



Seminarios virtuales Miércoles del exportador

# Oportunidades comerciales en el mercado chileno

---

Lima, 10 de abril de 2024

**Franklin Flores**

[ffloresv@mincetur.gob.pe](mailto:ffloresv@mincetur.gob.pe)



1

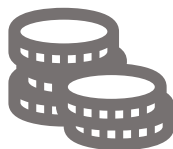
# Análisis del mercado de Chile

# Mercado chileno



**19.6 millones de habitantes**

Fuente: Banco Mundial



**US\$ 15 355.5 PBI per cápita**

Fuente: Banco Mundial



**2.4% crecimiento PBI (% anual, 2022)**

Fuente: Banco Mundial



**11.6% inflación (% anual, 2022)**

Fuente: Banco Mundial



**INTERCAMBIO COMERCIAL**  
(miles de millones US\$ FOB)



Fuente: ITC TradeMap

## Composición del PBI, por sector de origen



Agricultura  
4.2%



Servicios  
63%



Industria  
32.8%

## Composición del PBI, por uso final



Consumo de hogares 62.3%



Consumo de gobierno 14.0%



Inversión de capital fijo 21.5%



Inversión de inventarios 0.5%

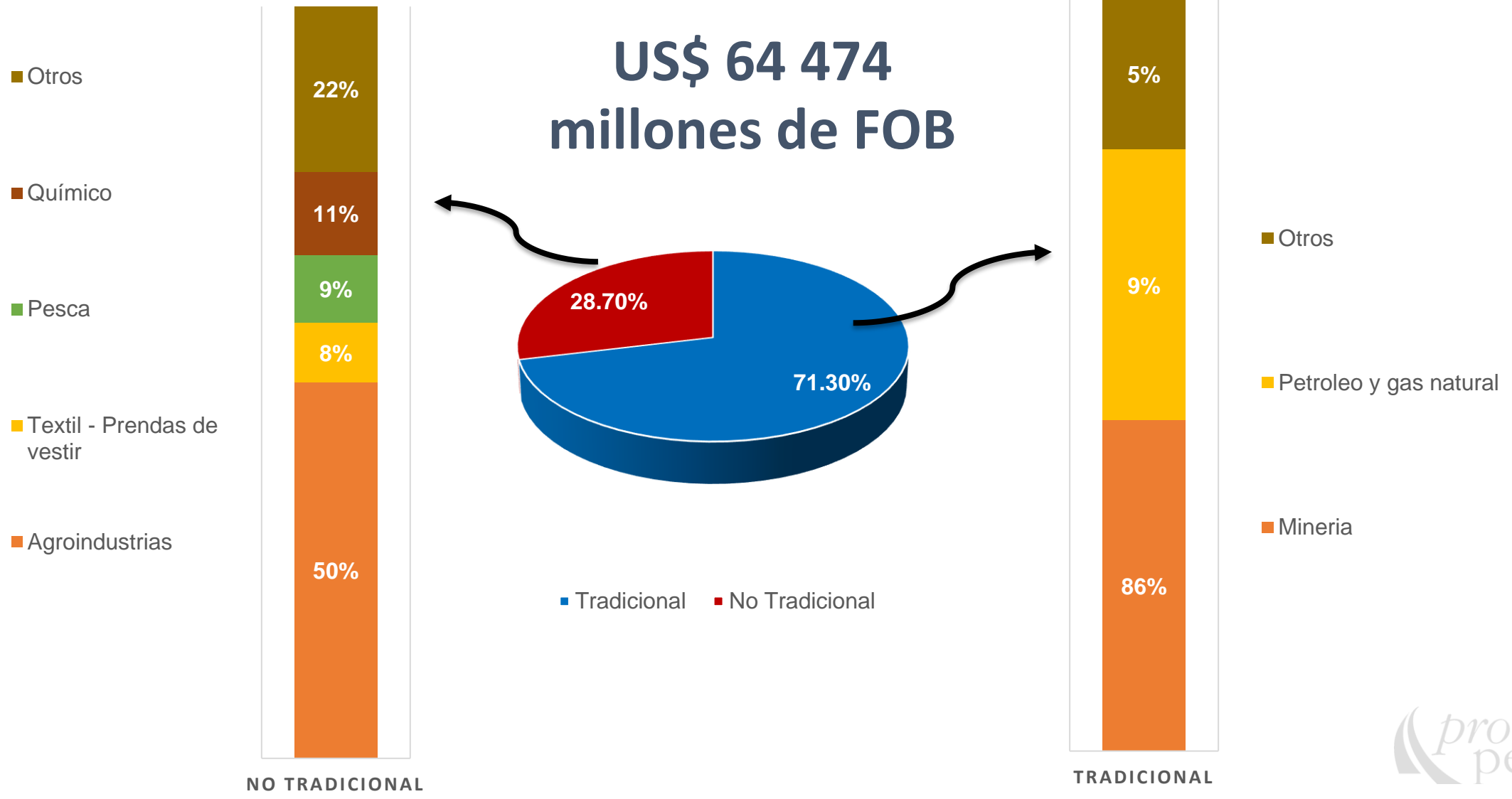


Exportaciones de bienes y servicios 28.7%



Importaciones de bienes y servicios -27.0%

# Exportaciones peruanas a Chile



# Exportaciones peruanas a Chile



## Pesca

Moluscos	US\$ 927 millones
Pescados	US\$ 398 millones
Crustáceos	US\$262 millones



## Textil -Vestimenta

Prendas de punto	US\$ 1083 millones
Tejidos	US\$ 175 millones
Fibra	US\$ 136 millones



## Agronegocios

Prendas de punto	US\$ 1083 millones
Tejidos	US\$ 175 millones
Fibra	US\$ 136 millones

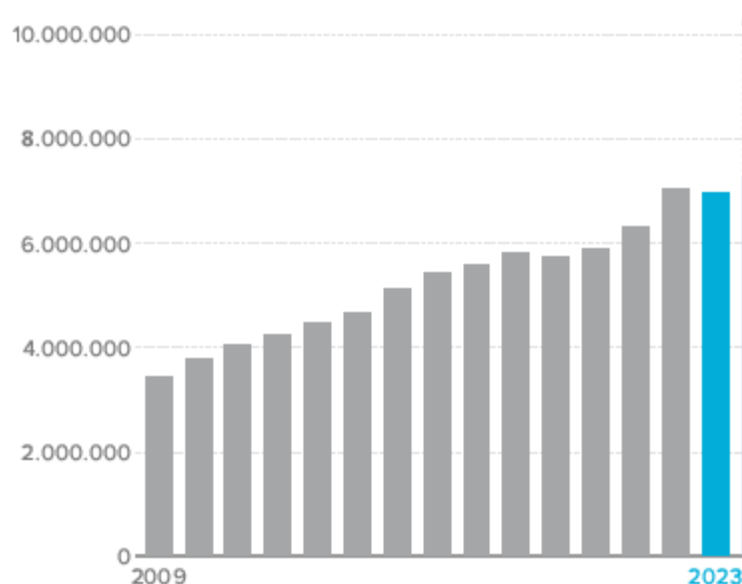
# Supermercados en Chile

Los supermercados siguen siendo un importante canal de alimentación, y el número de tiendas sigue creciendo dinámicamente.

## Sales of Supermarkets

Retail Value RSP excl Sales Tax - CLP million -  
Current - 2009-2028

**6.940.003**



Fuente: Euromonitor

Las ventas en supermercados de Chile en 2023:

- Bajaron ligeramente comparadas con el crecimiento del año anterior.
  - Siguen siendo significativamente más altas que antes de la pandemia.
  - Son superiores a las ventas de cualquier otro canal minorista de comestibles en Chile.
- 
- El número de establecimientos dentro de los supermercados continuó creciendo en 2023.
  - Su ubicación estratégica cerca de áreas de alto tránsito (transporte público y viviendas) les permite captar clientes de pequeños comercios.
  - Los formatos más pequeños son más fáciles de abrir en ciudades secundarias y reducen costos.
  - Las recientes aperturas de Cencosud, Walmart y SMU incluyen más cajeros de autoservicio y otros servicios.
  - Esto aumenta el tiempo de entrega, reduce costos y facilita la reasignación de personal dentro de las operaciones.

# Supermercados en Chile

**El compromiso impulsado tecnológicamente no es un enfoque para los jugadores**

- La tecnología en los supermercados aún está en sus primeras etapas, con solo programas piloto y eventos especiales que utilizan experiencias personalizadas.
- Se necesita más innovación para que los supermercados compitan con los hipermercados.
- Los hipermercados buscan conectarse con los consumidores que exigen experiencias nuevas y emocionantes

**Brand Shares of Supermarkets**  
% Share (LBN) - Retail Value RSP excl Sales Tax - 2023



Fuente: Euromonitor

**Company Shares of Supermarkets**

% Share (NBO) - Retail Value RSP excl Sales Tax - 2023



# Frutas y vegetales congelados

1.

Las ventas de valor minorista aumentan un **17 %**

2.

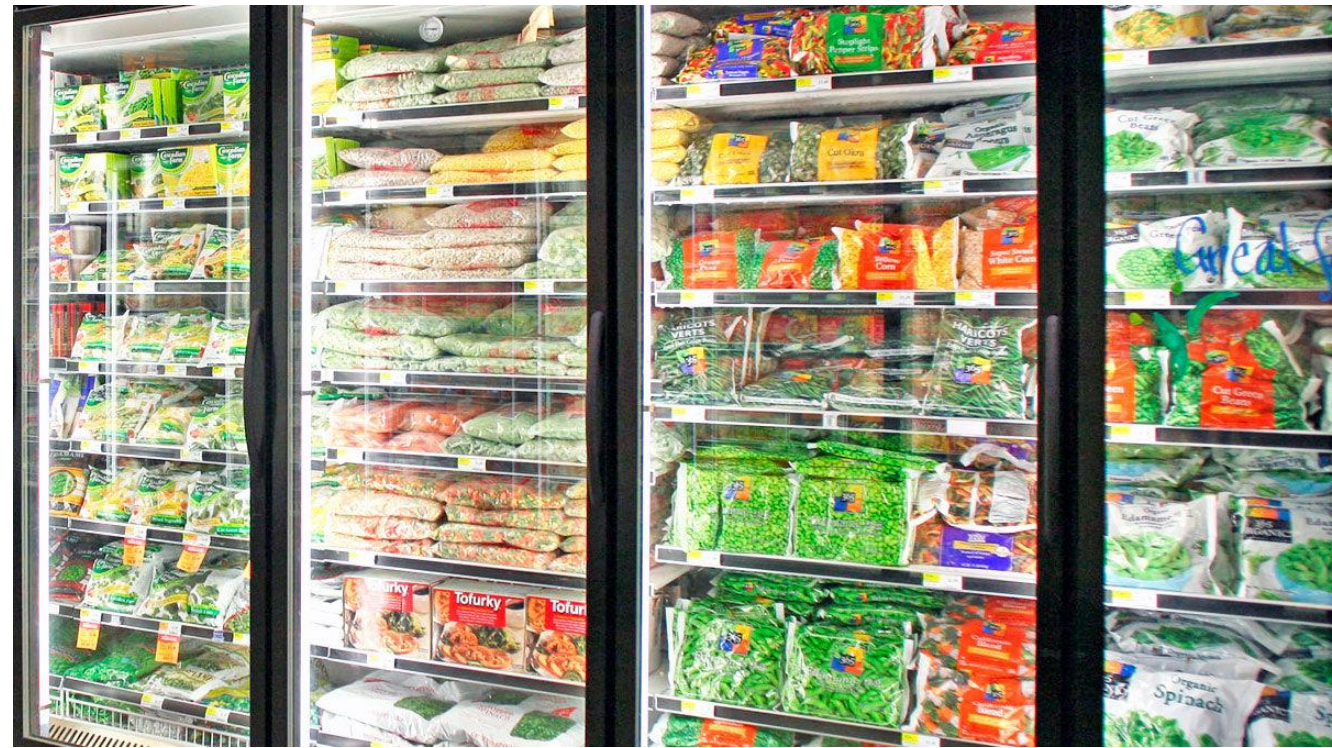
Consumo per cápita de verduras congeladas es de **3.5 kg** aproximadamente.

3.

Agrícola Frutos del Maipo Ltda es la empresa líder en 2023, con una cuota de valor minorista del **18 %**.

4.

Se prevé que las ventas minoristas aumenten a un valor actual de CAGR del **5 %** (valor constante de CAGR de 2023 del **2 %**)



# Ropa y calzado en Chile

1.

Las promociones y la comodidad se han convertido en las principales prioridades para los consumidores chilenos en el contexto económico actual.

2.

La ropa deportiva y la ropa informal continúan prosperando debido a la tendencia de salud y bienestar.

3.

La sostenibilidad sigue siendo una preocupación para la ropa y el calzado.

4.

Falabella SACI mantiene su liderazgo general en ropa y calzado en 2023,



# Ropa para mujeres en Chile

1.

Las ventas de valor minorista crecen un 3% en términos actuales en 2023.

2.

La ropa de abrigo para mujer es la categoría con mejores resultados en 2023, con un aumento de las ventas de valor minorista del 4 %

3.

La popularidad continua de la ropa deportiva en Chile.

4.

La creciente conciencia ecológica de Chile en la moda



# Ropa para hombres en Chile

1.

El crecimiento de la ropa masculina chilena se ralentiza en medio de la incertidumbre económica.

2.

Equilibrio entre comodidad y profesionalidad.

3.

El encanto del comercio electrónico en la ropa de hombre chilena



# Ropa para niños en Chile

1.

Continúa el descenso de las ventas de valor de la ropa infantil en Chile (-3%).

2.

El impulso de la vuelta al cole disminuye en medio del aumento de los precios uniformes.

3.

La creciente popularidad de la ropa infantil de segunda mano

4.

El atractivo de la ropa infantil unisex en Chile



# Perfil del comprador chileno

1.

Es de postura estricta y centrada, orientada a concertar acuerdos de media y largo plazo.

2.

Es relevante la puntualidad, formalidad (protocolos) y las relaciones personales y de confianza .

3.

Manifiestan su posición (positiva o negativa) y forma clara y directa.

