

El mercado de la moda en Chile

A. CIFRAS CLAVE

España es el séptimo exportador a Chile. Entre los productos más comprados en 2020 por Chile se encontraban las prendas de vestir y accesorios, siendo el undécimo producto más exportado por España y suponiendo el 1,60 % del total exportado a Chile. Estos datos, a pesar del bajo porcentaje, muestran la buena aceptación de la confección y el diseño español en Chile, ya que es el país europeo que más exporta este tipo de productos.

La mayoría de la producción chilena de prendas textiles va dirigida al segmento económico medio-alto y alto, debido al precio de los productos. En la actualidad, casi el 93 % de lo que se vende es fabricado en países asiáticos, europeos o en países vecinos latinoamericanos.

		2019	2020
Variación del PIB	%	1,1	-5,8
PIB per cápita	EUR	12.445	11.170
Inflación	%	3	3
Cuenta Corriente	% PIB	-3,9	1,40
Déficit fiscal	% PIB	-2,8	-7,40
Población		19.458.310	19.678.363
Importaciones de textil, calzado y complementos de Chile	Millones de EUR	2.828,76	2.010,12
Importaciones de textil, calzado y complementos procedentes de España	Millones de EUR	24,44	18,96

Fuente: Aduanas, Banco Mundial.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

El sector de la moda abarca un amplio abanico de productos. Sin embargo, para la elaboración de esta ficha sector el análisis se ha centrado en prendas de vestir, calzado y complementos.

Código arancelario	Descripción
61	Prendas y complementos (Accesorios), de vestir, de punto
62	Prendas y complementos (Accesorios), de vestir, excepto los de punto
6401	Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico
6402	Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico
6403	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural
6404	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil
6405	Los demás calzados
6406	Partes de calzado
65 (6504, 6505, 6506, 6507)	Sombreros, demás tocados y sus partes
4202	Bolsos de mano, carteras, maletas y maletines, etc.
9004	Gafas (anteojos) correctoras, protectoras y otras, y artículos similares

B.2. Tamaño del mercado

Chile tiene una población estimada de 19,7 millones de habitantes (INE, 2021), con una demanda constante. A la hora de abordar el mercado chileno se debe tener en cuenta que existen desigualdades en la distribución de la riqueza. Chile es el país que más ropa por persona consume en Sudamérica. En los últimos 5 años, el chileno ha aumentado un 80 % su consumo de ropa, pasando de 13 a 50 prendas nuevas anuales, en promedio.

En Chile hay una fuerte presencia de marcas internacionales, las firmas locales no abundan y las marcas extranjeras limitan significativamente la posibilidad de crecimiento de estas. Sin embargo, en los últimos años, el diseño de autor ha ido creciendo significativamente, dando lugar a nuevos creadores, organizaciones y miembros de la industria. Se observa la presencia de marcas de mediano tamaño, generalmente asociadas a empresas familiares, que se caracterizan por una oferta ligada a tendencias y/o nichos específicos, con precios similares o un poco superiores a los grandes *retailers*, y un volumen de producción que les permite un escalamiento productivo. Su producción se realiza principalmente en Asia (China), algunos países latinoamericanos como Colombia y, en menor medida, en fábricas o talleres nacionales. Son marcas como **Elipse, Daily, Umbrale, Rockford, Singalore**.

En este subconjunto, se encuentran las marcas de moda de autor, que desarrollan dos colecciones al año de 20 modelos y con menos de 300 unidades por modelo.

B.3. Principales actores

	Definición
FALABELLA RETAIL S.A.	Tienda por departamentos. Empresa de <i>retail</i> más grande y valiosa de LATAM.
COMERCIAL ECCSA S.A.	Empresa filial de Ripley Corp. S.A. Tiendas por departamento y grandes almacenes.
CENCOSUD RETAIL S.A.	<i>Retail</i> multiformato.

WALMART CHILE S.A.	Principal actor en la industria de las ventas al por menor.
H&M HENNES & MAURITZ SPA	Cadena multinacional sueca de tiendas de ropa, complementos y cosmética.
FORUS S.A.	Compañía especializada en calzado, ropa y complementos.
EUROFASHION LTDA.	Pertenece a “Tiendas por departamento” del <i>holding</i> Cencosud.
ADIDAS CHILE LTDA.	Tienda especializada en calzado y ropa deportiva.
NIKE DE CHILE LTDA.	Tienda especializada en calzado y ropa deportiva.

Fuente: Legal Publishing.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

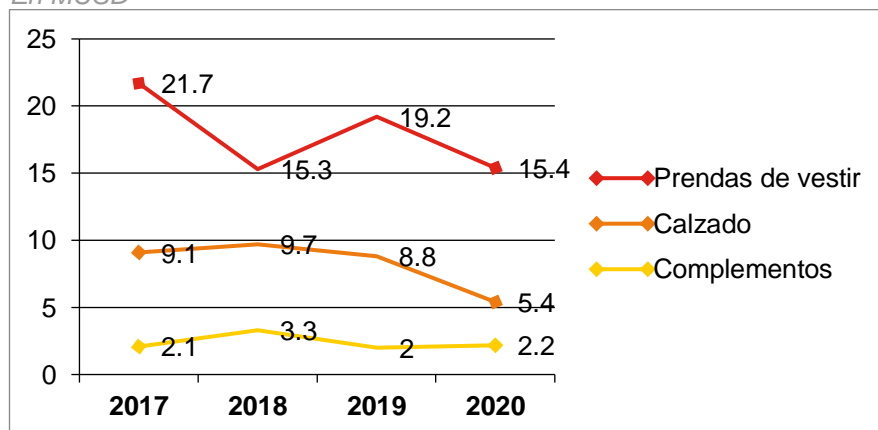
España se encuentra entre los principales países europeos en materia de moda, junto con Italia y Francia. Es uno de los mercados tomados como referencia debido a su amplia experiencia en el diseño de moda y calzado. Existe una imagen positiva del producto español en Chile, donde es reconocido como de alto nivel en calidad, precio y diseño. En este sentido, los empresarios españoles pueden esperar que su inversión o sus productos en el mercado chileno reciban una cálida bienvenida vinculada a la imagen positiva que existe de España en Chile, si bien no se debe olvidar la fuerte competencia de compañías extranjeras presentes en el país.

España se ha posicionado como el **primer país europeo** proveedor de Chile de prendas de vestir, con exportaciones que superan los 15 MUSD (13 MEUR¹) y el **noveno del mundo**. Asimismo, en el calzado, España también se ha situado como el **primer país europeo** proveedor de Chile, superando a Italia este último año, con exportaciones alrededor de los 5,4 MUSD (4,6 MEUR²) y el **octavo del mundo**. Sin embargo, en el sector de complementos, España se sitúa como el **tercer país europeo** proveedor de Chile, por detrás de Italia y Francia, con exportaciones de 2,2 MUSD aproximadamente (1,86 MEUR³) y el **décimo país del mundo**.

Las exportaciones españolas de moda y calzado a Chile han disminuido considerablemente los últimos 4 años. A causa de la pandemia de COVID-19, las prendas de vestir han bajado hasta un valor de 15,4 MUSD, una caída del 29 % entre 2017 y 2020. De igual modo, el calzado sufrió una caída del 41 % en el mismo periodo. Sin embargo, los complementos se han mantenido prácticamente constantes, con una variación mínima del 4 %.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE ESPAÑA A CHILE

En MUSD



Fuente: Legal Publishing.

¹ Cambio EUR/DÓLAR: 1 EUR = 1,18 USD (27/07/2021).

² Cambio EUR/DÓLAR: 1 EUR = 1,18 USD (27/07/2021).

³ Cambio EUR/DÓLAR: 1 EUR = 1,18 USD (27/07/2021).



A pesar de esta tendencia a la baja de los últimos años y de que el mercado esté dominado por grandes marcas internacionales, Chile sigue siendo un mercado importante para las empresas españolas de moda, como corrobora el paulatino aumento de marcas españolas en el mercado local y la buena aceptación de las mismas por el consumidor chileno, debido a que han sabido encontrar un segmento en el que prácticamente no tienen competencia. En general, la presencia de marcas españolas en el mercado posibilita la formación de una percepción de la moda española en el consumidor. Los consumidores chilenos valoran el hecho de tratarse de una marca española, lo que le confiere prestigio al producto. Ejemplo de ello es Zara, perteneciente al grupo Inditex. A pesar de la emergencia de los países asiáticos como potencia mundial en este campo, que ha supuesto una crisis para los productores históricos de calzado y moda, países como España, Francia e Italia aún mantienen su influencia en moda y producción de textil y calzado.

MARCAS ESPAÑOLAS PRESENTES EN CHILE

EMPRESA	PRODUCTO	UBICACIÓN
Agatha Ruiz de la Prada	Ropa y accesorios	Tiendas propias, así como puntos de venta multimarca y tiendas en asociación con MTNG Experience.
Adolfo Domínguez	Ropa	Costanera Center, Parque Arauco, Alto Las Condes, 2 en alianza con Gin Group y Outlet en Santiago.
Aristocrazy	Joyería	Marca distribuida exclusivamente por Falabella.
Camper	Calzado	Plataforma online propia, Linio y Falabella.
Cortefiel	Ropa, calzado y accesorios	Comercializa bajo la marca Tendam.
D. Franklin	Ropa, calzado, relojes, accesorios y gafas	Tiendas <i>online</i> y acuerdos con tiendas físicas.
Desigual	Ropa, carteras, calzado y accesorios	Tiendas físicas en Santiago, portal, portal Linio y Falabella.
El Corte Inglés (Sfera)	Ropa y accesorios	Asociación con el grupo Ripley en Parque Arauco y Costanera Center, así como en las tiendas Ripley <i>online</i> .
El Ganso	Ropa y Calzado	Tiendas físicas y <i>online</i> .
Gioseppe	Calzado	Falabella y portal Linio.
Grupo Hergar	Calzado Callaghan y Gorila	Tiendas <i>online</i> .
Grupo Munreco (Viceroy, Mark Maddox y Sandox)	Relojería y joyería	Falabella.
Inditex (Zara y Zara Home)	Ropa, calzado y accesorios	Tiendas físicas y tienda digital.
Joma	Ropa deportiva, calzado, bolsos y mochilas	Plataforma Linio.
Losan	Ropa	Tienda <i>online</i> .
Luxenter	Joyería	<i>Boutiques</i> en los centros comerciales Alto Las Condes y Plaza Arauco y en el Hotel Marriot.
Magrit	Calzado y bolsos	A través de distribuidores.
Mango	Ropa, calzado y accesorios	Tiendas físicas y plataforma Linio y Falabella.
Menbur	Calzado y accesorios deportivos	Tienda <i>online</i> y otros distribuidores.
MTNG Experience (Mustang, MariaMare, SixtySeven y Mustang Kids)	Calzado	
Pikolinos	Calzado y accesorios	Plataforma Linio y otros distribuidores locales.

Puig	Moda, perfume y cosméticos	Tiendas físicas y <i>online</i> a través de Linio.
Rosa Clará	Vestidos de novia y fiesta	A través de tiendas <i>online</i> .
Scalpers	Moda, calzado y accesorios para hombres	Tiendas en Casacostanera y Alto Las Condes; además, tienda <i>online</i> propia y portal Linio y Falabella.
Skunfunk	Ropa y accesorios para mujer	Tiendas físicas en Santiago y tienda <i>online</i> .
Textil Lonía (Purificación García y Carolina Herrera)	Ropa y accesorios	Tiendas físicas de la firma Purificación García.
Tous	Joyería	Tiendas físicas en Chile, Santiago y Antofagasta, además de tienda <i>online</i> Tous, portal Linio.
Wonders	Calzado para mujer	Portales <i>online</i> en Chile.

Fuente: EOB.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

En los últimos años, Chile ha seguido una política de apertura económica por la cual se ha convertido en el país con más acuerdos comerciales suscritos en el mundo, transformándose en una economía donde el comercio internacional tiene una importante participación. En este sentido, es un país en el que la oferta de productos es enorme y los consumidores tienen acceso a amplia información sobre modas, variedades, precios y calidades. El consumo de ropa ha aumentado un 80% en los últimos años, por lo que el sector del textil ha tenido que avanzar para suplir esta demanda. Las exigencias del comprador chileno han cambiado, desarrollando una fuerte necesidad de renovación.

Un porcentaje muy alto del textil y calzado que importa Chile tiene origen asiático, pero la tendencia es que el producto que se importa sea cada vez de mejor calidad. Además, debido a la perspectiva de crecimiento del país, se espera que la demanda de productos provenientes de países con material de mayor calidad retome su senda de crecimiento. Además, Chile es un país donde el diseñador nacional es tratado igual que uno extranjero, y donde predomina el mercado de la importación, favoreciendo la entrada de marcas internacionales. Pero más allá de las colecciones del diseño de autor, el concepto del "confeccionado artesanalmente" ofrece una oportunidad a los creadores de prendas, lo que brinda una oportunidad a las empresas españolas para vender tanto sus productos como sus técnicas.

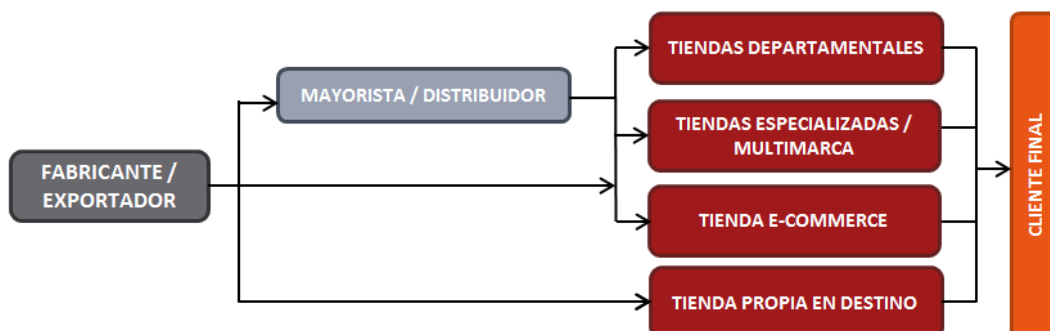
Según el Director Gerente de FEDECCAL, Pedro Beriestain, el producto español es muy bien acogido por el consumidor chileno y por los importadores, aunque el precio de este sea significativamente mayor. Los fabricantes nacionales tienen en general ascendencia española y utilizan formas de trabajar y tecnología española. En este sentido, se considera que existe una oportunidad para las empresas españolas que puedan traer su tecnología y *know-how* al país y crear alianzas con las productoras nacionales.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

El fabricante o exportador puede escoger tres canales distintos para hacer llegar su producto al consumidor final y no tienen por qué ser excluyentes. El fabricante o exportador puede contactar con un **mayorista o distribuidor** que distribuya sus prendas en tiendas departamentales, especializadas o *e-commerce*, o bien, puede optar por **contactar con estos actores del mercado** e intentar negociar directamente. En ocasiones, el conocimiento del mercado por el mayorista/distribuidor puede facilitar la entrada, pero también suponer unos costes mayores. Por

otro lado, el fabricante/exportador podría optar por **implantarse en el país** y distribuir a través de su tienda propia con todos los costes de establecimiento que esta acción podría suponer.



E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

E.2.1. Acceso al mercado - Barreras

El comercio exterior en Chile se rige por el principio de libertad comercial y puede importarse cualquier mercancía, salvo aquellas expresamente prohibidas por la legislación vigente. Existen cuotas o contingentes arancelarios establecidos en los acuerdos comerciales, así como productos considerados sensibles. En ocasiones, el producto que se desea importar, por su naturaleza, puede estar sujeto al visto bueno, autorización o control por parte de algún servicio supervisor, por lo que es necesario obtenerlo, previamente, del correspondiente organismo. El encargado de especificar las normas técnicas reguladoras es el Instituto Nacional de Normalización (INN).

Dependiendo del valor de la mercancía, el proceso de importación tiene dos sistemas:

- En el caso de las mercancías con carácter comercial con valor FOB inferior o igual a 1.000 USD, el trámite de importación lo puede hacer personalmente el importador ante la Aduana respectiva, en forma simplificada.
- Si el valor de la mercancía supera los 1.000 USD valor FOB, el importador debe contar con un Agente de Aduanas.

E.2.2. Impuestos

Según la SUBREI (Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales), Chile dispone de 30 acuerdos comerciales vigentes. En Chile, el arancel general para todas las mercancías procedentes de países sin acuerdo comercial es del 6 % sobre los derechos *ad valorem*, calculados sobre el valor aduanero o CIF, más el impuesto al valor agregado (IVA), del 19 %, que se calcula sobre el valor aduanero más los derechos *ad valorem*. No obstante, los aranceles varían en función del origen de las mercancías. Si son originarias de países con los cuales Chile ha suscrito algún acuerdo de carácter comercial o un tratado de libre comercio, quedan afectas a los aranceles que se hayan pactado en cada acuerdo. En el caso de España, la mayor parte de los productos que se exportan a Chile están exentos de arancel, tras el Acuerdo de Asociación entre Chile y la Unión Europea, cuya parte comercial fue firmada en febrero de 2003, estableciendo que el porcentaje *ad valorem* para estas partidas arancelarias es 0 %, aunque determinados productos agropecuarios pueden estar limitados a cuotas. Para más información, el Servicio Nacional de Aduanas de Chile facilita la siguiente web: www.aduana.cl

E.2.3. Normas técnicas

El **textil no requiere certificación** previa pero sí debe cumplir determinados **requisitos** para su comercialización. El textil debe cumplir el *Reglamento de Rotulación y Símbolos para el Cuidado de los Textiles; Rotulación de Tejidos y Rotulación del Vestuario*.



La norma NCH 1210 establece la información que deben contener las **etiquetas** de las prendas de vestir que se comercialicen en el mercado interno chileno, cualquiera que sea su origen o procedencia, así como las características de las mismas y el lugar de la prenda donde tienen que estar para que sean fácilmente visibles por el usuario.

Las etiquetas deben ser de un material compatible con el tejido sobre el que se adhiere, y su contenido debe figurar en castellano de forma legible. Los datos que deben aparecer en la etiqueta son los siguientes:

- Razón Social del fabricante, importador o marca registrada si la hubiere.
- País de fabricación.
- Nombre y porcentaje de las fibras que componen el tejido principal según norma NCH 1441.
- Código de talla.
- Información sobre características derivadas de procesos especiales de acabado (“no encoge”...).
- Símbolos para el cuidado de la prenda que, según norma NCH 1209, deben ser cuatro, que representan las operaciones de lavado, clorado, planchado y lavado en seco.

Por otro lado, el *Reglamento de Rotulación del Calzado* recoge la norma técnica 1808 de 2004 sobre los requisitos a cumplir para la comercialización del **calzado** tanto de origen nacional como importado. Esta normativa sólo afecta al calzado de uso general (no es aplicable, por ejemplo, al calzado de seguridad). Existe una normativa local para la certificación del calzado de seguridad en Chile, que esta formalizada a través del INN. Dicha normativas son las siguientes:

- NCh 1241. Of1976 Calzado – Terminología
- NCh 1350. Of1996 Calzado de seguridad y calzado ocupacional – Plantas
- NCh 1351/1 Of1989 Calzado de seguridad. Parte 1: determinación de la resistencia al desgarramiento.
- NCh 1351/2 Of1996 Calzado de seguridad. Parte 2: determinación de la resistencia a los hidrocarburos.
- NCh 1796. Of 1992 Calzado de seguridad – calzado de goma

Para ver listado completo, mayor información y costos ingresar al siguiente link:

<https://ecommerce.inn.cl/>

E.3. Ferias

- **Taconeras Limited:** Icónico evento de zapatos y accesorios, que se desarrolló en Espacio Vértice de Open Plaza Kennedy desde el 19 al 25 de julio (Presencial). (<https://openplaza.cl/es/mall/kennedy/blog/taconeras-limited>)
- **Ropero Paula:** Feria virtual para vitrinear ropa, zapatos, accesorios y productos de belleza. Desde el 25 al 31 de marzo. (<https://www.latercera.com/canal/roperopaula/>)
- **Bazar ED en casa:** Desde el 27 de abril hasta el 16 de mayo se realiza la feria de decoración y diseño, donde participan más de 200 tiendas. (<https://www.bazared.cl/>)

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- CERET (Centro de Estudios del Retail): <http://www.ceret.cl/>
- CONTEXTIL (Confederaciones de Trabajadores Textiles):
- FEDECCAL F.G. Cámara de Industriales del Cuero, Calzado y Afines: <http://www.fedeccal.cl/>
- INAPI (Instituto Nacional de Propiedad Industrial): <https://www.inapi.cl/>
- INTECH (Instituto Textil de Chile): <http://www.intech.cl/>
- INN (Instituto Nacional de la Normalización): <http://www.inn.cl/>
- Servicio Nacional de Aduanas: www.aduana.cl
- SOFOFA (Sociedad de Fomento Fabril): <http://web.sofofa.cl/>
- Moda Chile: <http://modachile.org/>

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Santiago de Chile** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Chile**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Chile, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Avenida Nueva Providencia 1901, piso 8º, Providencia
Providencia, Región Metropolitana
Santiago de Chile - Chile
Teléfono: +56 2 2204 9786
Email: santiago Chile@comercio.mineco.es
<http://Chile.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA
Laura Iglesias Pérez

Oficina Económica y Comercial
de España en Santiago de Chile
santiago Chile@comercio.mineco.es
Fecha: 05/08/2021

NIPO: 114-21-012-2

www.icex.es



FICHAS SECTOR CHILE



ICEX España
Exportación
e Inversiones