

CÓMO HACER NEGOCIOS CON EL REINO UNIDO 2018

1. RELACIONES BILATERALES CON CHILE

1. BREXIT

La reciente decisión del Reino Unido de dejar de ser parte de la Unión Europea tendrá varias consecuencias que escapan al análisis de este informe y que todavía se encuentran en terreno bastante incierto, sin embargo, según las expectativas de un análisis gubernamental filtrado por la prensa en enero, las consecuencias que podrían verse en distintos temas serían las siguientes:

- Gran Bretaña se vería peor en todos los escenarios económicos después del Brexit, siendo servicios financieros, manufacturas y ventas al por menor las industrias más afectadas.
- Se espera que este documento fortalezca la posición de los ministros británicos que presionan por un Brexit suave después de marzo de 2019, debido a que el escenario de *soft brexit* es el que presentaría consecuencias menos dañinas para la economía.
- El análisis sugiere que un escenario "sin acuerdo" con la Unión Europea, según el cual Gran Bretaña volvería a las reglas de la Organización Mundial del Comercio, reduciría el crecimiento económico del Reino Unido en 8 puntos porcentuales en los próximos 15 años en comparación con las previsiones actuales.
- Bajo un escenario de acuerdo de libre comercio con la UE, el crecimiento sería 5 puntos porcentuales más bajo durante el mismo período.
- La opción de *Soft Brexit* de continuar el acceso al estilo noruego al mercado único de la UE a través de la membresía del Área Económica Europea (un acuerdo que descarta la primera ministra Theresa May) reduciría el crecimiento en 2 puntos porcentuales.
- El análisis sugiere que Gran Bretaña sufriría un mayor golpe al crecimiento en el caso de un *Hard Brexit* en comparación con un pronóstico producido por el Tesoro Británico antes del referéndum de 2016. Sin embargo, habría un golpe menor en el caso de un *Soft Brexit*.

2. ACUERDOS Y/O TRATADOS COMERCIALES VIGENTES

▪ Acuerdo de Cooperación Económica:

El Acuerdo Cooperación Económica y Comercial de Libre Comercio con la Unión Europea, del cual el Reino Unido es parte, está vigente desde febrero del año 2003 y otorga beneficios arancelarios a la gran mayoría de los productos chilenos que se envían o podrían enviarse al Reino Unido. Actualmente existen algunas excepciones como es el caso del aceite de oliva. Luego del referéndum del 23 de junio de 2016 en que el Reino Unido tomó la decisión de salir de la Unión Europea, se desconoce el destino de los acuerdos entre Chile y este país, sin embargo, se espera que Reino Unido no deje de ser parte de la Unión Europea hasta 2019, y de haber un nuevo acuerdo, se espera que las condiciones sean similares a las que se tienen con la Unión Europea actualmente.

El Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea (UE) y Chile ha sido un vehículo fundamental para profundizar los lazos comerciales entre las partes no sólo desde el punto de vista del flujo de bienes, servicios e inversiones, sino que además ha sido una importante herramienta para hacer un seguimiento oportuno de las relaciones bilaterales. En efecto, en el Acuerdo se ha ido liberalizando progresiva y recíprocamente el comercio de mercancías. En éste se abarcan materias de servicios, contratación pública, liberalización de las corrientes de inversión y de capital, así como la protección de los derechos de propiedad intelectual, la cooperación en la esfera de la competencia y la solución de diferencias. Además, contiene disposiciones sobre cuestiones aduaneras, normas y reglamentos técnicos.

A la fecha de suscripción del Acuerdo, la Comunidad estaba representada por 15 países. En mayo de 2004 se amplió en diez países, tras la incorporación de Chipre, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Malta, Polonia y República Checa. A su vez, a partir del 1 de enero de 2007, Bulgaria y Rumania ingresaron a la UE, luego, a partir del 1 de julio de 2013 ingresó Croacia, por lo que actualmente el Acuerdo de Asociación involucra 28 países.

El 1 de febrero del 2018 se cumplieron 15 años de la firma del acuerdo comercial de Chile con Europa. Desde la introducción de este acuerdo en el año 2003, el comercio de bienes entre Chile y la Unión Europea ha mostrado una tendencia creciente, salvo durante los años de la crisis financiera e inestabilidad global de los mercados financieros.

En efecto, el intercambio comercial con la UE durante el año 2017 totalizó US\$ 18.407 millones, mostrando un aumento de 4,1% respecto a 2016, y con un déficit en la balanza comercial para Chile de US\$ 1.090 millones.¹

Para mayor información del Acuerdo de Cooperación Económica y Comercial de Libre Comercio con la Unión Europea visitar la página web de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON): www.direcon.gob.cl.

- **Convenio de Doble Tributación:**

Los convenios de esta naturaleza determinan cuáles son las rentas que van a ser gravadas en cada uno de los países firmantes. En sí mismos estos convenios no contemplan beneficios o rebajas a los gravámenes, proporcionan en cambio una mayor certidumbre jurídica respecto a la distribución de las cargas tributarias que un inversionista, por ejemplo, pagará en uno u otro de los países contratantes. Esta certeza constituye un importante incentivo e incide en el aumento de los flujos de negocios bilaterales. En el caso del convenio entre Chile y el Reino Unido, éste fue firmado por las autoridades competentes el 12 de Julio de 2003 en Londres y entró en vigor el 21 de diciembre de 2004. Se aplica con respecto a los impuestos sobre las rentas que se obtengan y a las cantidades que se paguen, abonen en cuenta, se pongan a disposición o se contabilicen como gasto. En resumidas cuentas, el convenio busca evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal con relación a los impuestos a la renta y sobre ganancias de capital.

Para mayor información acerca de los convenios de doble tributación visitar la página web del Servicio de Impuestos Internos (SII): www.sii.cl.

¹ Fuente: Banco Central de Chile

3. COMERCIO CON CHILE

- **Evolución del intercambio comercial Chile – Reino Unido:**

Durante el año 2017, las exportaciones desde Chile al Reino Unido alcanzaron un total de US\$ 584 millones de dólares, lo que representa una disminución de un 7,2% con respecto al año 2016.

Considerando todo tipo de productos, es decir incluidas exportaciones tradicionales y no-tradicionales, el Reino Unido se ubica como el destino número 21 para las exportaciones chilenas y séptimo entre los destinos europeos. Sin considerar las exportaciones de cobre, el Reino Unido se ubica como el destino número 11 de las exportaciones de nuestro país.

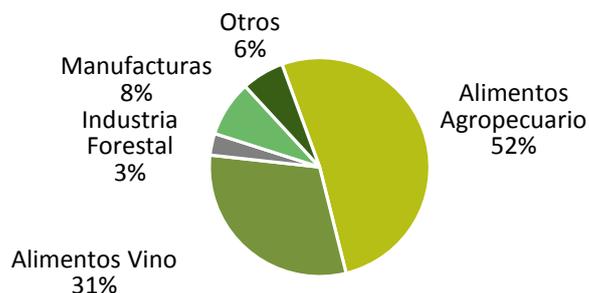
Evolución Comercio Exterior entre Chile y el Reino Unido (2012 – 2017)

Comercio Exterior	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Exportaciones (US\$ mm FOB)	715	690	723	673	629	584
Crecimiento (%)	-1,9%	-0,9%	4,8%	-6,9%	-6,5%	-7,2%
Importaciones (US\$ mm CIF)	892	1.467	847	541	472	574
Crecimiento (%)	-34,3%	64,5%	-42,7%	-36,1%	-12,8%	21,6%
Intercambio Comercial (US\$ mm)	1.604	2.173	1.563	1.214	1.101	1.158
Balanza Comercial (US\$ mm)	-180	-763	-117	132	157	10

Fuente: Banco Central.

Las exportaciones chilenas hacia el RU se concentran más que nada en alimentos y bebidas para consumo humano (más del 80% del total) y dentro de este grupo los principales productos son vino y fruta fresca (uvas, arándanos y manzanas principalmente); las carnes (especialmente de ave y cerdo) y las frutas deshidratadas (ciruelas secas y pasas). Entre los productos no alimenticios que se exportan al RU, se destacan papeles y cartones de distinto tipo, pulpa de madera y maderas aserradas, aglomeradas o laminadas.

Exportaciones Chilenas al Reino Unido por sector (2017)



Fuente: ProChile en base a datos entregados por el Banco Central.

Principales Productos Chilenos Exportados al Reino Unido (2017)

Nº	Tipo de producto	2017 (US\$ millones)	%
1	Vinos	179	30,7%
2	Fruta Fresca	222	38,0%
3	Otros Productos de papel y cartón	26	4,5%
4	Carnes procesadas y/o congeladas: Aves	23	3,9%
5	Deshidratados de Frutas y Hortalizas	27	4,6%
6	Productos del Mar	17	2,9%
7	Productos Forestales	22	3,8%
8	Jugos y Concentrados de Fruta	3	0,5%
9	Frutas y verduras congeladas	9	1,5%
10	Productos químicos	7	1,2%
Sub-Total		535	91,6%
Otros		49	8,43%
Total		584	100%

Fuente: ProChile en base a datos entregados por el Banco Central.

4. RANKING DE CHILE COMO PROVEEDOR AL REINO UNIDO DE:

- Vino:

Importaciones de vinos por origen 2017

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Francia	1.137	29,0%
2	Italia	810	20,7%
3	Nueva Zelanda	330	8,4%
4	Australia	313	8,0%
5	España	294	7,5%
6	Chile	231	5,9%
7	EEUU	210	5,4%
8	Alemania	165	4,2%
9	Sudáfrica	138	3,5%
10	Argentina	98	2,5%
Sub-Total		3.730	95,1%
Otros		191	4,9%
Total		3.922	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Arándanos:

Importaciones de arándanos por origen 2017

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	España	80,8	24,2%
2	Chile	66,6	20,0%
3	Perú	38,8	11,6%
4	Sudáfrica	38,7	11,6%
5	Polonia	20,6	6,2%
6	Alemania	19,2	5,8%
7	Argentina	16,6	5,0%
8	Holanda	15,7	4,7%
9	Marruecos	12,1	3,6%
10	Estados Unidos	6,0	1,8%
Sub-Total		315,1	94,5%
Otros		18,4	5,5%
Total		333,5	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Uvas:

Importaciones de uvas por origen 2017

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Sudáfrica	182,6	27,8%
2	España	109,0	16,6%
3	Chile	70,3	10,7%
4	Egipto	45,9	7,0%
5	Perú	39,7	6,0%
6	Grecia	37,0	5,6%
7	Alemania	34,6	5,3%
8	Brasil	26,4	4,0%
9	India	25,4	3,9%
10	Italia	21,6	3,3%
Sub-Total		592,6	90,2%
Otros		64,7	9,8%
Total		657,4	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Pasas:

Importaciones de pasas por origen 2017

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Turquía	121,2	64,7%
2	EEUU	21,2	11,3%
3	Grecia	17,8	9,5%
4	Chile	12,0	6,4%
5	Sudáfrica	5,6	3,0%
6	China	2,0	1,1%
7	Francia	1,8	1,0%
8	Irlanda	1,4	0,8%
9	Holanda	1,2	0,6%
10	Italia	0,8	0,4%
Sub-Total		184,9	98,8%
Otros		2,3	1,2%
Total		187,3	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Manzanas:

Importaciones de manzanas por origen 2017

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Francia	138,4	29,9%
2	Sudáfrica	82,3	17,8%
3	Nueva Zelanda	67,2	14,5%
4	Chile	37,8	8,2%
5	Alemania	35,5	7,7%
6	Italia	35,4	7,7%
7	España	16,1	3,5%
8	Holanda	14,3	3,1%
9	Bélgica	7,7	1,7%
10	Irlanda	6,2	1,4%
Sub-Total		441,1	95,4%
Otros		21,3	4,6%
Total		462,4	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Paltas

Importaciones de paltas por origen 2017

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Perú	59,9	21,5%
2	Chile	49,9	17,9%
3	Israel	37,0	13,3%
4	España	33,6	12,1%
5	Sudáfrica	25,3	9,1%
6	Holanda	21,8	7,8%
7	Alemania	18,2	6,5%
8	Colombia	10,7	3,9%
9	México	6,0	2,1%
10	Estado Unidos	5,7	2,0%
Sub-Total		268,0	96,2%
Otros		10,5	3,8%
Total		278,6	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Guindas:

Importaciones de guindas por origen 2017

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	España	21,3	41,9%
2	Chile	7,3	14,4%
3	EEUU	7,1	14,0%
4	Alemania	4,3	8,4%
5	Canadá	3,4	6,8%
6	Argentina	3,2	6,2%
7	Holanda	1,2	2,3%
8	Sudáfrica	0,7	1,4%
9	Grecia	0,5	0,9%
10	Turquía	0,4	0,8%
Sub-Total		49,4	97,2%
Otros		1,4	2,8%
Total		50,8	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Kiwis:

Importaciones de kiwis por origen 2017

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Italia	18,0	32,6%
2	Chile	12,4	22,5%
3	Bélgica	6,3	11,4%
4	Grecia	5,7	10,4%
5	Alemania	5,6	1,1%
6	España	3,2	5,9%
7	Holanda	2,0	3,7%
8	Francia	0,7	1,3%
9	Irlanda	0,7	1,3%
10	Australia	0,2	0,4%
Sub-Total		55,0	99,6%
Otros		0,2	0,4%
Total		55,2	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Mejillones

Importaciones de jugo de manzana por origen 2017

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Chile	5,2	32,6%
2	Nueva Zelanda	4,7	29,4%
3	Francia	2,5	15,4%
4	Dinamarca	1,6	10,1%
5	Holanda	0,8	4,8%
6	Irlanda	0,4	2,4%
7	Italia	0,3	1,9%
8	Corea	0,3	1,6%
9	España	0,2	1,3%
10	Alemania	0,1	0,4%
Sub-Total		16,1	99,9%
Otros		0,0	0,1%
Total		16,1	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Ciruelas deshidratadas:

Importaciones de ciruelas deshidratadas por origen 2015

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Chile	14,8	61,5%
2	Francia	4,5	18,9%
3	Turquía	2,0	8,4%
4	EEUU	1,8	7,7%
5	Alemania	0,2	0,9%
6	Bulgaria	0,1	0,6%
7	Moldavia	0,1	0,5%
8	Paquistán	0,1	0,5%
9	España	0,1	0,4%
10	Holanda	0,04	0,2%
Sub-Total		23,9	99,5%
Otros		0,1	0,5%
Total		24,0	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Frambuesas y otros berries congelados:

Importaciones de frambuesas y otros berries congelados por origen 2017

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Serbia	17,8	34,3%
2	Polonia	14,3	27,6%
3	Bélgica	6,2	12,0%
4	Alemania	4,7	9,0%
5	Holanda	2,3	4,4%
6	Irlanda	1,7	3,4%
7	Chile	1,7	3,2%
8	Dinamarca	1,2	2,3%
9	España	0,9	1,7%
10	Francia	0,5	1,0%
Sub-Total		51,3	98,9%
Otros		0,6	1,1%
Total		51,8	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

5. OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA LOS PRODUCTOS CHILENOS (POR SECTOR)

Alimentos y Bebidas

De acuerdo a las cifras de ProChile los alimentos y bebidas² representaron un 84,3% del total de exportaciones de Chile al Reino Unido. Estos productos en general cuentan con el reconocimiento de importadores, distribuidores, compradores de supermercados y en algunos casos también el reconocimiento de los consumidores finales que están familiarizados con el origen Chile y les genera una asociación positiva.

- **Vino:** el vino chileno ha logrado mantener una participación de mercado superior al 6% y colocando a nuestro país entre los 6 principales proveedores de vino según datos del servicio de aduanas británico (luego de Francia, Italia, Australia, Nueva Zelanda y España). Según cifras de ProChile, Chile exportó USD 179 millones de vino al Reino Unido en 2017, ubicándolo como su cuarto mercado de destino, luego de China, Estado Unidos y Japón. El mercado británico es altamente desarrollado, y aunque extremadamente competitivo, aún existen oportunidades para vinos que logren diferenciarse, que además de calidad reconocida, presenten alguna característica que los diferencie de la oferta habitual de vino chileno, vinos que ofrezcan una historia o una noticia atractiva. Particularmente interesante resulta el mercado de los vinos orgánicos, biodinámicos o provenientes de valles menos conocidos y de cepas alternativas. En este aspecto, cabe destacar que a partir de 2017, hemos hecho un esfuerzo para la promoción de cepas patrimoniales. Adicionalmente, el vino a granel ha mostrado un fuerte crecimiento en los últimos años. Este tipo de vino genera particular interés entre los supermercados, quienes embotellan el vino, desarrollando sus propias marcas.

En general la oficina comercial ha tenido un trabajo en constante coordinación con Wines of Chile. Entre los objetivos que se han puesto en el mercado, que aún no muestra resultados, se encuentra el de intentar subir el precio promedio del vino chileno (el precio promedio por litro al importador ha aumentado solo un 2,3% anual en los últimos 5 años).

También hemos visto que luego de la noticia del Brexit, algunos compradores han vuelto a mostrar cierto interés por las cepas tradicionales, sin embargo, esto podría deberse a que, ante el escenario de incertidumbre, les interesa contar con potenciales proveedores alternativos en el eventual caso de enfrentarse a renegociaciones con sus proveedores actuales.

- **Fruta Fresca:** De acuerdo a datos de ProChile, Chile exportó USD 222 millones de fruta fresca en 2017, representando un 38% del total de exportaciones. En este caso, si bien el consumidor final no reconoce necesariamente el origen de los productos, la industria comercializadora y re-empacadora, los grandes importadores y los supermercados, saben por experiencia que los productores chilenos son confiables y entregan productos de excelente calidad. Adicionalmente, pese a que las frutas son consideradas un *commodity* por los consumidores finales, de todas formas se puede trabajar en el desarrollo de su marca. Esto es una experiencia que otros países han logrado con algunos productos en particular, como Nueva Zelanda con sus kiwis, los cuales son preferidos por los consumidores, por su reconocida calidad. Chile tiene una muy buena posición en varias frutas; debemos cuidar esta posición y a la vez utilizarla para la penetración de otras frutas que Chile puede llegar a ofrecer al Reino Unido.

Cabe considerar que en las importaciones de fruta, cada vez se ha consolidado más la distribución, con muchos supermercados comprando directamente de exportadores, en lugar de usar distribuidores, de manera de reducir costos de intermediarios.

En estos productos también vale la pena mencionar la importancia del trabajo en conjunto que se ha llevado a cabo con Asoex (Asociación de Exportadores de Fruta). Particularmente se les ha apoyado en campañas para promoción de cítricos y berries chilenos, trabajo al cual se le dará continuidad en 2018.

² Esta categoría incluye alimentos agropecuarios, alimentos del mar y vino.

- Otros Productos Agroindustriales:** Existen también en el mercado británico oportunidades en variados productos agroindustriales, éstos incluyen pasas y ciruelas secas, que son muy reconocidas por la industria especializada. Las Chilean Flame Raisins son destacadas por los productores de cereales para el desayuno cuando las incluyen en alguno de sus productos, lo mismo ocurre en barras de cereales o en otros productos que contienen esta variedad de pasas chilenas, también hay oportunidades para berries y otras frutas infundidas, berries liofilizados, etc.

Dado el interés creciente por la alimentación saludable y la mayor presencia en el mercado de cereales para el desayuno, barras nutritivas, mayor variedad de snacks saludables, etc., es que las oportunidades para la producción agroindustrial chilena se empiezan a ampliar.

Por otro lado los importadores británicos han empezado hace no muchos años a ver a Chile como un buen proveedor de **jugos concentrados**, y este producto ya tiene cierta presencia a nivel industrial.
- Pisco:** Actualmente 6 marcas de pisco chileno están presentes en el Reino Unido, un par de ellas establecidas hace años en el mercado y otras que empiezan a abrirse camino. Esperamos que este sector se desarrolle más y a pesar que los volúmenes no serán demasiado altos en el corto plazo, el ingreso de nuevas marcas permitirá que el pisco se posicione como una atractiva alternativa para los *bartenders*. El creciente desarrollo de la gastronomía peruana ha generado cada vez más interés por el pisco en Gran Bretaña, lo que implica una oportunidad también para los piscos chilenos, particularmente para marcas pequeñas e independientes.

En particular se trabajó en forma conjunta con las marcas presentes en Reino Unido durante todo 2017 y se ha planteado un plan de trabajo para 2018 en conjunto con los importadores y la Asociación de Productores de Pisco de Chile.
- Alimentos certificados Fairtrade:** Siempre relacionado (pero no exclusivamente) con el área de alimentos y bebidas, sigue habiendo creciente interés por productos con certificación **Fairtrade**. Hoy desde Chile se importa vino, pasas, arándanos, miel certificada Fairtrade, pero en la medida que otros productores de otros alimentos y bebidas puedan certificarse y aumentar así la oferta chilena, más oportunidades se abrirán en el mercado británico. Es importante recalcar que, para tener efecto en el mercado, las certificaciones deben ser efectivas. Contar con prácticas de Comercio Justo pero sin haber obtenido la certificación no sirve de mucho.
- Alimentos gourmet y superfoods:** Esta categoría incluye varios alimentos que aún son poco relevantes en el mercado, pero que podrían tener potencial.

En muchos casos, las mayores complicaciones para entrar con estos productos al mercado están asociadas a falta de información de los importadores, a la falta de capacidad de las empresas exportadoras, ya sea por tener bajos volúmenes o bajos presupuestos para marketing, y a altos precios. Ejemplos de estos casos, son el maqui y otros productos gourmet.

Dentro de este grupo, se debe destacar la posibilidad de que surjan oportunidades para el aceite de oliva, debido a que con la salida del Reino Unido de la Unión Europea, podría ocurrir que este producto deje de estar protegido en el mercado, por lo que el aceite chileno dejaría de pagar aranceles para exportar.

Atracción de Inversiones

Existe un creciente interés de los británicos por conocer más sobre las oportunidades de inversión y de desarrollo de negocios en Latinoamérica. Los inversionistas y empresas británicas reconocen el crecimiento general de la región. Dada la solidez y seriedad de la economía de Chile y seriedad de sus instituciones, nuestro país es una interesante alternativa dentro de la región.

- Venture Capital:** Se ha trabajado fuertemente y con buenos resultados en la promoción de fondos de capital de riesgo basadas en Chile. La asociación de Venture Capital ha mostrado una gran propensión a buscar capitales en el Reino Unido y los inversionistas británicos muestran cada vez más interés en su oferta.

En particular, se llevaron a cabo tres eventos para la promoción de este tipo de activos financieros. Uno de ellos en el contexto del Chile Day, en el que se le dio un espacio a la Asociación de Fondos de Venture Capital para presentar su trabajo, uno en la embajada en que se invitó a potenciales inversionistas y otro en la Universidad de Edimburgo, con las mismas características, pero con foco en inversionistas escoceses.

- **Servicios Financieros:** Relacionado con el tema de inversión y la posición de Chile, y dada también la importancia de la industria bancaria y de servicios financieros británica, es que Londres sigue siendo el mejor lugar para la promoción del mercado de capitales chileno. Para la promoción del mercado de capitales, participaremos, tal como lo hemos hecho los últimos tres años, activamente en la organización del Chile Day.
- **Energía:** durante el último tiempo ha habido gran interés por inversionistas británicos en el sector de energía en Chile. Las energías renovables se han presentado como un área atractiva de inversión.
- **Agroindustria:** si bien la industria de alimentos y especialmente la agroindustria no está tan desarrollada en el Reino Unido como lo está en otros países de Europa, ha habido cierto interés de empresas del rubro por invertir en Chile ya sea para integrarse verticalmente o para diversificar su producción.

La promoción de los atractivos de inversión en Chile se realiza mediante la organización de eventos de inversión como por ejemplo el "Latin American Investment Forum" u eventos específicos a lo largo del país, donde se ha buscado particularmente la promoción de activos de Capital de Riesgo.

Diseño

En febrero de 2017, Chile participó por primera vez en la International Fashion Showcase 2017 que se realiza en el contexto de la London Fashion Week en Londres. Es importante destacar que la participación de Chile fue destacada con una mención especial (junto con República Checa) lo que habla del potencial de nuestro diseño en este mercado.

Innovación y Emprendimiento

El Reino Unido presenta una gran oportunidad para el desarrollo de ideas innovadoras. Existe un gran número de incubadoras o centros de emprendimiento. En estos lugares, hemos promocionado el programa de StartUp Chile.

Adicionalmente, Londres funciona como un centro estratégico para la búsqueda de inversionistas que permitan a emprendimientos chilenos escalar en el desarrollo de sus proyectos.

La OFICOM está trabajando con CORFO para apoyar el match entre nuestros emprendedores y el apoyo de inversionistas del Reino Unido.

Tal como se mencionaba anteriormente, el último año se puso foco especial en la promoción de fondos de *Venture Capital*, tanto en la búsqueda de inversionistas como de proyectos a ser incluidos en los fondos.

Turismo

Tal como se mencionó anteriormente, las visitas de británicos a Chile aumentaron sobre 10% en 2016 respecto de 2015 y este aumento ha continuado en 2017 con un crecimiento de 4,2% hasta octubre respecto al mismo periodo en 2016. Ese año se confirmó un vuelo directo desde Londres a Santiago operado por British Airways, que comenzó a operar a comienzos de 2017.

Se está trabajando en conjunto con la subsecretaría de turismo, la agencia de relaciones públicas que la representa en el mercado y LATA (*Latin America Tourism Association*) para potenciar la promoción turística de nuestro país (apoyo participación feria WTM, capacitaciones operadores locales, FAM trip, etc.)

Por último, Chile fue declarado en 2017 como país-destino del año por la prestigiosa editorial Lonely Planet (recibimos el premio a nombre de SERNATUR), lo cual esperamos que tenga positivos efectos en las visitas al país.

Servicios

Reino Unido es una economía primordialmente de servicios, según el World Factbook de la CIA, sobre el 80% del PIB británico son servicios.

Dentro de éste sector, hemos trabajado en la industria cinematográfica, participando en el festival de documentales de Sheffield, con la visita de una delegación de documentalistas chilenos. Por otro lado, también participó una delegación de representantes de la industria musical en el festival Great Escape en Brighton, este festival es el principal evento en que se promocionan bandas independientes y en que los países aprovechan de promocionar su industria musical. El año 2018 también participará una delegación.

Por último, se han hecho esfuerzos para promover los servicios de arquitectura. En este contexto, se envió un representante de Foster and Partners a Enexpro. Para el 2018, se ha estado en contacto The Barbican Center para traer un grupo de arquitectos chilenos destacados para participar en un seminario.

2. PROCESO DE IMPORTACIÓN

1. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

Se aplica el Acuerdo Cooperación Económica y Comercial de Libre Comercio con la Unión Europea de la cual el Reino Unido continúa siendo parte, por lo que la gran mayoría de los productos chilenos ingresan al Reino Unido con arancel 0 (cero). Considerando la próxima salida del Reino Unido de la Unión Europea, esta situación podría cambiar, sin embargo, esto dependerá de las negociaciones que se lleven a cabo, las cuales tomarán bastante tiempo. Es esperable que las condiciones actuales se mantengan en una potencial negociación.

Por su parte, como consecuencia del Acuerdo, Chile recibió cupos arancelarios para una canasta de productos, la cual se divide en cinco categorías. La primera incluye la carne bovina, carne porcina, carne ovina y la carne de ave; la segunda contempla los quesos, ajos, cereales, hongos preparados y cerezas preparadas; y la tercera abarca los productos correspondientes a confitería, chocolatería y galletería. Los productos incorporados en estas categorías se encuentran libres de arancel dentro del contingente otorgado, difiriendo la cuota otorgada y el crecimiento anual de ésta. En el caso de la primera categoría el volumen del contingente se incrementa un 10% anual, en tanto, el volumen de la segunda y la tercera categoría lo hacen en un 5% anual. En tanto, la cuarta categoría considera la merluza y el salmón ahumado, productos que se encuentran sujetos a una eliminación gradual del arancel dentro de la cuota en diez tramos iguales; y por último se encuentra la quinta categoría que incluye únicamente al atún en conserva, mercancía afecta a un margen preferencial dentro de la cuota equivalente a un tercio del derecho "Nación Más Favorecida", lo que implica un pago correspondiente a dos tercios del arancel.

Para revisar en detalle la lista completa de países con ventajas arancelarias por tipo de productos, se recomienda visitar el siguiente link:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en

2. NORMATIVAS

En el Reino Unido existen diversas normativas, comunes a todos los países miembros de la UE, que regulan los distintos productos y varían de acuerdo al origen y las especificaciones de cada uno de ellos. Estas normativas buscan regular la seguridad de las personas, animales y el medio ambiente. Las principales normas que aplican a la

gran mayoría de los productos importados por la UE tienen relación con la protección de la salud de los consumidores, incluyendo requisitos sanitarios, fitosanitarios y técnicos. Aún hay incertidumbre en cuanto a cómo podrían cambiar estas regulaciones con el Brexit, sin embargo, este proceso aún tomará algún tiempo, por lo que todavía seguirá vigente la regulación actual.

La responsabilidad de hacer cumplir la ley que rige al sector de alimentos es compartida entre el Gobierno central y los gobiernos locales. Mientras la legislación es función del Gobierno central, la ejecución de ella es responsabilidad primordialmente (pero no solamente) de las más de 400 autoridades locales en el Reino Unido, y más específicamente de los Oficiales de la Salud Ambiental (“Environmental Health Officers”, “EHOs”) y los Oficiales de Estándares del Comercio (“Trading Standards Officers”, “TSOs”).

Asimismo, la Agencia de Estándares de Alimentos (“The Food Standards Agency”, “FSA”³) es un departamento independiente del gobierno que posee gran autoridad en el cumplimiento de las normativas. Es responsable del apoyo a la ejecución de las normativas, de dar asesoría, consejo y auditoría, tanto respecto de las actividades de las autoridades locales como de los controles de calidad.

- **Normativas de Control Sanitario:**

Alimentos de Origen No Animal:

Los productos de origen no animal que ingresen al RU deben cumplir con principios y requisitos generales que se encuentran en la normativa No. 178/2002⁴. Esta normativa busca garantizar la calidad de los alimentos destinados al consumo humano y de los animales. Además exige al importador elaborar un sistema para conocer la trazabilidad de los productos en todas las etapas, incluyendo producción, transformación y distribución.

Adicionalmente los productos deben cumplir con las reglas generales de higiene que se encuentran en la normativa No. 852/2004⁵, la cual establece los mismos estándares de sanidad y composición que los alimentos producidos en el Reino Unido u en otros estados miembros de la Unión Europea, normativa que podría cambiar luego del Brexit, pero no en el corto plazo.

Alimentos de Origen Animal:

Los productos de origen animal que ingresen al RU deben cumplir con principios y requisitos generales que se encuentran en la normativa No. 2002 / 99 / CE⁶. Esta normativa busca establecer las condiciones para la comercialización de los productos de origen animal y las restricciones aplicables a los productos procedentes de terceros países o regiones de éstos sometidos a restricciones zoonosológicas.

Los productos deben cumplir con las reglas generales de higiene que se encuentran en la normativa No. 853/2004⁷, la cual establece normas específicas de higiene de los alimentos de origen animal para garantizar un elevado nivel de seguridad alimentaria y de salud pública.

³ <http://www.food.gov.uk/>

⁴ Reglamento puede ser revisado en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2002R0178:20090807:ES:PDF>

⁵ Reglamento puede ser revisado en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0852:20090420:ES:PDF>

⁶ Reglamento puede ser revisado en: <https://www.boe.es/doue/2003/018/L00011-00020.pdf>

⁷ Reglamento puede ser revisado en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0853:20100715:ES:PDF>

Adicionalmente los productos deben cumplir con la normativa No. 854/2004⁸, la cual define un marco comunitario para los controles oficiales de los productos de origen animal destinados al consumo humano y fija las normas específicas para la carne fresca, los moluscos bivalvos, la leche y los productos lácteos.

Los productos provenientes de países no pertenecientes a la UE deberán contar con plantas y establecimientos, en donde fueron producidos, aprobados por la UE. En el siguiente sitio web se encuentra el listado de establecimientos autorizados por la UE por tipo de productos y sectores:

https://webgate.ec.europa.eu/sanco/traces/output/non_eu_listsPerCountry_en.htm# .

- **Normativas de Seguridad:**

Adicionalmente los productos no agrícolas que ingresan y se comercializan en el Reino Unido deben cumplir con requerimientos generales de seguridad que se encuentran establecidos en la normativa No. 2001 / 95 / CE⁹. Esta normativa establece requisitos adicionales para los productos, importadores y distribuidores, como por ejemplo informar al consumidor acerca de los potenciales riesgos que puede presentar un producto.

- **Otras Normativas:**

Existen, dependiendo del tipo de productos, variadas normativas y requisitos que los productos que se comercializan en el Reino Unido deben cumplir. Estos varían dependiendo del tipo y naturaleza de los productos. Por ejemplo, existen normativas relacionadas a los límites de contaminantes y de residuos de plaguicidas, regulaciones para la preparación de alimentos, certificados sanitarios, certificados fitosanitarios, controles, normativas para los organismos genéticamente modificados, etc.

Para obtener mayor información respecto de los requisitos y normativas específicas de cada tipo de producto, se recomienda visitar el sitio web “Síntesis de la legislación de la UE”, que presenta los aspectos principales de la legislación comunitaria UE. La dirección del sitio web es la siguiente:

http://europa.eu/legislation_summaries/index_es.htm .

Esta será la legislación vigente hasta que no se haga efectiva la salida de Reino Unido de la Unión Europea, lo cual tomará bastante tiempo, por lo que el destino de la legislación futura es aún incierto.

- **Alimentos Nuevos o “Novel Foods”:**

Los productos alimenticios e ingredientes que no ingresaron antes del año 1997 a la Unión Europea son considerados “Novel Foods” o nuevos alimentos. Para el ingreso de estos alimentos se deben realizar procedimientos especiales que se encuentran establecidos en la normativa No. 258 / 1997¹⁰. Algunos de estos procedimientos incluyen la realización de exámenes de seguridad alimentaria que son realizados por cada país.

Esta regulación fue modificada recientemente para simplificar el proceso por el REGLAMENTO (UE) 2015/2283¹¹

⁸ Reglamento puede ser revisado en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0854:20100705:ES:PDF>

⁹ Reglamento puede ser revisado en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=URISERV:l21253>

¹⁰ Reglamento puede ser revisado en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1997R0258:20090120:EN:PDF>

¹¹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32015R2283&from=EN>

3. CERTIFICACIONES

En el Reino Unido el organismo encargado de la certificación de la salud de los alimentos agrícolas es el “Department of Environment, Food and Rural Affairs¹²” (DEFRA). Aun cuando trabajan directamente sólo en Inglaterra, trabajan cercanamente con las administraciones de Escocia, Gales e Irlanda del Norte. La dirección del sitio web es la siguiente: <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-environment-food-rural-affairs>. El Servicio Agrícola Ganadero chileno (SAG) es reconocido por el Reino Unido como certificador.

El ente regulador de los servicios financieros británicos era la “Financial Services Authority” (FSA). Sin embargo, esta ha sido disuelta, y dos organismos han tomado su lugar: la “Financial Conduct Authority¹³” (FCA), encargada de defender los intereses de los consumidores, y la “Prudential Regulation Authority¹⁴” (PRA), la cual depende del Bank of England y se encarga de regular el sector financiero como los bancos y grandes firmas financieras, entre otros. Ambas son entes independientes del Gobierno Británico y reciben sus fondos de las empresas que regulan. Sus sitios web son <http://www.fca.org.uk/> y <http://www.bankofengland.co.uk/pr/Pages/default.aspx>, respectivamente.

También existe la BRC (British Retail Consortium¹⁵) o asociación de Minoristas Británicos que justamente está formada por comerciantes al por menor que poseen pequeños comercios, hasta grandes cadenas comerciales especializadas y supermercados (representa el 90% de los comercios minoristas del RU).

Su función es velar por los intereses del comercio minorista y muchas de las empresas que exportan al Reino Unido deben cumplir la Norma BRC para comenzar su actividad. Sitio web <http://www.brcglobalstandards.com/>

4. ETIQUETADOS

Las leyes que regulan el etiquetado de los productos que se comercializan dentro del Reino Unido están armonizadas a nivel europeo. Estas normas establecen ciertos requisitos para el etiquetado en el Reino Unido, especialmente de los alimentos, donde las etiquetas son una fuente muy útil de información para el consumidor final.

En el caso del Reino Unido, la responsabilidad del control del etiquetado recae en tres instituciones: “The Department for Environment, Food and Rural Affairs” (Defra), “Food Standards Agency¹⁶” (FSA) y el Departamento de Salud¹⁷. La Defra es responsable de la regulación del etiquetado principalmente para productos poco seguros y de la coordinación de la política de etiquetados en el Gobierno, la FSA es responsable de la legislación sobre etiquetados respecto de productos principalmente seguros y el Departamento de Salud es responsable de la política relacionada con los aspectos nutritivos que deben estar presentes en el etiquetado de los productos.

La norma general que establece las regulaciones sobre etiquetado, presentación y publicidad está contenida en directiva 2000/13/EC¹⁸. Entre sus principales reglas está la necesidad de incluir información respecto del contenido neto, país de origen, composición, empresa productora, fecha de vencimiento, preparación, etc. de los productos comercializados. Si bien la ley no define los conceptos de marketing, tales como “fresco”, “puro”, “natural”, “vegetariano”, estos no pueden confundir al consumidor, para lo cual se han desarrollado guías de buenas prácticas que orientan en dicho sentido.

¹² <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-environment-food-rural-affairs>

¹³ <https://www.fca.org.uk/>

¹⁴ <http://www.bankofengland.co.uk/pr/Pages/default.aspx>

¹⁵ http://www.brc.org.uk/brc_home.asp

¹⁶ <https://www.food.gov.uk/>

¹⁷ <https://www.gov.uk/government/organisations/department-of-health>

¹⁸ Reglamento puede ser revisado en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2000:109:0029:0042:EN:PDF>

Las falsedades en cuanto a la descripción, publicidad y presentación de los alimentos son un delito y existe una serie de leyes que protegen a los consumidores de etiquetados deshonestos o erróneos. Entre ellas, la regulación general es la “General labelling - food labelling regulations” de 1996 y enmiendas.

Para obtener mayor información respecto de las normativas específicas de etiquetado y embalaje para cada tipo de producto, como por ejemplo los alimentos modificados genéticamente, los alimentos alergénicos, los alimentos para bebés o bebidas, se recomienda visitar el siguiente sitio web:

http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/index_en.htm

5. TRÁMITES ADUANEROS

Los trámites aduaneros existentes en el Reino Unido son los mismos que aplican para el resto de los países pertenecientes a la Unión Europea (UE). La UE es una unión aduanera, por lo que no existen barreras para el libre tránsito de los productos entre sus miembros. El gobierno británico deberá decidir como querrá cambiar estas condiciones durante su proceso de salida de la Unión Europea, junto con negociar las condiciones de comercio con la misma.

Todos los productos importados en la UE deben declararse a las autoridades aduaneras del Estado miembro, en este caso el RU. La declaración de ingreso de los productos se realiza mediante la presentación de los siguientes documentos:

- **Documento Único Administrativo (DUA) / “Single Administration Document” (SAD):**

El DUA es el documento común para efectuar la declaración de importación ante el “HM Revenue & Customs¹⁹” (aduana en el RU) en todos los Estados miembros, establecido en el Código Aduanero Comunitario publicado en el Reglamento (CEE) nº 2913/92 (DO L-302 19/10/1992)²⁰.

El DUA contiene información del producto que se importa, incluyendo la identificación de los participantes en la operación (importador, exportador, representante, etc.), el destino aduanero (despacho a libre práctica, despacho a consumo, importación temporal, tránsito, etc.), datos de identificación de las mercancías (código TARIC, peso, unidades), localización y embalaje, datos de los medios de transporte, país de origen, país de exportación y país de destino e información comercial y financiera (valor facturado, moneda de facturación, tipo de cambio, seguro, etc.).

El DUA puede ser presentado a través de un sistema en línea llamado CHIEF (“The Customs Handling of Import and Export Freight²¹”) o en las oficinas de aduanas designadas.

Adicionalmente, y en conjunto con el DUA se deben presentar otros documentos dependiendo del tipo de operación y el carácter de las mercancías importadas, algunos de los documentos más importantes son:

- Prueba de origen, normalmente utilizada para aplicar preferencias arancelarias.
- Certificado de la naturaleza específica del producto.
- Documento de transporte.
- Factura comercial.
- Declaración del valor en aduana.
- Lista de carga.

¹⁹ <https://www.gov.uk/government/organisations/hm-revenue-customs>

²⁰ Reglamento puede ser revisado en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:31992R2913&from=ES>

²¹ <https://www.gov.uk/guidance/chief-trader-import-and-export-processing-system>

- Otros: dependiendo del producto se puede necesitar también certificados de inspección (sanitaria, veterinaria y fitosanitaria), licencias de importación, documentos que justifiquen la solicitud de inclusión en un contingente arancelario, documentos requeridos a efectos de los impuestos especiales y documentos que justifiquen una solicitud de exención del IVA, entre otros documentos.

Para obtener mayor información respecto de los requisitos específicos de importación para cada producto incluyendo documentos, aranceles y otros impuestos, se recomienda visitar el sitio web de Export Helpdesk, que es un servicio prestado por la Unión Europea para facilitar el acceso a los mercados. Las direcciones son las siguientes:

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm>

- **Trámites para la Introducción de Muestras**

Para realizar el envío de muestras de productos al Reino Unido para ser utilizados para la prospección de mercados, exposición en ferias, muestras para importadores, etc., las muestras deben ser ingresadas bajo la modalidad “Temporary Admissions” y su factura comercial no puede tener valor comercial. Estas muestras no pueden ser comercializadas una vez dentro del país y deben contar, dependiendo del tipo de producto, con todos los documentos y certificados necesarios.

- **Productos Prohibidos o Bajo Licencias Específicas**

Existen algunos productos que cuentan con prohibición para ingresar a los países de la UE o que necesitan una licencia de importación específica y ciertas condiciones para ser importados. Algunos de estos productos son: armas de fuegos, acero, textiles de Corea del Norte, municiones, estupefacientes, fuegos artificiales, medicamentos, entre otros.

3. CLAVES PARA HACER NEGOCIOS

Siendo una de las mayores economías en el mundo, el Reino Unido representa muchas oportunidades de inversión. Prácticas flexibles de negocios combinadas con una fuerza de trabajo muy capacitada, ofrecen las condiciones económicas para tener éxito en los negocios en Reino Unido. Hacer negocios en el Reino Unido, sin embargo, involucra entender la diversidad y las características únicas de los británicos y de su cultura de negocios. Son una nación isla, orgullosa de su historia e independencia, lo que puede resultar desalentador para quienes no tengan experiencia haciendo negocios con los británicos.

Pese a que la cultura británica es abierta, hay comportamientos y temas que es conveniente evitar:

- **Comportamientos que se recomienda evitar:**

- Saludar a extraños con un beso.
- Gestos como un golpe en la espalda o abrazos.
- Hacer preguntas personales como “cuánta plata ganas?” o “por qué te divorciaste?”.

- **Temas de conversación a evitar:**

- El conflicto histórico en Irlanda del Norte.
- Religión.
- La monarquía y la familia real.
- Política partidista.
- La Unión Europea, Bruselas y el Euro.
- Medio Oriente.
- Preguntas personales acerca de origen étnico, religión u ocupación.
- Sistema de clases.
- Raza e inmigración.
- Edad.
- Niños.
- Apariencia o peso.
- Dinero.
- Crimen.
- Críticas o quejas en general.

Se debe ser consciente también de que hay muchos temas que están regulados en el ambiente de negocios, bajo leyes laborales y que están diseñadas para prevenir discriminación.

▪ **Comunicación en los negocios:**

El primer saludo suele ser un apretón de manos y esto no se espera repetir para reuniones posteriores. Por ejemplo, los colegas de trabajo no se saludan con la mano todos los días.

Es recomendable iniciar las conversaciones con temas neutrales como el clima o algo que se dé según las circunstancias, como pedir recomendaciones sobre dónde comer o algo por el estilo. La conversación debe seguir de manera natural, siguiendo el hilo de la persona a la cual se le está hablando, pidiendo permiso si se quiere tocar algún tema sensible y evitando ser sarcástico o negativo.

En cuanto al estilo de comunicación británico éste consta de una mezcla interesante entre lo suave y directo, además no emplean el lenguaje de manera efusiva, tienden a usar términos como “tal vez”, “posiblemente” y “podría ser”. Los británicos pueden tener un trato menos rígido con las personas que conocen hace más tiempo, pero aun así son reservados.

En general, la gente suele ser más amigable en el norte de Inglaterra, con algunas excepciones.

Las conversaciones son en Inglés, muy poca gente habla otro idioma y si lo hacen, siempre prefieren el inglés.

En cuanto a la comunicación escrita, específicamente a la hora de escribir e-mails, también se deberá conservar un estilo formal, por lo menos al inicio, sin embargo la mayoría de los británicos nunca utilizará modismos (“slang”) o abreviaciones y verán negativamente que la otra parte las emplee.

▪ **Etiqueta en los negocios**

La puntualidad es valorada por los ingleses, si se organiza una reunión, es esperable que la gente llegue a la hora o incluso un poco antes. En caso de atraso (incluso 5 minutos) es indispensable una llamada telefónica para dar aviso y ofrecer disculpas.

En las reuniones informales se toleran atrasos de 10 a 15 minutos.

Por lo general la persona que extiende la invitación es quien paga la cuenta, lo que probablemente será retribuido en un futuro cercano.

Dar regalos no es común en Inglaterra, sin embargo, la reciprocidad es bien recibida. Si ya se ha hecho un regalo, es esperable que se envíe uno de vuelta.

En cuanto al código de vestuario, es preferible vestirse de forma clásica (tanto hombres como mujeres), con colores sobrios, favoreciendo el azul o el negro. Cuando hay dudas sobre que usar, siempre es preferible ocupar ropa formal.

▪ **Normas de Protocolo en reuniones de negocios**

- La mayoría de los británicos buscarán establecer relaciones comerciales duraderas, no ven la necesidad de conocer previamente a la persona con la que hacen negocios ni tampoco de un intermediario que los presente. Como en todos los mercados establecer relaciones cercanas con nuestras contrapartes y la aplicación del “networking” serán factores claves para una relación comercial exitosa que perdure en el tiempo.
- Si las personas que participan en una reunión tienen el mismo nivel jerárquico en sus respectivas organizaciones, la negociación se realizará de igual a igual, sin embargo, si los participantes tienen distintos niveles de responsabilidad, la persona que tenga el cargo más alto será quien haga mayor uso de la palabra.
- La previa definición de una agenda es necesaria a la hora de sostener reuniones con contrapartes británicas, posterior a la reunión se recomienda enviar un resumen de lo conversado y las decisiones tomadas, además de las próximas acciones a seguir.
- En cuanto a las presentaciones realizadas para apoyar la propuesta/oferta, esta debe ser sin exagerar los hechos, además se debe mostrar un buen nivel de preparación y de calidad de las presentaciones “powerpoint” o impresas. Se debe estar preparado para fundamentar lo dicho con datos concretos y comprobables, ya que estos son claves para la toma de decisiones.
- Hay que tener en cuenta la diversidad cultural del Reino Unido que está formado por cuatro países: Inglaterra, Escocia, Gales e Irlanda del Norte, los que no sólo se distinguen geográficamente sino que también se distinguen en identidad y en su férreo sentido de nacionalismo. En este sentido los términos “Inglés” (“English”) y “Británico” (“British”) no son lo mismo, el primero se refiere a Inglaterra y el segundo a Gran Bretaña. Los escoceses son llamados “Scots”. Si se confunden estos términos pueden llegar a ofenderse tanto los galeses como irlandeses y escoceses, no así los ingleses.
- En los negocios y en general en la sociedad británica, no existen grandes diferencias de género, por lo que el saludo generalizado es el de mano. La forma de referirse a otros es usando los títulos Mr., Mrs., Ms. o Miss y el apellido, sólo si se nos indica expresamente podremos usar los nombres de pila para hablarle a nuestra contraparte.
- En situaciones formales y en ambientes de negocios se debe seguir un protocolo estructurado a la hora de las presentaciones, por ejemplo se deben presentar las personas jóvenes a las mayores, o de un status menor al de uno mayor.
- Como es usual, el intercambio de tarjetas de presentación se realiza durante la primera presentación entre las personas. Estas tarjetas pueden ser dejadas de lado inmediatamente, lo que no significa que no hayan sido tomadas en cuenta.

1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Principales Indicadores Económicos del Reino Unido

Indicador	2017
Total Población (2016)	65,6 millones
PIB (PPP)	US\$ 2.880 miles de millones
% Total Mundo	2,4%
PIB (PPP) per cápita	US\$ 39.800
Crecimiento PIB	1,7%
Total Exportaciones de bienes y servicios	US\$ 806 miles de millones
Exportaciones de bienes	US\$ 445 miles de millones
Total Importaciones de bienes y servicios	US\$ 865 miles de millones
Importaciones de bienes	US\$ 642 miles de millones
Inflación	2,7%
Desempleo	4,3%
Tasa de Interés	0,5%
Tipo de Cambio (al 09 de abril 2017)	1 GBP= 1,41US\$

Fuentes: UK National Statistics, International Monetary Fund, Her Majesty Revenues and Customs.

- El Reino Unido es la novena economía del mundo y la tercera de Europa a Paridad de Poder Adquisitivo (PPA ó PPP - Purchasing Power Parity)²².
- Paulatinamente ha cambiado la base de su economía desde el sector industrial al de los servicios.
- Es la segunda economía financiera más grande del mundo, sólo superada por Estados Unidos. La bolsa de Londres (“London Stock Exchange”) es la segunda plaza financiera mundial tras Nueva York.
- En cuanto a la industria (19% del PIB aproximadamente), las principales actividades son la maquinaria, el material de transporte (vehículos, ferrocarriles y aeronáutica) y los productos químicos²³.
- La minería siempre ha representado un sector importante en la economía. Las tradicionales minas de carbón situadas en Yorkshire, Gales, Escocia y Lancashire han suministrado a las centrales térmicas británicas la energía necesaria para el desarrollo económico. Aunque en la actualidad su peso específico es menor, siguen siendo parte fundamental de la economía.
- La agricultura (1% del PIB aproximadamente) es altamente mecanizada, sus principales producciones son de cereales, aceites vegetales y papas. La ganadería es también significativa, sobre todo la ovina y la bovina, siendo un gran productor europeo de leche y sus derivados.²⁴

²² <http://www.imf.org/external/index.htm>

²³ <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

²⁴ <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

- El Reino Unido ocupa el lugar número 11 en el mundo y quinto en Europa en términos de exportaciones (aproximadamente 2,5% del total de exportaciones mundiales). Considerando las importaciones ocupa el lugar número 5 en el mundo y segundo en Europa (aproximadamente 3,6% del total de exportaciones mundiales).²⁵
- Es el segundo mayor exportador de servicios del mundo. Los servicios son el sector económico que más aporta al Producto Interno Bruto con un 80% aproximado, destacando entre ellos la banca y servicios financieros, los servicios de seguros y reaseguros.²⁶
- De acuerdo al Doing Business 2018²⁷, el RU se encuentra en el lugar número 7 de las mejores economías para hacer negocios.

2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

- El consumidor británico se caracteriza por tener un alto nivel de vida, ser bastante sofisticado y estar bien informado sobre las opciones y beneficios del mercado.
- El total de hogares en el Reino Unido es de aproximadamente 27 millones.
- Tres de cada cuatro británicos es mayor de 20 años. La mayor parte de la población está concentrada en los 40 y 50 años de edad.
- El ingreso de la unidad familiar en términos reales ha disminuido en los últimos años, esto debido principalmente a las altas tasas de inflación y el moderado crecimiento de la economía. El consumo por hogar semanal promedio fue de US\$ 714 en el año 2017.
- El uso de internet para realizar compras o pagar servicios ha aumentado significativamente durante los últimos años. Los británicos suelen utilizar sitios de compra, como por ejemplo Amazon y realizan la gran mayoría de pagos de servicios a través de internet. Los supermercados han invertido fuertemente en plataformas para que sus clientes realicen sus compras por internet.

■ Composición de los Hogares del Reino Unido:

En el Reino Unido hay aproximadamente 27 millones de hogares, número que representa un aumento del 3% entre el año 2012 y el 2017. Este crecimiento se ha desacelerado en los últimos años principalmente debido a la menor inmigración desde países de la Unión Europea, los que significaban un mayor número de hogares.

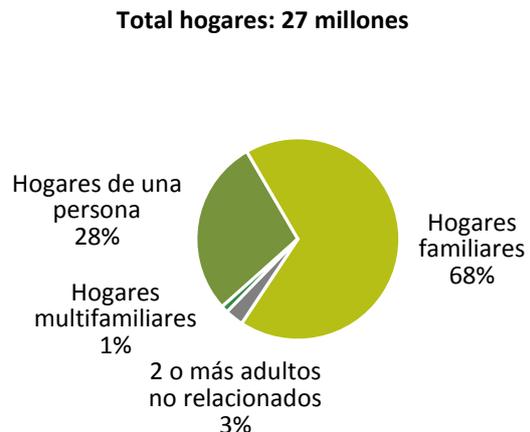
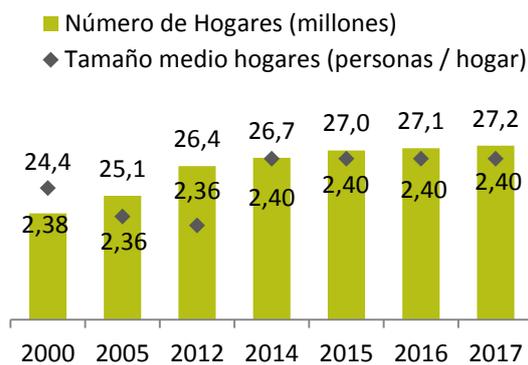
El número promedio de personas que constituyen los hogares británicos, varió de 2,36 personas el 2012, a 2,4 personas el 2017.

²⁵ <http://www.imf.org/external/index.htm>

²⁶ <http://www.imf.org/external/index.htm>

²⁷ http://espanol.doingbusiness.org/~/_media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf

Composición de los Hogares en el Reino Unido (2000 – 2017)



Fuente: Office for National Statistics.

La proporción de hogares familiares (de más de una persona) se ha mantenido constante, siendo 67,8% el año 2000 y 67,6% el 2017. Por otro lado, los hogares constituidos por sólo una persona constituían el año 2000 un 28,5% del total, porcentaje que permaneció relativamente en el mismo nivel el 2017.

Actualmente los hogares con una o dos personas representan el 63% del total de los hogares del Reino Unido. Durante el último tiempo la proporción de los hogares con cuatro personas o más ha permanecido prácticamente igual con 20,8% en el 2000 y 21% en el 2016.

▪ **Consumo y Gasto de los Hogares del Reino Unido:**

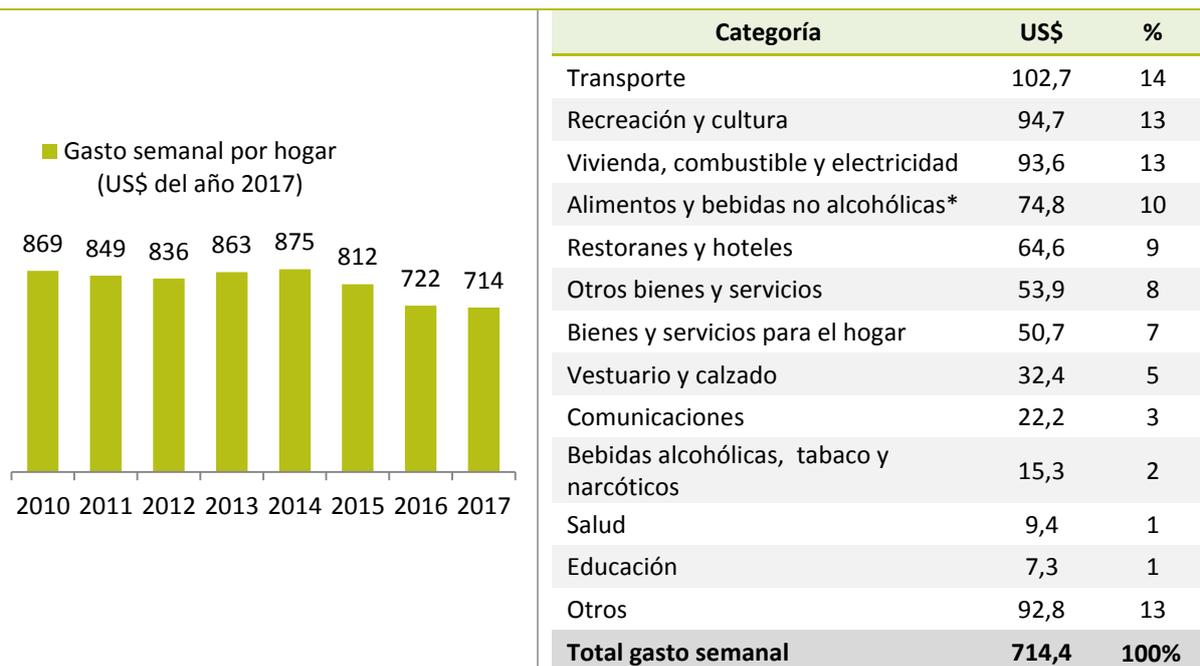
El gasto semanal en los hogares británicos durante el año 2014 fue de £ 554 (US\$ 714) por hogar, lo que representó un aumento de £ 23 (US\$ 29,6) en comparación al gasto del año 2014.

El gasto en transporte representa un 14% del gasto total, seguido por el gasto en recreación y cultura, con un 13%. El 50% del gasto semanal de los hogares está concentrado en las primeras 4 categorías:

- Transporte,
- Recreación y cultura,
- Vivienda, combustible y electricidad,
- Alimentos y bebidas no alcohólicas (de consumo en el hogar).

La categoría de alimentos y bebidas no alcohólicas ha representado alrededor de un 10% del gasto semanal de los hogares durante los últimos años, ubicándose como la cuarta categoría con mayor gasto.

Gasto semanal en los hogares del RU 2010 – 2017



Fuente: Office for National Statistics.

*Consumo en el hogar.

3. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

Difícilmente se puede hablar de una estrategia especial para negociar un acuerdo, negocio o venta con los británicos. Es importante que el vendedor tenga su oferta clara y un producto de calidad que cumpla con los requerimientos mínimos en relación a salubridad, etiquetado y otros (en el caso de alimentos) y normas específicas de seguridad, materiales; certificaciones como la BRC (“British Retail Consortium”²⁸) facilitan las posibilidades de acceder al mercado.

Es también muy importante que el vendedor cuente con material promocional que le permita dar a conocer e introducir los productos o la empresa. Por ejemplo un sitio web de calidad, catálogos y tarjetas de presentación (todo en inglés) le permitirá al cliente interiorizarse y conocer más de la oferta y su calidad.

En general en la cultura británica se valora el tiempo de las personas, lo que implica que muchas veces si no hay algo de potencial interés por un producto específico, los importadores no aceptarán una reunión solo para conversar o informarse de manera general de la oferta.

Vale mencionar que si bien los británicos son dados a evasivas, muchas veces al momento de conversar de negocios serán directos en lo que consideran interesante o como una posibilidad real de seguir adelante, o igualmente en decir que un producto determinado no es de su interés. De encontrarse con evasivas, es importante saber reconocerlas e interpretarlas de manera de no malentender que hay un interés que no es tal; corresponde en esos casos aclarar el punto.

²⁸ Normativa establecida por la Asociación de Minoristas Británicos

Si existiera un interés real por parte del importador y quisiera hacer un pedido, en la mayoría de los casos, bastará solo su palabra o lo que manifieste verbalmente, ya que en el RU la palabra tiene mucho valor y es respetada.

4. ESTRATEGIAS PARA ENTRAR AL MERCADO

El Reino Unido se encuentra entre los países que más inversión extranjera directa atrae del mundo. El RU no prohíbe ningún tipo de inversión en el sector privado y no hay condiciones o restricciones impuestas a la inversión.

▪ **UK Department for International Trade**

La entidad gubernamental de comercio e inversión británica “Department for International Trade” apoya a las compañías extranjeras que buscan establecerse, expandirse y abrir oficinas en el Reino Unido, y a aquellas empresas británicas que buscan internacionalizarse. Provee un servicio integrado de asesoría con información actualizada de inteligencia de mercado, incluyendo factores regulatorios, oportunidades de negocios, factores de locación, etc. Para mayor información ingresar al siguiente sitio web: <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-international-trade>

▪ **Registro e Inicio de una Empresa**

Para registrar una empresa en el Reino Unido existe un proceso que permite la creación de una empresa en línea y el cual no posee reglas discriminatorias para los extranjeros. Para el registro se requieren ciertos documentos tales como el “Memorándum de Asociación” (declaración legal firmada por los accionistas acordando formar la compañía) y el “Artículo de Asociación” (reglamento acerca de cómo se opera la empresa acordado por los accionistas y directores) los que deben ser completados en la “Companies House” para el caso de Inglaterra, Escocia y Gales y con la “Companies Registry” para el caso de Irlanda del Norte. Para mayor información ingresar al siguiente sitio web: <http://www.companieshouse.gov.uk/>

Una nueva empresa comienza a existir desde que el Registro de Empresas emite un certificado de incorporación, cuyo costo estándar es de £ 12 (US\$ 20 aproximados). La asesoría sobre qué tipo de empresa es la más conveniente y los diferentes precios del registro de las diversas formas legales que puede adoptar una empresa se pueden encontrar en el sitio web de “Companies House” señalado anteriormente.

Para establecer un negocio en el Reino Unido se debe abrir una cuenta corporativa en un banco (conocida como “Business Bank Account”) para lo que se solicita una prueba de identidad (pasaporte), un plan de negocios y una garantía de una empresa matriz. En el Reino Unido hay más de 500 bancos extranjeros. Para revisar cuales son dichos bancos, se recomienda visitar la página web de la Asociación de Bancos: www.bba.org.uk

▪ **Visas**

Para ingresar al Reino Unido, con un propósito distinto al turismo, se necesita una VISA, en caso de no ser nacional de un país perteneciente a la Unión Europea. Se debe postular a una VISA a través de internet en la página oficial de la “UK Border Agency”. Para mayor información ingresar al siguiente sitio web: <https://www.gov.uk/government/organisations/uk-visas-and-immigration>

▪ **Financiamiento para Iniciar un Negocio**

El acceso a capital para financiar un nuevo negocio en el Reino Unido es muy amplio y variado, entre las distintas alternativas se encuentran las siguientes:

- a) **Capitales de Riesgo (“Venture Capital”)**: El RU tiene uno de los mercados más profundos de capital invertido en operaciones de riesgo del mundo. Existen distintos fondos para cada tipo de industria, por ejemplo, en la industria de las tecnologías: Accel, Balderton, DFJ Esprit, entre otros. Para mayor información, se recomienda visitar la página web de la Asociación de “Venture Capital”: <http://www.bvca.co.uk/>
- b) **Inversionistas Ángeles (“Angel Investment”)**: En el RU existe un gran número de “Angel Investors”, individuos que entregan capital para iniciar negocios usualmente a cambio de una participación accionaria. Para mayor información, se recomienda visitar la “British Business Angels Association”: <http://www.ukbusinessangelsassociation.org.uk/>
- c) **Financiamiento colectivo (“Crowdfunding”)**: Estas plataformas para levantar financiamiento son más específicas, por lo general están orientados a productos o proyectos específicos y no a empresas. Alguno de estos son: Crowdcube (www.crowdcube.com), Seedrs (www.seedrs.com) y Kickstarter (www.kickstarter.com). Existen algunas restricciones para participar de este tipo de fondos por lo que se recomienda revisar sus sitios web.
- d) **Instituciones Gubernamentales**: El gobierno del RU tiene distintos programas para informar acerca de las oportunidades de financiamiento y acceso a capital. Para mayor información ingresar a los siguiente sitios web:
 - <http://www.ukti.gov.uk/investintheuk/globalentrepreneursprogramme.html>
 - <https://www.gov.uk/business-finance-explained>

e) Sistema Legal en el Reino Unido

El sistema legal británico es considerado uno de los más pro-negocios. El Banco Mundial lo califica como el séptimo a nivel mundial tomando en consideración la facilidad de firmar contratos, flexibilidad laboral, regulaciones para comenzar un negocio, regulaciones para cerrar un negocio, para registrar derechos de propiedad intelectual y la protección general de los negocios. Los asunto claves sobre los que se debe buscar asesoría legal son los siguientes: Estructura legal de la empresa, leyes sociales, seguros, términos de los contratos, protección de propiedad intelectual, regulaciones, salud y seguridad, bienes raíces y requisitos medioambientales. Las organizaciones relevantes y pertinentes para los asuntos legales de un negocio en el Reino Unido son:

- Inglaterra y Gales: <http://www.lawsociety.org.uk/>
- Escocia: <http://www.lawscot.org.uk/>
- Irlanda del Norte: <http://www.lawsoc-ni.org/>

f) Contratación pública

La selección de potenciales abastecedores de la administración británica se hace en base a un proceso transparente y competitivo. Los concursos públicos que superan las £ 100.000 libras esterlinas se publican en el Suplemento del Diario Oficial de la Unión Europea (DOS). En el caso de los procesos más importantes de contratación pública en Europa, se pueden descargar los formularios, solicitudes e información de la siguiente página web (http://www.simap.europa.eu/index_es.htm).

Para concursos de menor monto existe la “Government Commerce” (<https://www.gov.uk/tendering-for-public-sector-contracts>).

Sobre concursos públicos a continuación una lista de sitios web con información relacionada:

- “Tenders UK”: Es gratis ver los resúmenes de las bases, pero se debe pagar para verlas completas. Ver en: www.tendersdirect.co.uk
- “Tenders”: Portal de búsqueda para concursos públicos. Ver en: www.tenders.co.uk

4. INFORMACIÓN ADICIONAL

1. ORGANISMOS RELEVANTES

Principales Organismo en el Reino Unido

Organismo	Sector	Sitio Web
Gobierno del Reino Unido	Todo tipo de información	www.gov.uk
DEFRA: Department of Environment, Food and Rural Affairs	Alimentos	https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-environment-food-rural-affairs
Food Standards Agency	Alimentos	www.food.gov.uk
DIT: Department for International Trade	Inversiones RU	https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-international-trade
Invest North Ireland	Inversiones Irlanda del Norte	https://www.investni.com/
Scottish Development International	Inversiones Escocia	www.sdi.co.uk
Department for Business Innovation & Skills	Innovación	www.gov.uk/government/organisations/department-for-business-innovation-skills
HM Revenue & Customs	Departamento de impuestos y aduanas	www.hmrc.gov.uk
Prudential Regulation Authority (PRA)	Servicios financieros	http://www.bankofengland.co.uk/pru/Pages/default.aspx
Financial Conduct Authority	Servicios financieros	http://www.fca.org.uk/
Companies House	Registro de compañías	www.companieshouse.gov.uk
UK Border Agency	Visas	www.ukba.homeoffice.gov.uk
Sitio Web de la Comunidad Europea	Unión Europea	europa.eu/index_es.htm

The National Archives Reino Unido	Asuntos legales	www.legislation.gov.uk
Law Society	Asuntos legales	www.lawsociety.org.uk
Síntesis de la legislación de la UE	Asuntos legales	http://europa.eu/legislation_summaries/index_es.htm

2. FERIAS COMERCIALES INTERNACIONALES A REALIZARSE EN EL MERCADO

Evento	Fecha	Sitio Web	Rubro
The International Food & Drink Event	17-20 de marzo, 2019	www.ife.co.uk	Alimentos
Foodex	16-18 de abril, 2018	www.foodex.co.uk	Procesamiento y empaquetamiento de alimentos
Natural and Organic Products	22-23 de abril, 2018	www.naturalproducts.co.uk	Alimentos orgánicos
London Wine Fair	21-23 de mayo, 2018	www.londonwinefair.com	Vino
The London Produce	6-8 de junio, 2018	www.londonproduceshow.co.uk	Alimentos
Imbibe Live	2-3 de julio, 2018	live.imbibe.com	Bebidas alcohólicas
London Design Festival	15-23 de septiembre 2018	www.londondesignfestival.com	Diseño
Design Junction	20-23 de septiembre, 2018	www.thedesignjunction.co.uk	Diseño
Timber Expo, Sustainable Construction & Innovation	9-11 de octubre, 2018	www.timber-expo.co.uk	Forestal