

Nicola Francione
Internationalization Department
LATAM Desk
n.francione@clavisroma.com
www.clavisroma.com

Chile: the country guide 2018



North: Atacama Desert



Center: Santiago de Chile



South: Parque Torres del Paine



Pacific Ocean: Easter Island



Cile	Chile
<p><u>Info generali</u> Nel continente americano il Cile si presenta da anni come il paese più economicamente attivi e dinamici, nonostante abbia un numero di abitanti (quasi 18 milioni) inferiori a paesi limitrofi. Tuttavia, il Paese australe presenta un territorio molto esteso e variegato. Qui di seguito, si riportano alcuni dati.</p> <p>Capitale: Santiago: 6.683.852 Città principali: Concepción: 967.757 Valparaíso: 729.371 Talca: 378.671 Temuco: 268.720 Rancagua: 232.532 Puerto Montt: 228.118 La Serena: 210.299 Antofagasta: 369.842 Punta Arenas: 131.067</p> <p>Fuso orario: -3, -4, o -5 GMT Superficie: 756.096 km² Popolazione: 17.819.054 Popolazione italiana: 39.650 (60% in Santiago, 18% Valparaíso, Concepción, La Serena)</p> <p>Moneta: Peso cileno (CLP) Cambio: 1 euro = 748,15 CLP Lingua: Spagnolo Religione: Cattolici (70%), Protestanti (15,1%), atei o agnostici (8,3%), altre religioni (4,4%)</p> <p>Ordinamento: Repubblica Presidenziale: il Presidente è anche capo del governo; 4 anni incarica</p> <p>Potere legislativo: Congresso Nazionale (120 Deputati e 38 Senatori); Parlamento e Presidente eletti a suffragio universale diretto</p> <p>Capo dello Stato: Sebastián Piñera Divisione amministrativa: 15 regioni, 53 province, 346 comuni</p> <p><u>Dati economici</u> Area economica: LATAM 2017</p>	<p><u>General informations</u> In the American continent Chile has been the most economically active and dynamic country for years, despite having a number of inhabitants (almost 18 million) lower than neighboring countries close to. However, the austral Country has a very extensive and varied territory. Below, there are some data.</p> <p>Capital: Santiago: 6.683.852 Biggest cities: Concepción: 967.757 Valparaíso: 729.371 Talca: 378.671 Temuco: 268.720 Rancagua: 232.532 Puerto Montt: 228.118 La Serena: 210.299 Antofagasta: 369.842 Punta Arenas: 131.067</p> <p>Time zone: -3, -4, o -5 GMT (GMT) Extension: 756.096 km² Popolazione: 17.819.054</p> <p>Currency: Chilean peso (CLP) Change: 1 euro = 748,15 CLP Language: Spanish Religion: Catholics (70%), Protestants (15.1%), atheists or agnostics (8.3%), other religions (4.4%)</p> <p>State ordering: Presidential Republic: the President is also head of the Government; 4 years charge</p> <p>Legislative power: National Congress (120 Deputies and 38 Senators); Parliament and President are elected by direct universal suffrage</p> <p>Head of the State: Sebastián Piñera Administrative division: 15 regions, 53 provinces, 346 town district</p> <p style="text-align: center;">²⁰¹⁶ <u>Economic informations</u> ²⁰¹⁵ Economic area: LATAM 2017</p>

PIL: parità potere acquisto	\$ 452.1 mld	GDP: purchasing power parity	\$ 452.1 bil.
PIL: tasso di crescita reale	1.4%	GDP: real growth rate	1.4%
PIL: pro capite	\$ 24.600	GDP: per capita	\$ 24.600
Forza lavoro	8.881 ML	Workforce	8.881 mil.
Disoccupazione	7%	Unemployment	7%
Export	\$ 64.51 mld	Export	\$ 64.51 bil.
Import	\$ 59.92 mld	Import	\$ 59.92 bil.

I fattori per investire in Cile

Il Cile si posiziona tra i Paesi *leader* in America Latina (LATAM):

1. è un paese stabile dal punto di vista economico e politico (progetto di crescita economica);
2. presenta un chiaro e completo assetto normativo; un elevato rispetto delle regole; un sistema tributario trasparente, competitivo e chiaro;
3. è classificato tra i paesi con il rischio-paese tra i più bassi al mondo (fonte: *The Economist Intelligence Unit* 2017), con istituzioni sono forti e trasparenti; basso debito pubblico e altamente competitivo, che infonde fiducia negli investitori. Nel 2017 il PIL è aumentato dell'1,5 % con un reddito pro-capite di US\$ 19.899. Il Fondo Monetario Internazionale prevede un aumento del PIL del 3% per il 2018; è un polo attrattivo per l'investimento straniero (l'agenzia di rating *Fitch* valuta il Paese con rischio-paese classificato A+);
4. si caratterizza per la grande apertura commerciale: ha firmato moltissimi accordi commerciali al mondo (63 accordi di associazione e di libero scambio); il mercato delle esportazioni accede direttamente al 85% del PIL mondiale; si trova al 20° posto nel mondo (Indice di Libertà Economica 2018, fondazione *Heritage* e *Wall Street Journal*);
5. è il Paese dell'area LATAM dove fare impresa è più semplice ed accessibile;
6. basso impatto della crisi economica globale: nel 2016, occupava l'11° posto per investimenti stranieri (per circa 30.000 ML USD); per due anni consecutivi è stato nella Top 20 delle economie mondiali che hanno ricevuto più investimenti, nel 2015 era nella 17° posizione: per il *World Investment Report 2016*, la migliore destinazione in LATAM per gli investimenti stranieri;
7. è paese *leader* per l'Alleanza del Pacifico (il TTP - tra Cile, Messico, Perù e Colombia): integrazione di queste economie, per la promozione del commercio internazionale e l'integrazione economica con il resto del mondo; tra questi Paesi, ha costituito il MILA (Mercato Integrato Latino-Americano) tra Perù, Cile, Colombia e Messico.
8. ha già eliminato il 90 % dei dazi sulle merci; nel 2020, vi sarà eliminazione totale; l'Alleanza del Pacifico incide su mercato di circa 208 ML di potenziali consumatori, offrendo opportunità ai

Reasons to invest in Chile

Chile is among the leading countries in Latin America (LATAM):

1. it is a stable country from an economic and political point of view (project of economic growth);
2. it presents a clear and complete regulatory framework; a high respect for the rules; a transparent, competitive and clear tax system;
3. it is ranked among the countries with the lowest country risk in the world (source: *The Economist Intelligence Unit* 2017), and strong and transparent institutions; low public debt and highly competitive, which instills confidence in investors. In 2017 GDP increased by 1.5% with a per capita income of USD 19.899. The International Monetary Fund expects a 3% GDP increase for 2018; it is an attractive center for foreign investment (the *Fitch* rating agency evaluates the country as a country risk classified A+);
4. it is focused by the great commercial openness: it has signed many commercial agreements in the world (63 association and free trade agreements); the export market directly accesses 85% of world GDP; it is in 20th place in the world (2018 Economic Freedom Index, *Heritage Foundation* and *Wall Street Journal*);
5. it is the country in the LATAM area where doing business is simpler and more accessible;
6. low impact of the global economic crisis: in 2016, it occupied 11th place for foreign investments (for about 30,000 ML USD); for two consecutive years it was in the Top 20 of the world economies that received more investments, in 2015 it was in the 17th position: for the *World Investment Report 2016*, the best destination in LATAM for foreign investments;
7. it is a leading country for the Trans-Pacific Partnership (the TPP - between Chile, Mexico, Peru and Colombia): for integration of these economies, for the promotion of international trade and economic integration with the rest of the world; among these countries, it constituted the MILA (Latin American-Integrated Market) between Perù, Chile, Colombia and Mexico.
8. it has already eliminated 90% of the duties on goods; in 2020, there will be total elimination; the TPP has a market share of around 208 ML of potential consumers, offering opportunities to EU trade partners under the free trade agreements concluded by the four countries with the European Union.
9. it promotes exchanges of entrepreneurs and investors;
10. it is a constantly growing country, which needs strategic partners and suppliers to import products and

partner commerciali della UE in virtù dei trattati di libero scambio conclusi dai quattro Paesi con l'Unione Europea.

9. promuove gli scambi di imprenditori ed investitori;
10. è un Paese in costante crescita, che ha bisogno di *partner* strategici e di fornitori per l'importazione di prodotti e di servizi (in particolare, il *know-how* estero).

CLAVIS, attraverso la propria esperienza ventennale in Cile e la rete di rapporti costruita nelle istituzioni, amministrazioni, professionisti ed imprese locali, assiste le imprese in tutte le fasi di installazione e sviluppo del business.

I settori di interesse

Il Cile gode di una posizione strategica, dal punto vista di vista geo-politico. Nello specifico:

- possiede 4.200 chilometri di costa pacifica; è porta di accesso alle relazioni economiche con i paesi asiatici del Pacifico; costituisce un trampolino di lancio verso il mercato del LATAM, del mercato americano in generale e di molte altre aree commerciali del mondo;
- aree climatiche estremamente varie (Nord: desertica, altiplanica; Centro: temperata; Sud: piovosa, pre-antartica) e molti microclimi all'interno delle stesse zone. Tale conformazione permette una ampia gamma di colture agricole esportabili che hanno forte domanda nei mercati internazionali.

Investire in Cile significa introdurre aprire mercati in tutti i settori industriali e commerciali e, in particolare, in:

Settore minerario (Mining)

- il 28% delle riserve di rame del mondo è in Cile, di cui è il maggiore produttore (32%); possiede la più grande azienda statale estrattrice di rame del mondo (Co.de.l.co.);
- presenta grandi giacimenti di nitrati naturali, iodio e litio.
- le aziende di estrazione mineraria investiranno molto nei prossimi anni;
- adotta nuove soluzioni per garantire un adeguato approvvigionamento per l'industria mineraria, in particolare per il litio;
- imposta politiche per l'industria mineraria finalizzate ad incoraggiare la collaborazione e l'integrazione tra tutti i soggetti interessati.

Opportunità di business: si richiedono varie tipologie di prodotti e servizi: attrezzature ed articoli per la sicurezza (scarpe, caschi, occhiali e grembiuli, software, macchinari, ricambi, ecc.); *expertise* e *know-how* per l'esplorazione, per la geofisica, ingegneria, geologia, ecc..

services (in particular, foreign know-how).

CLAVIS, through its twenty years lasting experience in Chile and a network of relationships built with institutions, administrations, professionals and local business, assists companies in all phases of start-up and development of the business.

The areas of interest

Chile enjoys a strategic position, from a geo-political point of view. Especially:

- it has 4,200 kilometers of Pacific Coast; it is a gateway to economic relations with the Asian-Pacific countries; it is a springboard to the LATAM market, the American market in general and many other commercial areas of the world;
- it has extremely varied climatic areas (North: desert, highlands, Center: temperate, South: rainy, pre-Antarctic) and many microclimates within the same areas. This conformation allows a wide range of exportable agricultural crops that have high demand in international markets.

Investing in Chile means introducing open markets in all industrial and commercial areas and, in particular, in:

Mining area

- 28% of the world's copper reserves are Chilean, of which it is the largest producer (32%); it has the largest copper extraction company in the world (Co.de.l.co.);
- it has large deposits of natural nitrates, iodine and lithium;
- mining companies will invest a lot in the coming years;
- it adopted new solutions to guarantee an adequate supply for the mining industry, in particular for lithium;
- it sets policies for the mining industry aimed at encouraging collaboration and integration among all stakeholders.

Business opportunities: various types of products and services are required: equipment and items for safety (shoes, helmets, goggles and aprons, software, machinery, spare parts, etc.); *expertise* and *know-how* for exploration, for geophysics, engineering, geology, etc.

Settore energetico e delle rinnovabili (Energy)

- presenta enormi risorse naturali;
- la produzione elettrica è distribuita su 3 reti: sistema centrale di inter-connesso (SIC) del 78%; sistema inter-connesso Nord (SIN) del 21%; sistemi di Aysén e Magallanes del 1%;
- il 46.4% dell'energia proviene dal carbone; il 26.6% è idroelettrica; il 16.6% deriva dal gas naturale; il 6.3% da fonti rinnovabili non convenzionali;
- adozione di politiche di riduzione dei prezzi energetici attraverso una maggiore concorrenza, efficienza e diversificazione del mercato energetico; promozione ed incentivazione per lo sviluppo e gestione delle risorse energetiche;
- a livello idroelettrico, presenza di: grandi dighe e corsi d'acqua (nel Sud); ampie zone per lo sfruttamento della energia solare (nel Nord); nonché quella eolica (nel Centro-Sud);
- forte impulso al settore dell'energia rinnovabile: nel 2025, il 45% della produzione elettrica cilena verrà da fonti non convenzionali.

Opportunità di business: si richiedono alta qualità dei macchinari e di professionalità (molto apprezzate quelle italiane ed europee), nell'ingegneria e nella geofisica.

Settore agroalimentare (Food)

- il Paese è grande produttore alimentare, con prodotti destinati sia al mercato interno e per l'export in tutto il mondo; si posiziona al 17° posto nella classifica dei paesi di export alimentare; con l'obiettivo di essere tra i primi 10 paesi entro il 2020;
- molti prodotti alimentari tra cui: mirtilli, uva da tavola, prugne fresche e disidratate, mele disidratate, trota e salmone del Pacifico. Essi rappresentano circa il 20% delle esportazioni, pari al 7.9% del PIL;
- la parte centrale del Paese ha caratteristiche tipiche della zona del Mediterraneo, con prodotti agricoli, dell'allevamento, del latte e dei suoi derivati molti vicini a quelli italiani e dell'area mediterranea della UE;
- è leader nel settore della pesca (1° posto al mondo per produzione di salmone).

Opportunità di business: l'expertise italiana ed europea (capitale umano ed industriale) in questo ambito è di grande utilità per gli operatori; in particolare, l'obiettivo è il miglioramento della produttività e della competitività del settore agricolo, la promozione dell'innovazione e della ricerca, la migliore gestione delle acque (irrigazione), l'accesso ai mercati esteri, aumentando la qualità e la differenziazione dei prodotti (sviluppo delle denominazioni geografiche, delle varietà vegetali,

Renewables Area & Energy

- it presents enormous natural resources;
- electricity production is distributed over 3 networks: 78% inter-connected central system (SIC); inter-connected North (SIN) system of 21%; 1% Aysén and Magallanes systems;
- 46.4% of the energy comes from coal; 26.6% is hydroelectric; 16.6% derives from natural gas; 6.3% from non-conventional renewable sources;
- adoption of policies to reduce energy prices through greater competition, efficiency and diversification of the energy market; promotion and incentive for the development and management of energy resources;
- at hydroelectric level, presence of: large dams and watercourses (in the South); very large areas for the exploitation of solar energy (in the North); as well as the wind power (in the Center-South);
- strong impetus for the renewable energy sector: in 2025, 45% of Chilean electricity production will come from non-conventional sources.

Business opportunities: high quality and skilled machinery are required (Italian and European ones are highly appreciated), in engineering and in geophysics.

Food area

- the Country is a major food producer, with products destined for both the domestic market and for exports all over the world; it is positioned at the 17th place in the ranking of food export countries; with the goal of being among the top 10 countries by 2020;
- many food products including: blueberries, table grapes, fresh and dehydrated plums, dehydrated apples, trout and Pacific salmon. They represent about 20% of exports, i.e. 7.9% of GDP;
- the central part of the Country has characteristics typical of the Mediterranean area, with agricultural products, breeding, milk and its derivatives, very close to those of Italy and the Mediterranean area of the EU;
- it is a leader in the fishing industry (1st place in the world for salmon production).

Business opportunities: Italian and European expertise (human and industrial capital) in this area is very useful for operators; in particular, the target is the improvement of productivity and competitiveness of the agricultural sector, the promotion of innovation and research, the best management of water (irrigation), access to foreign markets, increasing the quality and differentiation of products (development of geographical names, plant varieties, etc.); the packaging industry is not developed in the Country,

ecc.); l'industria del packaging non è sviluppata nel Paese, gli imballaggi fanno lievitare i costi dei prodotti, pertanto, l'*expertise* e *know-how* viene spesso importata nel Paese.

Settore turistico (Tourism)

- L'eccellente posizione geografica permette al Paese di avere attrazioni naturali splendide, estreme e poco conosciute: ciò stimola la crescita di attrattiva turistica all'estero;
- oltre 5 milioni di turisti internazionali nel 2016;
- vantaggi stagionali: nella stagione estiva e primaverile, attività balneare lungo la costa pacifica e nei numerosissimi laghi, attività *outdoor* e di tracking in tutto il paese (Patagonia cilena, Regione dei Laghi, Norte Grande e Norte Chico, aree dell'altipiano); in inverno, si può sciare su molti impianti andini, famosi a livello internazionale (Chillàn, la Parva, El Colorado, Farellones, Pucòn, Punta Arenas, ecc.);
- vantaggi geografici: con una estensione di circa 4300 km, il Paese copre un'area e climi paragonabili a quelli presenti tra la Norvegia ed il deserto del Sahara. Di conseguenza, nello stesso giorno in Cile, è possibile avere stagioni opposte e temperature molto diverse, tra nord, centro e sud;
- attrattive turistiche di punta: deserto di Atacama (che fiorisce ogni 4 anni circa!) e zone altipianiche, Santiago, Valparaiso e Viña del Mar, le valli centrali del vino, i grandi laghi, i vulcani, i moltissimi parchi nazionali; la Patagonia e suoi fiordi, la Terra del Fuoco, l'Isola di Pascua.

Opportunità di business: i servizi offerti al turista non sono spesso adeguati, spesso accessibili solo a un pubblico ristretto di turisti; spesso, scarsa conoscenza della lingua inglese da parte degli operatori turistici; collegamenti spesso difficili e costosi; assenza spesso di adeguata informazione turistica.

È quindi necessario promuovere lo sviluppo del turismo sostenibile nelle aree protette; aumentare l'offerta e la promozione della cultura; sviluppare il *marketing* settoriale; sviluppare il turismo sostenibile, anche con mezzi digitali e moderni, ed iniziative in chiave moderna, secondo anche i chiari orientamenti e programmi politici degli ultimi anni.

Settore edilizio ed immobiliare (Construction & Real Estate)

- *boom* del settore edilizio dovuto alla rapida crescita dell'economia interna, soprattutto nelle aree urbane con costruzioni ad uso abitativo e commerciale.
- sviluppo dell'indotto: nel periodo 2006-2014, il Cile era al 45° posto nella classifica del *World Economic Forum* per le infrastrutture;
- grandi investimenti nelle infrastrutture: moderna

packaging increases the costs of products, therefore expertise and know-how are often imported into the Country.

Tourism area

- The excellent geographical position allows the Country to have splendid, extreme and little known natural attractions: this stimulates the growth of tourist attraction abroad;
- over 5 million international tourists in 2016;
- seasonal advantages: in the summer and spring season, seaside activities along the Pacific coast and in the many lakes, outdoor activities and tracking throughout the Country (Chilean Patagonia, Lakes Region, Norte Grande and Norte Chico, areas of the highlands); in winter, you can ski on many Andean facilities, internationally famous (Chillàn, La Parva, El Colorado, Farellones, Pucòn, Punta Arenas, etc.);
- geographical advantages: with an extension of about 4300 km, the Country covers an area and climates comparable to those existing between Norway and the Sahara desert. As a result, on the same day in Chile, it is possible to have opposite seasons and very different temperatures, between north, center and south;
- top tourist attractions: Atacama desert (which blooms every 4 years or so!) and highlands areas, Santiago, Valparaiso and Viña del Mar, the central wine valleys, the great lakes, the volcanoes, the many national parks; Patagonia and its fjords, Tierra del Fuego, Easter Island.

Business opportunities: the services offered to tourists are often not adequate, often only accessible to a limited kind of tourists; often, poor knowledge of English by tour operators; often difficult and expensive connections; often lack of adequate tourist information.

It is therefore necessary promoting the development of sustainable tourism in protected areas; increase the supply and promotion of culture; develop sectoral marketing; to develop sustainable tourism, also with digital and modern means, and initiatives in a modern way, according to the clear guidelines and political programs of the last years.

Construction & Real Estate area

- boom in the building sector due to the rapid growth of the domestic economy, especially in urban areas with residential and commercial buildings.
- development of the induced sector: in the period 2006-2014, Chile was in 45th place in the ranking of the World Economic Forum for infrastructures;
- large investments in infrastructures: a modern network of motorways, hospitals, ports, airports, worth over 10 billion USD;

<p>rete di autostrade, ospedali, porti, aeroporti, per un valore di oltre 10 miliardi di dollari;</p> <ul style="list-style-type: none"> - per affrontare l'aumento dei veicoli in circolazione (nel periodo 2005-2012, incremento del 65%), si prevede per il periodo 2015-2020 un investimento complessivo di circa 18 miliardi di dollari; - dal punto di vista delle architetture, il Paese si colloca tra i primi posti del <i>ranking</i> mondiale (biennale di architettura 2017, Valparaiso); - numerosi sono i programmi e progetti di investimento nelle costruzioni, destinati a crescere; - presenza di poche grandi imprese italiane nel settore costruzioni (tra le tante, Astaldi); - dal punto di vista immobiliare, il Cile presenta ancora ottime opportunità di investimento per acquisto di immobili ad uso abitativo, commerciale e soprattutto terreni agricoli (che possono ottenere, in taluni casi, anche la concessione a costruire). Il costo delle transazioni immobiliari è infatti ancora conveniente per gli investitori europei, ma è, nei prossimi anni, destinato a crescere con il crescere dell'economia interna. <p><u>Opportunità di business:</u> possibili sbocchi per gli imprenditori stranieri nel settore delle costruzioni: infrastrutture pubbliche (strade, ponti, aree urbane); ricostruzione nelle zone colpite da calamità naturali; sviluppo dei porti; piano di protezione per le zone aeroportuali; sviluppo e miglioramento dei valichi di frontiera; infrastrutture sociali e ricreative; infrastrutture ospedaliere e sanitarie; infrastrutture industriali e commerciali; infrastrutture a carattere educativo (scuole, università, centri di ricerca, ecc.); collegamenti marittimi; tecnologie per la gestione del traffico, strutture ospedaliere e sanitarie.</p> <p>Settore immobiliare: ottime opportunità di acquisto e/o gestione di asset immobiliari locali, a prezzi molto competitivi.</p> <p>Settore Moda e Design (Moda & Design)</p> <p>Moda:</p> <ul style="list-style-type: none"> - fonti ICE in Cile dichiarano che, nell'ultimo decennio, si osserva un cambio nel profilo del consumatore cileno. Diversi elementi hanno influito sul comportamento d'acquisto: aumento dell'aspettativa di vita, diminuzione della natalità, un maggior livello di istruzione, graduale incorporazione della donna nel mondo del lavoro, consolidarsi di una "nuova" classe media cilena che è più disposta a "soddisfare un capriccio", crescita del mercato del lusso in genere, richiesta di <i>brand</i> italiani, abbigliamento, automobili (il 13 % degli "ultimi modelli" venduti ha un prezzo medio che supera i 22.000 euro a vettura), gioielleria, orologeria, ecc.; - il <i>made in Italy</i> rappresenta uno "<i>status symbol</i>" 	<ul style="list-style-type: none"> - to face the increasing vehicles' circulation (in the period 2005-2012, an increase of 65%), a total investment of about 18 billion USD is expected for the period 2015-2020; - from the point of view of architecture, the country ranks among the 1st places in the world ranking (2017: Architecture Biennial, in Valparaiso); - there are many investment programs and projects in buildings for growing; - presence of a few large Italian companies in the construction sector (among others, Astaldi); - from the point of view of real estate, Chile still has excellent investment opportunities for the purchase for residential, commercial real estate and above all agricultural land (which, in some cases, can also obtain the authorization to build). In fact, the cost of real estate transactions is still convenient for European investors, but it is destined to grow in the coming years as the internal economy grows. <p><u>Business opportunities:</u> possible outlets for foreign entrepreneurs in the construction sector: public infrastructures (roads, bridges, urban areas); reconstruction in areas affected by natural disasters; port development; protection plan for airport areas; development and improvement of border crossing points; social and infrastructure for entertainment; hospital and health infrastructure; industrial and commercial infrastructures; educational infrastructures (schools, universities, research centers, etc.); maritime connections; traffic management technologies, hospitals and healthcare facilities.</p> <p>Real estate sector: excellent opportunities for purchasing and/or managing local real estate assets at very competitive prices.</p> <p>Fashion & Design</p> <p>Fashion:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ICE (Italian Foreign trade Institute) sources in Chile declare that, in the last decade there has been a change in the profile of the Chilean consumer. Several factors have influenced the purchasing behavior: increased life expectancy, decreased birth rate, a higher level of education, gradual incorporation of women into the job's world, consolidation of a "new" Chilean middle class who is more willing to "Satisfy a whim", growth of the luxury market in general, demand for Italian brands, clothing, cars (13% of the "last models" sold have an average price that exceeds 22,000 euro per car), jewellery, watches. Etc.; - Made in Italy represents a "status symbol" for Chilean consumers with a certain spending potential;
---	---

<p>per i consumatori cileni con un certo potenziale di spesa;</p> <ul style="list-style-type: none"> - a maggio 2016 è stato inaugurato il volo diretto Alitalia Roma-Santiago perché il consumatore cileno ha forte interesse per il Bel Paese, sia per il <i>business</i> sia per il <i>leisure</i>; - ancora oggi, la moda, il lusso, il <i>design</i> si concentrano principalmente nei grandi <i>mall</i> e nei centri commerciali; - i prezzi della moda e del lusso sono alti rispetto alla media dei paesi sviluppati; <p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - poco sviluppata l'oggettistica; - poco sviluppato il settore arredo, casa ed ufficio, sostanzialmente caratterizzato da prodotti e servizi importati dal nord Europa, Stati Uniti, Cina. <p><u>Opportunità di business:</u> il <i>design</i> italiano è considerato in Cile di grande pregio e qualità; il <i>made in Italy</i> trova quindi un mercato recettivo in crescita e non saturo, come in altre aree commerciali del mondo.</p> <p><u>Investire in Cile:</u> 1) attività esplorativa</p> <p>Per entrare nel mercato cileno è necessario compiere una attività esplorativa degli elementi e delle condizioni che permettono la corretta creazione e sviluppo del <i>business</i>. Questa attività iniziale consiste principalmente in:</p> <ul style="list-style-type: none"> - indagine esplorativa necessaria rispetto al business oggetto dell'incarico; - indagine di mercato generica; - indagine di mercato approfondita; - ricerca dei partner locali; - ricerca di strumenti ed infrastrutture industriali locali; - organizzazione ed accompagnamento in missioni sul territorio; - consulenza e stesura di accordi specifici (partnership, distribuzione, joint-venture, ecc.); <p>CLAVIS assiste le imprese in questa fase attraverso incarichi esplorativi da effettuarsi sia sul territorio sia a distanza.</p> <p><u>Investire in Cile:</u> 2) attività di avviamento</p> <p>Per operare in Cile è necessario:</p> <p>a. costituire una società:</p> <p>a1. <u>Apertura del RUT:</u> occorre ottenere il numero di identificazione fiscale, detto RUT (Rol Único Tributario).</p> <p>a2. <u>Identificazione del tipo di società da costituire:</u> impresa individuale a responsabilità limitata; società a responsabilità limitata; società anonima; società anonima per azioni;</p> <p>a3. <u>Apertura di un conto corrente cileno:</u> identificare una banca locale o una filiale o affiliata della banca italiana in Cile.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - in May 2016, the direct Alitalia Rome-Santiago flight was inaugurated because the Chilean consumer has a strong interest in the “Bel Paese”, both for business and leisure; - even today, fashion, luxury and design are mainly concentrated in large mall and shopping centers; - the prices of fashion and luxury are high compared to the average of developed countries; <p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - little developed objects; - furniture, home and office areas, substantially characterized by products and services imported from northern Europe, USA and China, are not well developed. <p><u>Business opportunities:</u> Italian design is considered in Chile of great value and quality; therefore, made in Italy finds a growing and unsaturated receptive market, as in other commercial areas of the world.</p> <p><u>Investing in Chile:</u> 1) scouting activity</p> <p>For entering in the Chilean market, you have to carry out a scouting activity of the elements and conditions that allow the correct start-up and development of the business. This starting activity consists mainly of:</p> <ul style="list-style-type: none"> - exploratory survey necessary for the business of the assignment; - general market survey; - in-depth market survey; - research for local partners; - research of local industrial instruments and infrastructures; - organization and assistance in missions on land; - consulting and drafting of specific agreements (partnership, distribution, joint-venture, etc.). <p>CLAVIS assists companies in this phase through exploratory assignments to be carried out both on land and from a far.</p> <p><u>Investing in Chile:</u> 2) start-up activity</p> <p>For operating in Chile, you have to:</p> <p>a. building a company:</p> <p>a1. <u>Open the RUT:</u> obtain the fiscal identification number, called RUT (Rol Único Tributario).</p> <p>a2. <u>Indicate the kind of company to be set up:</u> individual company, limited liability company; anonymous company; anonymous company in shares;</p> <p>3. <u>Open a Chilean bank account:</u> identify a local bank or a subsidiary or affiliate of the your bank in Chile.</p> <p>a4 <u>Locate instruments for transferring capital:</u> this</p>
--	---

a4 **Individuazione di strumenti per trasferire i capitali:** tale operazione deve essere svolta in conformità con la normativa interna (Cap. XIV normativa cambi internazionali del Banco Central; *Estatuto de la inversión extranjera* o D.L. 600);

a5 **Individuazione e scelta della sede sociale:** occorre affiancarsi ad operatori locali per fissare la sede della società creata e per la sua gestione amministrativa.

b. Tutela della innovazione e del brand della impresa:

b1. registrazione del marchio e/o dei segni distintivi in Cile;

b2. registrazione dei brevetti (invenzioni, design, modelli) in Cile, che incorporano l'innovazione;

b3. registrazione del copyright della impresa;

b4. protezione dei segreti industriali;

b5. Attività di protezione della concorrenza in Cile;

c. ricerca di incentivi, benefici e finanza.

c1. Ricerca di incentivi a carattere fiscale e finanziario;

c2. Individuazione di eventuali zone franche: Iquique (Regione di Tarapacà; Punta Arenas, Regione di Magallanes);

c3. Individuazione di benefici doganali e fiscali: il Cile ha siglato 63 accordi di libero scambio con 62 Paesi (tra cui, quello Cile-UE, che prevede un abbattimento delle barriere doganali; Alleanza del Pacifico, con Messico, Perù e Colombia).

c4. Ricerca di normative speciali di settore : ad esempio, franchigia per Sistemi Solari Termici (SST), per cui le imprese costruttrici hanno diritto a dedurre, dall'ammontare dei pagamenti provvisori obbligatori, un credito equivalente a tutto o parte del valore dei Sistemi Solari Termici installati negli immobili ad uso abitativo costruiti nel Paese.

Investire in Cile:

3) attività di sviluppo

Lo sviluppo degli affari nel Paese incide in maniera determinante nel successo dell'operazione di internazionalizzazione.

Nello specifico, occorre attivare i seguenti passi:

- ricerca e gestione di collaborazioni locali;
- creazione di rete di agenti/mandatari locali;
- ricerca ed installazione di sedi, filiali sul territorio;
- acquisizione e gestione di amministratori, gestori, dirigenti sul territorio o ricerca di personale locale;
- acquisizione e gestione di maestranze locali;
- ricerca e raggiungimento di alleanze, accordi strategici o finanziari locali;
- estensione del business su altri paesi del LATAM o extra-LATAM.

CLAVIS si affianca alle imprese in tutte le fasi del business, quella esplorativa, quella dell'avviamento e quella dello sviluppo, offrendo servizi di qualità e "su misura" per il Cliente.

transaction must be carried out in compliance with internal regulations (Chapter XIV Banco Central international exchange regulations, *Estatuto de la inversión extranjera* or D.L. 600);

a5 **Locate and select the registered office:** work alongside local operators to establish the headquarters of the company created and for its management.

b. Protection of the company's innovation and brand:

b1. registration of the trademark and/or distinctive signs in Chile;

b2. registration of patents (inventions, designs, models) in Chile, which incorporate innovation;

b3. registration of copyright;

b4. protection of industrial secrets;

b5. Protection of competition and fair trade in Chile;

c. Research for incentives, benefits and finance.

c1. Research for fiscal and financial incentives;

c2. Identification of any free zones: Iquique (Tarapaca Region, Punta Arenas, Magallanes Region);

c3. Identification of customs and tax benefits: Chile has signed 63 free trade agreements with 62 countries (including Chile-EU, which provides for the removal of customs barriers, the TPP, with Mexico, Perù and Colombia).

c4. Research of special areas regulations: i.e., exemption for Solar Thermal Systems (SST), for which the construction companies have the right to deduct, from the amount of obligatory provisional payments, a credit equivalent to all or part of the value of the Solar Thermal Systems installed in residential buildings built in the country.

Investing in Chile:

3) development activity

The development of business in the Country has a decisive influence on the success of the internationalization.

Specifically, the following steps must be activated:

- searching and managing local partnership;
- creation of a network of local agents;
- searching and locating offices, branches in the area;
- acquisition and managing directors, managers, in the area or searching for local staff;
- acquisition and managing local workers;
- searching and achieving alliances, local strategic or financial agreements;
- extension of the business to other LATAM or extra-LATAM countries.

CLAVIS supports companies in all phases of the business, exploration, start-up and development, offering quality and "tailor-made" services for the Customer.