

Sobre la encuesta para conocer la realidad de la utilización del TLC Chile - Japón

De nuestra consideración

Primero que nada agradecemos vuestra cooperación en esta encuesta. Es un agrado poder informarles el resultado de dicha encuesta y con esto deseamos contribuir en vuestros negocios. También queremos informarles que nosotros utilizaremos esta encuesta como información básica para generar con los gobiernos de Chile y de Japón un ambiente de negocio aún mejor.

Saluda atentamente.

Nota

< Resumen de la Encuesta >

- ✓ Período de la Encuesta : Desde el 27 de Octubre de 2014 hasta el 24 de Noviembre de 2014
- ✓ Cuestionarios enviados : 58 empresas
- ✓ Empresas contestadas : 33empresas Tasa de respuestas: 56.9%

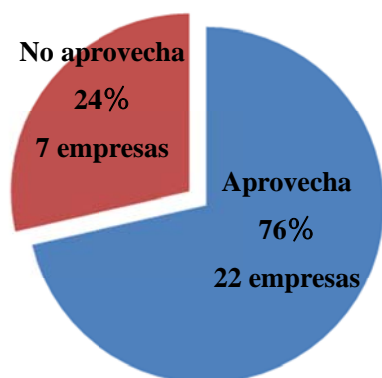
(Nota: Sobre los ítems contestados al igual que el año pasado, ver la encuesta del año anterior.

En caso de no haber contestado el año pasado, ver la del año antepasado)

(Nota: Respecto de los comentarios, fueron editados adecuadamente para evitar la identificación de la empresa)

1. Sobre la utilización de la franquicia del TLC entre Chile y Japón

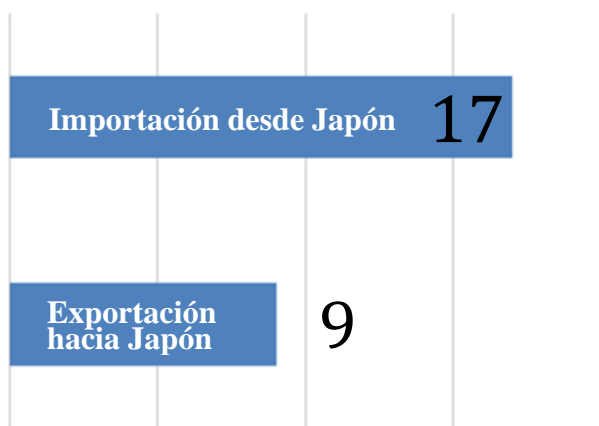
✧ Hay o no hay utilización de TLC



Entre las empresas que contestaron que no utilizaban TLC (varias), “Los productos ya tenían cero arancel antes del TLC” (5 empresas), “Los productos están excluidos de franquicias” (2 empresas) son la mayoría. En las empresas que se pueden aprovechar el TLC lo utilizan.

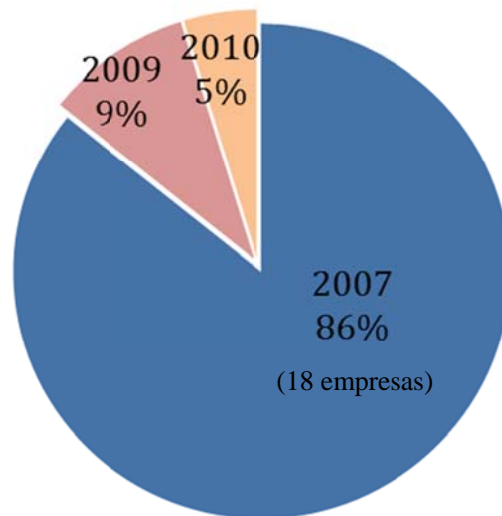
*Entre las respuestas “No utiliza”, las 4 empresas que no trabajan en el comercio exterior las excluimos de esta estadística.

(1) Sobre la modalidad de uso

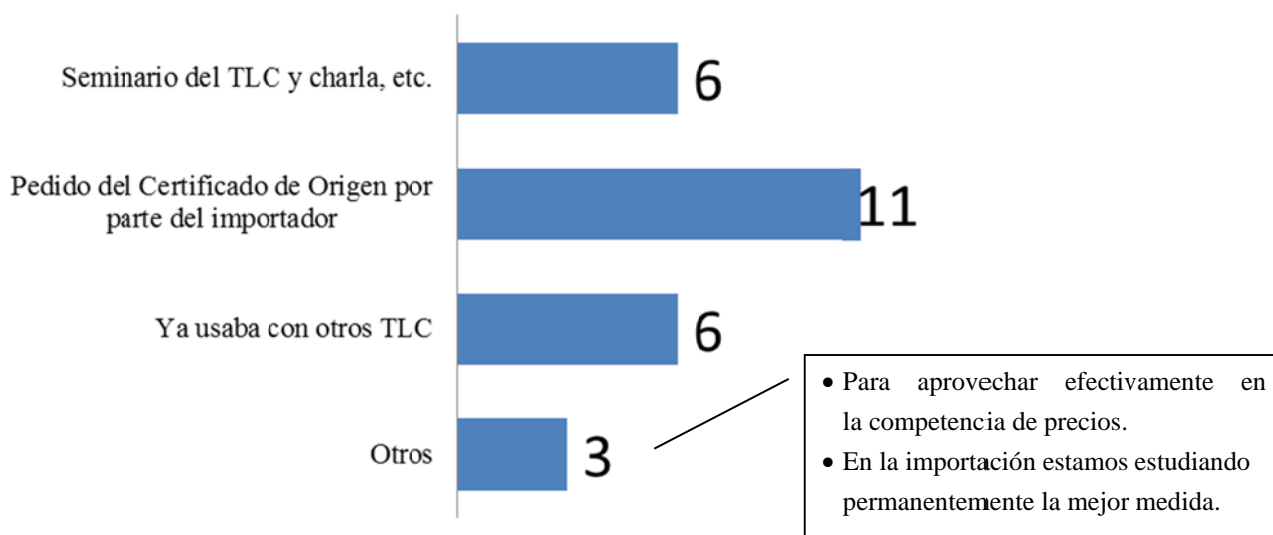


(Casos)

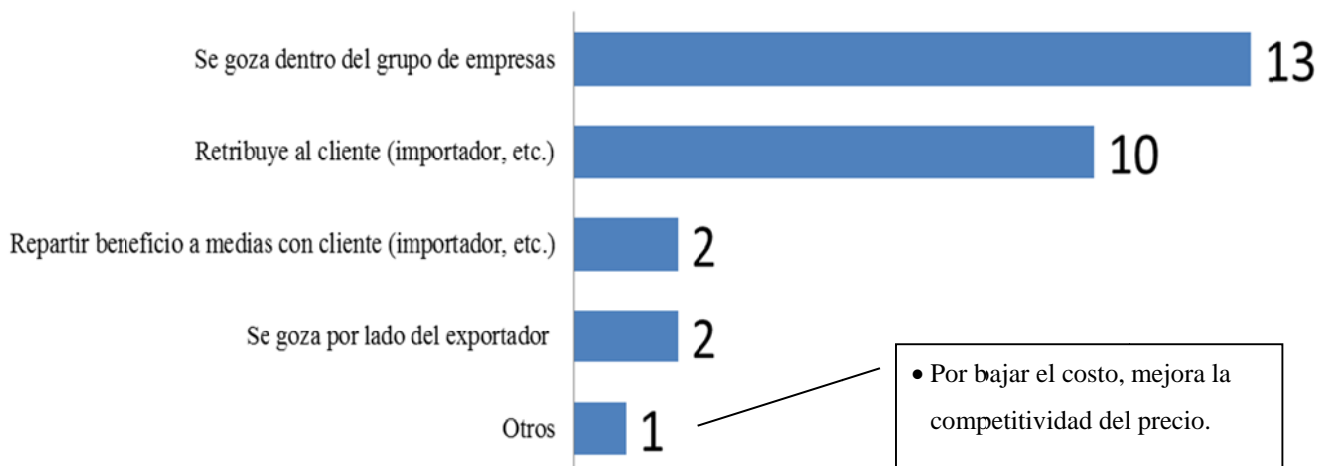
(2) Sobre el año de inicio



(3) Motivo para iniciar utilización del TLC



(4) Sobre el goce del mérito de franquicia del TLC



2. Situación del uso de franquicia sobre los productos importados de Japón

[Productos importados de Japón]

Vehículo (armado), Moto (armado), Camiones de gran tamaño (terminados), Piezas de camiones pequeños y medianos (SKD), Maquinarias para construcción, Neumático para vehículos (incluye camión), Llantas y neumáticos para la minería, Sensor de presión y temperatura para el neumático, Repuestos, Bomba, Generador eléctrico, Dispositivos de control de planta, Acumuladores eléctricos, Calderas, Chancadoras, Máquina minera, Herramientas eléctricas, Máquina deshuesadora automática para avicultura, Rebanadora de alimentos, Broquetadora automática, Cámara fotográfica digital, Cámara de video, Pizarra electrónica, Equipos e instrumentos médicos, Ácido sulfúrico, Materias primas para productos químicos, Policarbonatos, Hilos, Redes, Cuerdas, Bolsas para embalaje de productos, Instrumental de precisión para laboratorios

[Productos favorecidos por franquicia]

Vehículo (armado), Moto (armado), Camiones de gran tamaño (terminados), Piezas de camiones pequeños y medianos (SKD), Maquinarias para construcción, Neumático para vehículos (incluye camión), Llantas y neumáticos para la minería, Sensor de presión y temperatura para el neumático, Repuestos, Bomba, Generador eléctrico, Dispositivos de control de planta, Acumuladores eléctricos, Calderas, Chancadoras, Máquina minera, Herramientas eléctricas, Cámara fotográfica digital, Cámara de video, Pizarra electrónica, Equipos e instrumentos médicos, Ácido sulfúrico, Materias primas para productos químicos, Policarbonatos, Redes, Cuerdas, Bolsas para embalaje de productos

3. Situación del uso de franquicia sobre los productos exportados a Japón

[Productos exportados a Japón]

Salmón y trucha, Erizo, Vino, Harina de pescado, Aceite de pescado, Carne de cerdo, Fruta(berry, palta), Pescado congelado, Vegetales deshidratados, Reds, Flotadores, Algas, Ácido algínico, Chips de madera, Concentrado de cobre, Lingotes de cobre, Concentrado de molibdeno, Yodo

[Productos favorecidos por franquicia]

Salmón y trucha, Erizo, Vino, Aceite de pescado, Carne de cerdo, Fruta(berry, palta), Pescado congelado, Vegetales deshidratados, Reds, Flotadores, Yodo

4. Sobre el problema de la utilización de la franquicia del TLC Japón – Chile

(Problemas surgidos en el pasado, etc.)

- Se necesita tiempo para reunir los documentos (certificado de origen y otros) necesarios para los trámites.
- En la obtención de un certificado de origen, se excluyen del cálculo los «productos internos» que ocupan una gran parte.
- Hay diferencia en el modelo del año del código HS que se aplican en las aduanas japonesas y chilenas y hay alguna discrepancia para aplicar el código HS en mismo producto.
- Cuando se exportan a Japón productos procesados en Chile con materias primas primarias importadas desde Argentina, el gobierno de Chile no emite un certificado de origen, dada la proporción de materias primas importadas. Asimismo, dado que el gobierno argentino tampoco emite un certificado de origen, se queda en un suspenso sin poderse emitir el certificado.
- Por la diferencia de punto de vista con la aduana sobre la clasificación y el alcance de los productos que se pueden gozar del beneficio del TLC, por la importación del pasado tuvimos un largo pleito y por fin en el noviembre de 2013 fue reconocido nuestra opinion.

5. Sobre el problema que se genera en la inversión y servicio del TLC Japón – Chile

- Se necesita algo de tiempo desde la solicitud de visa hasta su emisión.
- La protección a las inversiones e intereses enfrenta problemas (relacionados con los pueblos originarios).

6. Sobre la disminución de restricciones vigente, expectativas de introducción de incentivos, problemas etc.

Indicación y demanda principal:

- Pronta concertación del Tratado Tributario.
- Debido a que también hay empresas japonesas que contribuyen con las empresas chilenas cuya carga impositiva es mayor que antes de la reforma tributaria, se espera la incorporación de algún tipo de medida frente a la reforma o de algún incentivo para promover la inversión.
- Moderación de las medidas administrativas en la obtención del permiso ambiental.
- Por establecer un régimen de introducción de incentivo para la eficiencia energética y energía renovable, por ejemplo, establecimiento del precio de venta de electricidad, disminución del impuesto en el periodo inicial, etc. que ya existe en otros países, puede acelerar emprendimiento de este sector.
- Introducción del incentivo para vender vehículos ecológicos (Auto híbrido o auto eléctrico).
- Introducción de un incentivo en la industria y el servicio del reciclaje del neumáticos desechados.
- Fortalecimiento de control para productos de imitación como motocicleta, motor, generador eléctrico, etc.
- Disminución del impuesto de 35% a los vehículos corporativos comunes.

7. Sobre la propiedad intelectual

(1) Situación del daño por productos piratas

Hay el daño : 5 empresas / No hay el daño : 24 empresas

(2) Comentarios sobre la ruta de importación, puerto, ruta de venta, etc. (Parcialmente editado)

- Se desembarcan en Puerto de Iquique y van a norte de Chile, Bolivia y sur de Perú.
Se desembarcan en Puerto de Valparaiso y trasladan a norte y sur de Chile.
- Ruta de entrada es norte de Chile, puede ser que vienen de Estados Unidos.
- Están vendiendo las imitaciones chinas a través de Iquique.

(3) Desea o no la realización del comité de propiedad intelectual

Deseo : 4 empresas / No deseo : 20 empresas

8. Efecto y expectación por “Alianza del Pacífico”

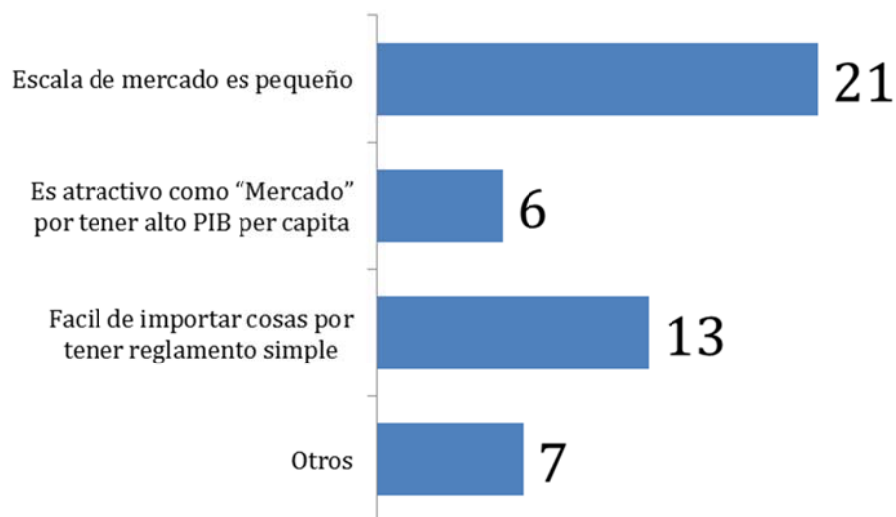
Realizamos una encuesta sobre el efecto de “Alianza del Pacífico” para su empresa y la expectación de lo mismo, 21 empresas respondieron.

Por un lado hay comentarios positivos como : “Suaviza la transacción entre los países miembros”, “Que el mercado se amplíe, brinda mayores oportunidades de ampliar el comercio”. Por otro lado, 12 empresas contestaron que “No hay efecto”.

- Suaviza la transacción entre los países miembros y crecen el negocio.
- Exportando productos fabricados dentro de la alianza no solo a Japón, sino que también a otros países miembros, es posible evaluar una base de fabricación y venta más estratégica.
- Dado que con la exportación de productos con una alta proporción de materias primas importadas desde Japón en ocasiones ocurren problemas que toman tiempo, es de esperar que se adopten normas de origen acumulativas.
- Que el mercado se amplíe de un país a todos los miembros de la alianza brinda mayores oportunidades de ampliar el comercio.
- Se espera el fomento a la importación a Chile desde las fábricas ubicadas al interior de la zona.
- Se espera el aumento del transporte marítimo, gracias a la reactivación del comercio dentro de Sudamérica.
- No hay efecto significativo.

9. ¿Qué opina acerca del Chile como mercado de consumo ?

Realizamos esta encuesta desde el punto de vista de “Mercado consumidor” y obtuvimos respuesta de 30 empresas. Las 21 empresas (70%) consideran que 「Mercado es pequeño」, sin embargo, hay empresas japonesas que considera a Chile como el mercado piloto del negocio en Sudamérica debido a la reglamentación simple (13 empresas) y alto PIB per cápita (6 empresas).



<Otros comentarios>

- Dada su estabilidad económica y su apertura ante la exportación e importación, es muy atractivo como país de entrada.
- El tamaño es pequeño, pero tiene posibilidades ocultas como el aumento en el ingreso, entre otras.
- Puede esperar una expansión sostenida en adelante como el mercado para las maquinarias mineras y de construcción.
- Se espera que a futuro aumente también el rubro minero, lo que resulta atractivo (mercado B2B).
- Hay expectativas de crecimiento en el consumo de ingredientes y productos procesados de comida japonesa
- Hay una barrera muy alta para participar debido a la oligopolización del detallistas grandes.
- Termina convirtiéndose en un mercado que compite por vender barato.

10. ¿Qué opina de Chile como base para la fabricación (Fábrica) en Sudamérica? (Solo fabricante)

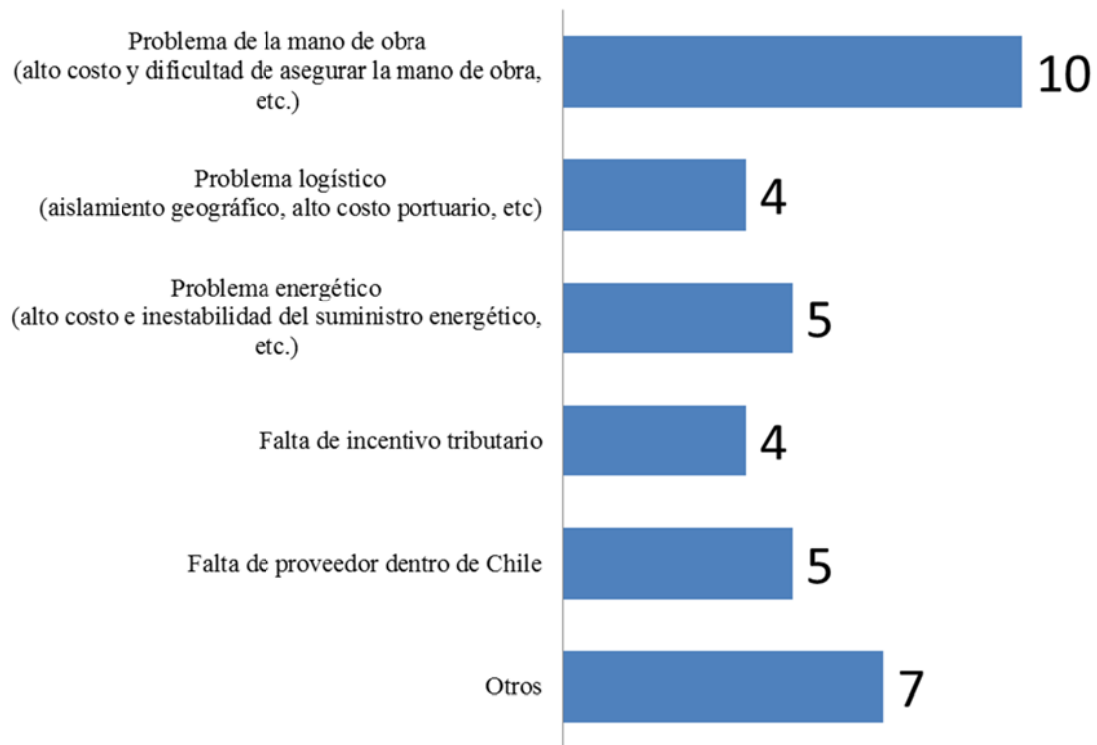
(1) ¿Es atractivo Chile como para fabricar productos? (Respuesta solo fabricante: Total 10 empresas)

Sí : 7 empresas / No : 15empresas

(2) Razones por contestar 「Sí」

- Los gastos de personal son altos y hay dificultades en el ámbito de la contratación, pero hay mucho recurso humano trabajador y competente, lo que hace posible que se tomen iniciativas para aumentar la productividad.
- Es atractivo como el productor de materia prima.
- Alta potencialidad en el futuro en la explotación de la mina de cobre por la gran reserva.
- Tiene buena competitividad como el base de la exportación de los productos pesqueros.
- El gobierno es relativamente estable.

(3) Razones negativas para instalar fábrica en Chile en comparación con otros países sudamericanos.



<Otros comentarios>

- Como base de fabricación, el mercado es pequeño.
- En términos geográficos, el costo de exportar a los países vecinos es demasiado alto.
- La normativa medioambiental es cada vez más estricta y aumentan los costos aparejados.

Fin