de exportaciones hacia la UE pero la explicación completa debe incluir también la significativa desgravación de aranceles efectuada el 1 de febrero del 2003. Por otra parte, debe considerarse que la actividad económica en la UE en 2003 no creció más allá de 0.5%, por tanto, ha sido la combinación de arancel cero más precios atractivos en euros lo que explica el incremento de las exportaciones a la UE en el primer año de vigencia del Acuerdo. Según las estadísticas de certificado de origen, en este primer año, diariamente se realizaron, en promedio, 150 envíos a la UE que se beneficiaron de las rebajas arancelarias previstas en el Acuerdo. 42.000 envíos fueron los que se beneficiaron de rebajas de aranceles durante el año.

- **Presencia de Chile en la UE.** El Acuerdo también ha colaborado en incrementar la presencia de Chile en la UE y a mejorar la imagen que los europeos tienen de Chile en base a seminarios de difusión en 11 de los países miembros y al trabajo de nuestras embajadas y oficinas comerciales en la zona en los 15 países de la UE.
- **Cooperación.** Todo este proceso se verá apoyado este año por dos proyectos de cooperación: uno para mejorar la inserción de las pymes chilenas y otro para reforzar al sector público chileno en la eficaz implementación del Acuerdo.
- **Ampliación de la UE.** Para este año 2004, el principal desafío es, junto con perseverar en reforzar las áreas anteriores, prepararnos adecuadamente para el ingreso de los nuevos 10 miembros a la UE. Al respecto, a mediados de marzo se realizará en Santiago una reunión de coordinación con la Comisión de la UE para tratar este tema.
- **Nueva relación con la UE.** Todos estos antecedentes van configurando un nuevo tipo de relación entre Chile y la UE, donde los aspectos, políticos, económicos y de cooperación se han visto reforzados y donde surgen nuevos ámbitos, tales como el del turismo y el emergente interés de jóvenes europeos por desarrollar sus prácticas profesionales en Chile y de becarios chilenos.

1. Aumento del comercio

- Un 18% aumentaron las exportaciones desde Chile a la Unión Europea (UE), durante el primer año de vigencia del Acuerdo, representando este mercado el 24% del total de las exportaciones chilenas, considerando las cifras febrero – diciembre 2003. El crecimiento promedio de las exportaciones entre el 2000 y el 2002 fue de 1,1% (promedio de 10,8%, -1,3% y -6,2%) que se compara positivamente con el 18% del año pasado. También se compara positivamente con el 13% de incremento registrado por las exportaciones totales de Chile al mundo para el año 2003.
- Si bien Alemania, Italia, Países Bajos, Francia, Reino Unido y España siguen siendo los principales destinos de nuestras exportaciones hacia la región, acumulando un 85,6% del total, cabe destacar el fuerte incremento que se registró en los envíos hacia destinos menos tradicionales tales como Finlandia, Grecia y Portugal, los que aumentaron por sobre el 60% respecto de igual período del año anterior.
- El cobre sigue siendo nuestro principal producto de exportación con un 44% de participación en el total exportado hacia el mercado de la UE y con un crecimiento en los envíos de 11%, respecto al año anterior. Sin embargo, son

los envíos no cobre los que mostraron mayor dinamismo, mejorando su participación en el total de las exportaciones a la UE.

- Para el período analizado, las exportaciones no cobre aumentaron 24,2%, alcanzando la cifra de US\$ 2.575 millones, lo que representa el 56% del total exportado hacia la UE. Entre estos productos podemos destacar:
 - El metanol, con US\$150 millones y un aumento del 23%. Este producto, que goza de arancel cero tiene un impacto directo en la Región de Magallanes donde Metanex está aumentando su capacidad para hacer frente a esta oportunidad.
 - El vino cabernet sauvignon con envíos por más de US\$91 millones y que vende a la UE casi la mitad de las exportaciones totales al mundo. Más abajo encontramos el Merlot y Chardonnay, ambos en torno a los US\$46 millones
 - la uva fresca sultanina cuyas exportaciones aumentaron un 40,4%, sobrepasando los US\$56 millones, un tercio de todo lo que vendemos al mundo
 - la celulosa con un incremento de 36% y con un monto exportado que bordea los 240 millones de dólares, rubro que también ha aumentado sus inversiones en las regiones del Bío-Bío y de la Araucanía.
 - los concentrados sin tostar de molibdeno que se exportan en un 82,5% al mercado europeo y cuyos envíos registraron un notable incremento de 81,8%, respecto al período anterior y
 - la merluza del sur que registró un aumento de 52,8%, llegando a los US\$30,5 millones, casi la totalidad de nuestras exportaciones al mundo.
- Por su parte, las importaciones desde la UE en el período febrero – diciembre 2003 crecieron un 12,4%, similar al 12,5% de incremento que registraron las importaciones totales del país en el período indicado. De este modo las compras a ese mercado mantienen una participación en torno al 19% del total importado por nuestro país. Como era de esperarse, de los 20 principales productos importados desde la UE, 13 corresponden a maquinarias y equipos y sus similares, ya que la desgravación permite a los chilenos adquirir bienes de capital a un costo menor. Se exhibieron importantes tasas de crecimiento en casos como máquinas para fabricación de celulosa, calderas de vapor, condensadores para máquinas de vapor, coches de viajeros, furgones de equipaje, etc. Además de los bienes de capital destacan automóviles, medicamentos y neumáticos, entre otros.

- Alemania, Francia, España e Italia continúan siendo nuestro principales proveedores europeos, representando en conjunto el 66% del total importado desde la UE.

2. Avanzando en la diversificación de exportaciones

- Un promedio de 150 exportaciones se acogieron diariamente a los beneficios del Acuerdo según las estadísticas de los certificados de origen. En total durante este primer año fueron 42 mil envíos los que vieron rebajados sus aranceles. De ellos aproximadamente la mitad corresponden a bienes agrícolas y pesqueros y el resto son bienes industriales.
- El total de productos enviados a la UE -hasta noviembre del año pasado- fue de 1.442 (un 6,2% más que durante igual periodo del 2002); y correspondieron a 1.848 empresas (un 10,5% de incremento). Del total de empresas que exportan, 550 de ellas aumentaron sus montos enviados a la UE.
- Si bien aún existe una concentración en los envíos, ya que los 15 principales productos representan el 74% del monto total exportado, va aumentando la presencia de bienes con mayor valor agregado. Las exportaciones no tradicionales corresponden al 27% del total. Hasta noviembre del año pasado ya se percibían cerca de 90 nuevos productos de este tipo.
- En un análisis realizado en conjunto con Sofofa se pudieron detectar entre los nuevos productos algunos como: adhesivos, fungicidas, vagones de mantenimiento de vías férreas, telares, ropa de bebé, instrumentos ópticos, manzanilla, máquinas para limpieza o clasificación de frutas, locos en conservas, bulbos de tulipán, tapones de corcho, jardineras de niños, redes de pesca, casas prefabricadas, desodorantes corporales, pianos verticales, ceras odontológicas, bebidas de fantasía y chicles.
- Parte importante de estos nuevos productos representan montos aún pequeños en comparación con el total pero tienen la particularidad de que se trata de pymes y que muchas de ellas están incorporando alta tecnología. Un ejemplo es la fabricación de equipos electrónicos que purifican el aire al interior de cámaras frigoríficas que transportan fruta desarrollo por un grupo de jóvenes ingenieros de Santiago.
- También es interesante destacar aquello que ha sucedido con algunos productos no tradicionales que ya eran exportados. Si se consideran los 20 productos que mostraron un mayor dinamismo; 7 corresponden a la industria alimentaria, 6 a productos químicos básicos, 3 agrícolas y el resto equivalen a instrumentos de medición, tubos de cobre refinado y libros de literatura. Casos

como los instrumentos de medición se observa un crecimiento sorprendente de 746.439,5%, las machas preparadas o conservadas crecieron en un 4.176,3% , las exportaciones de pechugas de pavo trozadas congeladas aumentaron 318,4%.

3. Más inversiones.

- En el marco del proyecto "*Chile País Plataforma*", de las 24 multinacionales que en los últimos años han optado por trasladar importantes funciones a Chile, 14 corresponden a la Unión Europea. Para ellas Chile destaca en la región por su estabilidad política y económica, atractiva combinación de costos y calidad de vida, su capacidad para generar profesionales altamente calificados y una alta competitividad. Elementos que, a la hora de invertir o establecer centros u oficinas regionales, son altamente cotizados por las empresas multinacionales.
- La gama de compañías que han instalado sus núcleos operacionales en nuestro país es amplia. Algunas de ellas se dedican a actividades financieras, tecnología minera, manejo de aguas, suministro de alimentos, líneas aéreas, telecomunicaciones y desarrollo de software, entre otros. Los países de procedencia también son variados destacándose Inglaterra, Alemania, España y Francia.
- Las inversiones europeas también han sido motivadas por la existencia de la red de acuerdo comerciales que Chile tiene. Un ejemplo es el anuncio realizado la semana pasada al Presidente Lagos en Dinamarca. La naviera Maersk decidió invertir US\$100 millones en Valdivia para construir dos barcos que apoyarán las labores de unas plataformas petroleras en Canadá, protegiéndolas de los iceberg. Los inversionistas destacaron que a raíz del Tratado de Libre Comercio Chile-Canadá se beneficiarán de la rebaja del arancel que llega al 25%, al momento de ingresar los barcos a ese mercado.
- Hace pocos meses, en septiembre, en el seminario realizado en Holanda para difundir los beneficios del Acuerdo y las oportunidades económicas y comerciales en Chile, el representante de la multinacional holandesa Akzo Nobel -una de las químico-farmacéuticas más grande del mundo y con presencia en más de 80 países- anunció la decisión de instalar en Chile su central de operaciones farmacéuticas para América, Medio Oriente y África.

4. Visión europea

- Según la información proporcionada por los agregados comerciales de Chile en la UE, durante el primer año de vigencia del Acuerdo varias son las empresas chilenas cuyo intercambio comercial con Europa se ha visto impulsado.

Asimismo, se ha aprecia un creciente interés de parte de los importadores europeos por explorar las diversas alternativas de compras que les ofrece el mercado chileno.

- Para los importadores europeos, la vigencia del Acuerdo no sólo les permite adquirir productos chilenos a menores precios, debido a la rebaja de aranceles, sino que representa un carta de seguridad y estabilidad en las relaciones con el proveedor chileno. La marca Chile ha ido ganando cada día mayor posicionamiento en los consumidores y distribuidores europeos, lo que tiene importantes efectos en la proyección y consolidación de negocios en el largo plazo.
- Por ejemplo, uno de los mayores aumentos de las exportaciones chilenas a Europa se registra en Alemania, con un incremento de 46,7%, donde las productos no cobre registraron un aumento de casi 40%, representando aproximadamente un 45% del total.
- Gracias al Acuerdo los productos chilenos han ido penetrando el mercado europeo en diversos rubros, donde destacan los negocios de carnes rojas y envíos de productos del sector forestal en varios países, así como productos químicos que, por ejemplo, aumentaron sus ventas en un 97% en Italia.
- En otro ámbito el Acuerdo ha tenido un impacto positivo en áreas no necesariamente vinculadas al comercio, como son el aumento del turismo y el interés de jóvenes europeos por realizar prácticas profesionales en Chile

5. Proyectos de cooperación y nuevas áreas.

- En el ámbito de cooperación destacan dos iniciativas que fueron aprobadas el año pasado: el Fondo de Apoyo a la Aplicación del Acuerdo y el Programa de Apoyo a la Creación y Desarrollo de Empresas Innovadoras. El primero de ellos tiene como objetivo favorecer el éxito de la ejecución y puesta en marcha del Acuerdo los ámbitos económicos y de cooperación. Para estos efectos, se definirán anualmente los proyectos, actividades y presupuesto manteniendo siempre la posibilidad de modificar o adicionar actividades específicas, conforme a las necesidades de la propia implementación y ejecución del Acuerdo de Asociación. Todo ello, en permanente consulta con la contraparte Europea. El presupuesto total del Fondo es de 8 millones Euros, de los cuales el aporte de la Comisión Europea asciende a 5 millones de Euros y el aporte nacional a 3 millones de Euros.
- El “Programa de Apoyo a la Creación y Desarrollo de Empresas Innovadoras” presentado por el Ministerio de Economía cuenta con un monto aproximado de 17,2 millones de euros y su propósito es aumentar la competitividad de la

economía chilena, generando actividades de valor añadido. El programa comprende tres áreas: ayuda a la creación de nuevas empresas, apoyo a la modernización de empresas existentes, y el reforzamiento del Sistema Nacional de Innovación. Aquí se incluirán temas como creación de un fondo de producción limpia, reforzamiento del Programa Nacional de Gestión de la Calidad y creación de un sistema de Información sobre las oportunidades comerciales potenciales.

- Al explorar nuevos ámbitos de la relación bilateral destaca la apertura del mercado de servicios ambientales, a través de la exploración de mecanismos de venta de bonos de emisión de carbono, el que al ir desarrollándose facilitará la concreción de proyectos orientados a reforzar un desarrollo medioambiental sustentable. En estos últimos meses se ha detectado un interés particular en este tema por parte de Dinamarca, Alemania y Bélgica.

6. Difusión y Promoción

- En 11 de los países miembros de la UE se realizaron seminarios de difusión de Acuerdo con Chile. A esos eventos asistieron más de mil destacados hombres de negocios europeos, a los cuales se llegó con una imagen de socio sólido y confiable. Todos estos seminarios fueron encabezados por Ministros chilenos y europeos, con una activa participación de dirigentes empresariales de Chile y de ejecutivos de empresas que tienen experiencias de negocios exitosos en la UE. En varios de ellos también estuvieron presentes destacados parlamentarios.
- Las temáticas abordadas fueron desde las oportunidades en el comercio de frutas y vinos hasta las potencialidades en materia de medioambiente y finanzas. En Bruselas se realizó un seminario especial para los funcionarios del servicio exterior de la UE, mientras que en Suecia se organizó un encuentro especial para el mundo académico.

7. Plan de Acción Comercial de ProChile

- Se dio inicio con gran éxito a la **Campaña Sabores de Chile**, cuyo objetivo es posicionar a Chile como proveedor confiable de alimentos y bebidas, teniendo presente, entre otros aspectos, las condiciones sanitarias, de contraestación a lo que se suma en avance en las buenas prácticas agrícola. Se realizaron 2 misiones al mercado Europeo, visitando un total de 6 ciudades: Barcelona, Hamburgo, Londres, Estocolmo, Copenhague y La Haya, en las cuales participaron 47 empresas y 7 asociaciones gremiales.
- Sabores de Chile contó con una excelente evaluación de parte de los empresarios chilenos. Se la evaluó como una iniciativa novedosa, efectiva y de gran impacto pues pone en contacto directo a empresas chilenas con el

conjunto relevante de importadores o distribuidores en cada país, generando importantes externalidades y economías de escala en la promoción que no serían posible obtener para exportadores aislados o agrupaciones exportadoras, sin el concurso de ProChile, de nuestros agregados comerciales y del poder de convocatoria de nuestras embajadas. El efecto de esta campaña ha sido un aumento de las exportaciones, la introducción de nuevos productos, la identificación de nuevos nichos de mercado, el posicionamiento competitivo de Chile en los ámbitos de alimentos y bebidas produciendo el reconocimiento de intermediarios (público objetivo de la campaña). Entre los sectores y productos que destacaron se cuentan: frutos secos, pisco, langostas Isla Juan Fernández, carne bovina, pulpas de papaya y chirimoya, entre otros.

- **Ferias en la UE:** 20 empresas chilenas organizadas por ProChile, participaron en 15 ferias en la Unión Europea. Predominaron las ferias de alimentos, reforzando de esta forma el lanzamiento de la campaña Sabores de Chile que busca posicionar a Chile como un proveedor confiable de alimentos y aportar, a su vez, a la construcción de una marca país. Las ferias se realizaron en: Austria (turismo), Alemania (fruta fresca, alimentos orgánicos, juguetes y tecnologías de la información), Italia (turismo) y Suecia (vino y turismo), Francia (vino, cine y tv y turismo).
- **Otras campañas de promoción:** Se realizaron campaña de la fruta fresca en los mercados de Alemania, Reino Unido, Suecia, España e Italia, de responsabilidad de la Asociación de Exportadores de Chile en estrecha coordinación con Prochile. También se realizó la campaña de Wines Of Chile en Alemania, Irlanda y Reino Unido. A partir de junio, se realizaron Muestra y Cata de vino chileno en los mercados de Bélgica, Holanda, Dinamarca, Suecia y Finlandia. Esto implicó la participación total de más de 100 viñas.
- **Apoyo a exportación de PYMES.** Para apoyar a las pymes chilenas hemos contado con dos instrumentos para el sector exportador. A través del Fondo Promoción Exportaciones Agropecuarias se adjudicaron 33 programas de promoción de exportaciones que tienen destino la UE, por un total de US\$ 4,7 millones en cofinanciamiento con el sector privado. Esto implica beneficiar a 156 empresas e indirectamente 75.000 proveedores e industria relacionada con los sectores a promocionar. Entre los productos que se beneficiarán están: lácteos, miel, productos orgánicos, pisco, aceite de jojoba, flores de corte, caracoles de tierra, berries, deshidratados y hongos silvestres. A través del Programa Interpyme se está apoyando a 20 empresas a iniciarse en el ámbito exportador teniendo como mercado final la UE.
- **Encuentro Exportador:** En noviembre del 2003 también se realizó el Encuentro Exportador en el cual participaron directores comerciales de EE.UU, Corea y UE. Lo anterior, permitió entregar información de primera fuente al sector empresarial en Santiago, Concepción y Puerto Montt. Además se

realizaron reuniones bilaterales con empresarios interesados para llegar a dichos mercados, en total se realizaron cerca de 450 reuniones.

- Durante estos últimos días se ha estado en conversaciones con los empresarios para determinar en conjunto las actividades, países y fechas en que se realizarán las principales actividades de promoción durante este año en la UE.

Productos Estrella en Regiones

- Con el objetivo de focalizar el trabajo de promoción de exportaciones desde las regiones de Chile, se fijaron productos estrella que son aquellos que ostentan un mayor potencial y perspectivas comerciales en la Unión Europea.
- Algunos resultados a destacar son:
 - En la región de Tarapacá se lograron concretar las primeras exportaciones de anchoas a España a través de una pyme local que da empleo a 150 trabajadores. En la misma región se han establecido los primeros contactos para incluir a la fibra de alpaca en diseños pret a porter para Francia, lo que generaría un impulso a la crianza de estos animales en el altiplano.
 - En la región de Antofagasta se han realizado importantes exposiciones de turismo étnico, aventura y arqueología en Austria, Suecia y Francia para promover a San Pedro de Atacama. Esta misma región está impulsando la utilización de microalgas en la industria cosmética, las que se mostrarán en Alemania este año.
 - Las uvas de la Región de Atacama, los ostiones y el pisco de la región Coquimbo, y las paltas de la Región de Valparaíso participaron exitosamente en la Campaña Sabores de Chile. En esta misma campaña, los nectarines de la Sexta Región lograron una concreción de negocios sobre los 400 mil dólares.
 - Los vinos del Maule exportaron US\$46 millones a la UE el año pasado, iniciando sus ventas a Suiza.
 - La carne bovina de la Región del Bío-Bío sin duda que ha sido una de las principales estrellas del año ya que tras la certificación de los frigoríficos de Carnes Ñuble, por primera vez Chile exportó carne a la UE, abriendo un nuevo rubro a desarrollar. Un grupo de ganaderos de esta región viajó a Francia para detectar posibilidades de transferencia tecnológica y comercial.
 - Los exportadores de arándanos de la Araucanía viajaron junto a su Intendente a Italia para establecer contactos de tipo comercial y

tecnológico. Esta temporada se enviarán 100 mil cajas de arándanos, junto a cerezas y espárragos.

- En Madrid y París se promovió la pesca con mosca en la Región de Los Lagos. Al mismo tiempo los bulbos de flores de esta región llegaron a Holanda, lo que da cuenta de la buena calidad de nuestros productos.
- Periodistas europeos han viajado a la región de Aysén a observar los procesos de pesca del salmón. Aysén y la Región de Magallanes están promocionando en conjunto la madera de lenga, especialmente en España.

8. Implementación de la institucionalidad.

- A un año de la entrada en vigor del Acuerdo, la institucionalidad del Acuerdo ha funcionado a cabalidad. Concretamente, en el mes de diciembre, 2003, se realizó la primera reunión del Comité de Asociación, órgano encargado de supervisar la aplicación del Acuerdo e integrado por altos representantes de ambas partes. Dicho comité revisó los aspectos relativos a la implementación del Acuerdo que habían surgido y que podrían surgir, además de acordar un programa de trabajo ante la próxima ampliación de la UE a diez nuevos miembros.
- Durante este primer año se reunieron además los diversos comités especiales encargados de aplicar capítulos específicos, compuestos por técnicos especializados de cada parte. Entre éstos se incluyen: i) comité de aduanas y normas de origen; ii) comité de medidas sanitarias y fitosanitarias; iii) comité de obstáculos técnicos al comercio; iv) comité de vinos. Cada comité cumplió la labor de evaluar el cumplimiento del Acuerdo y resolver algunos temas pendientes. La institucionalidad creada por el Acuerdo ha funcionado a cabalidad, logrando su objetivo de servir de estructura para una efectiva y eficiente administración del mismo.

9. Nuevos miembros

- En mayo próximo debería concretarse el ingreso de 10 nuevos miembros a la Unión Europea, lo que sin duda tendrá una repercusión en el intercambio comercial de nuestro país con ese bloque.
- Los países que ingresarán a la UE pasarán a ser miembros plenos del conglomerado, asimilando todos los aspectos de la política comunitaria en temas comerciales. Ello implicará para Chile un aumento automático del tamaño del mercado ya que se trata de 72 millones de personas. Los países que pasarán a ser parte de la Unión Europea son: Chipre, Eslovaquia,

Eslovenia, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Malta, Polonia y la República Checa.

- De este grupo de países Polonia detenta el mayor nivel de intercambio comercial con Chile, le siguen Letonia, Estonia y Lituania. Actualmente las exportaciones más importantes de Chile a los nuevos miembros de la Unión Europea son los vinos con denominación de origen, pescados y frutas
- La ampliación de la Unión Europea hacia estos 10 nuevos países generará potenciales negocios para nuestro país. En efecto, ya existe intercambio comercial con todos ellos, a pesar de que el flujo comercial es marginal si se compara con los montos que se intercambian con los actuales 15 miembros de la Unión Europea. Por lo anterior, al disminuir el arancel que estos países aplicarán a los productos chilenos a un nivel de 0%, debido a su adhesión a la Unión Europea, el incentivo para exportar hacia esos mercados será mayor.

Santiago, 30 de enero de 2004