

OPORTUNIDADES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y VEGETALES PROCESADOS COMO INSUMO PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CHILE

Maureen Alpizar Arce

Dirección de Inteligencia Comercial

Julio, 2020



El presente documento es de carácter público y gratuito y fue realizado por la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica, con base en la información que ha sido recopilada de buena fe y proveniente de fuentes legítimas. El objetivo de este estudio es brindar información de carácter general sobre el tema analizado, por lo que su contenido no está destinado a resolver problemas específicos o a brindar asesoría puntual para un determinado individuo o entidad pública o privada. Por la misma naturaleza de esta publicación, PROCOMER no tendrá responsabilidad alguna sobre la utilización o interpretación que se le dé a este documento, ni responderá por ningún supuesto daño o perjuicio directo o indirecto derivado del contenido de este estudio.

Dirección de Inteligencia Comercial

RESUMEN EJECUTIVO



Chile es un país 19 millones de habitantes, concentrados mayoritariamente en la Región de Santiago. Es la 4a economía de la región según PIB total \$282.425M, pero el 1º según PIB per cápita (\$23.632).

Su oferta de productos procesados a partir de frutas se basa sobre todo en **berries, manzana, kiwi y durazno**, destinados tanto para el consumo local como para exportación. Dicha oferta se puede ver complementada con la de otros países como la de Costa Rica (**participación en esta cadena global**), ya sea con nuestra oferta de jugos y concentrados; frutas y verduras congeladas o conservadas y purés de frutas, jaleas y mermeladas.

En 2019, las importaciones ascendieron los \$200M (CAGR: +3% 2015-2019), 54% conservados y 22% congelados, 19% jugos y 6% de purés y jaleas. Estas importaciones de nuevo pueden terminar en productos para el mercado local o para exportar, particularmente, **Chile, para 2019 exportó (de sus productos solos o mezclados con otros importados):**

1. Hasta \$384M de productos congelados a **EEUU, Australia y Canadá**, mercados que representan el 41%, 16% y 12% respectivamente de todo lo enviado en congelados.
2. Hasta \$190M de jugos a **EEUU, Japón y Holanda**, mercados que representan el 31%, 20% y 9% respectivamente de todo lo enviado en jugos
3. Hasta \$137M de purés a **EEUU, México y Rusia**, mercados que representan el 34%, 22% y 5% de todo lo enviado en purés.

Todos estos productos en los últimos 5 años (2015-2019) han tenido crecimientos moderados:: congelados -1%; jugos -1% y purés +1%.

Las oportunidades y retos para CR se resumen a continuación:

- 1. Jugos y concentrados: importaciones aproximadas en \$34M**, particularmente de jugo de naranja (\$18M), jugos de frutas o vegetales (\$10M) y jugo de piña (\$6M). Importante que no sean pasteurizados, pues se considera hacen perder sabor, olor y textura de la fruta original.
- 2. Frutas y vegetales congelados: importaciones hasta de \$23M**, particularmente ofreciendo frutos como piña y otros vegetales sin cocer congelados. En este mercado ya CR participa con un 13% del total importado; compitiendo con Perú, Colombia, Ecuador, Guatemala y México, quienes tienen precios más competitivos que los nuestros (área de oportunidad para aumentar nuestra participación de mercado). Potenciales clientes son las empresas procesadoras de bebidas energéticas a base de fruta congelada, así como las procesadoras.
- 3. Frutas y vegetales conservados: importaciones de hasta \$51M**. Participaríamos con frutas conservadas como piña y/o mezclas. En este mercado ya CR participa \$46 mil y hemos tenido un crecimiento anual promedio de 20%
- 4. Purés de frutas, jaleas y mermeladas: importaciones de hasta \$11M**, pudiendo ofrecer pures de banano convencional u orgánico (para este último es indispensable contar con las certificaciones respectivas, para la adecuada trazabilidad); puré de mango, maracuyá y piña (frutas con fuerte competencia de Ecuador, Perú, Brasil, México y Colombia). Igual acá la recomendación es no pasteurizar este tipo de materia prima.

Para el mejor aprovechamiento de estas oportunidades es importante **considerar sobre todo tener una estructura de precios sólidamente medida (sobre todo en lo que respecta a la logística de transporte internacional como interna)** para hacer más competitivos nuestros precios; además de mantener buenas prácticas en el servicio al cliente, en el seguimiento o posventa, disponibilidad constante de los productos, cumplimiento de acuerdos entre otras buenas prácticas del comercio internacional.

OBJETIVOS

GENERAL

Identificar las oportunidades de comercialización para frutas procesadas (jugos y concentrados, purés y pastas de frutas, frutas congeladas, jaleas y conservas, y otras frutas conservadas, todo a granel), **así como de vegetales congelados como insumos para industria alimentaria chilena.**

ESPECIFICOS

1. Caracterizar el mercado chileno; generalidades e información relevante sociodemográfica sobre el mercado
2. Describir la industria alimentaria en Chile
3. Describir la demanda actual de frutas procesadas en Chile así como vegetales congelados ya sea de producto local o importado, principales países proveedores (competencia) así como la oferta local (producción interna)
4. Describir los patrones de consumo y tendencias identificadas en el mercado.
5. Identificar los requisitos corporativos que hay que cumplir como proveedor de este tipo de insumos
6. Recomendaciones logísticas

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE CHILE



CARACTERÍSTICAS GENERALES



Ubicación: se extiende a lo largo de 4.200km de la costa occidental de América del Sur. Limita al norte con Perú, al este con Bolivia, y Argentina

Superficie: 756.700 Km² (14 veces el territorio costarricense)

Capital: Santiago, centro económico y mayor cantidad de población (6,9M)

Moneda: peso chileno **TC** 1\$=769,13 pesos chilenos

Miembro de la **OCDE** desde el 2010

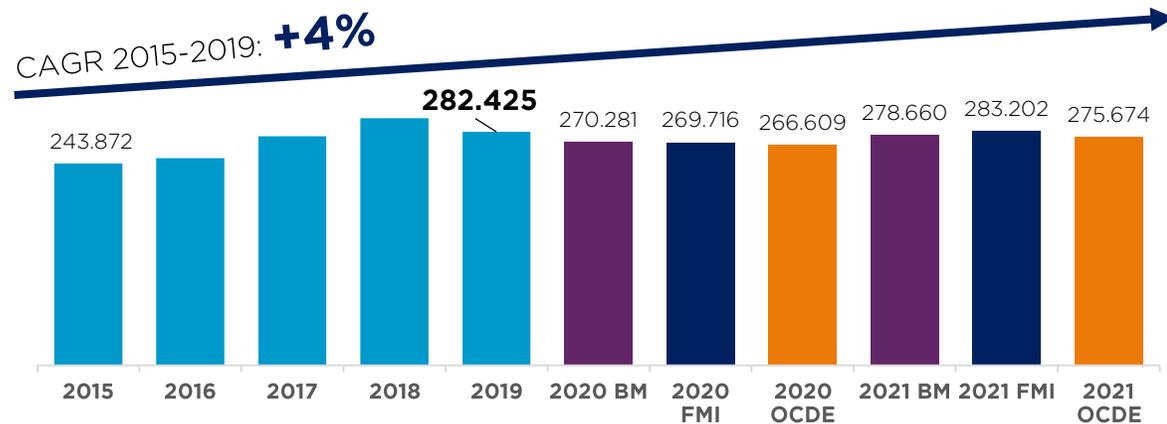
Población: 19,4M (1,4M de extranjeros) 6° más poblado de Suramérica

División administrativa: 15 regiones que son agrupadas en 6 zonas, 54 provincias, 346 comunas

Ciudades más pobladas: Gran Santiago(37%), Gran Concepción(5%), Gran Valparaíso(5%), Gran La Serena(2%)

ECONOMÍA CHILENA

Chile: Producto Interno Bruto*, 2015-2019 / (millones de USD)



Chile ha sido una de las economías de más rápido crecimiento en América Latina, lo que ha permitido reducir la pobreza. En 2019, el **PIB chileno** alcanzó los **282.425 millones de USD**, con un crecimiento promedio anual del **4%** (más alto que el crecimiento de la región).

Chile cuenta con el **mayor PIB per cápita de la región**, por encima de Uruguay, Argentina e incluso Colombia. Este alcanza los **\$23.632**, muy por encima de **Costa Rica** que alcanza los **\$15.880**

4°



ECONOMÍA DE LA REGIÓN

(antecedido por Brasil, Argentina y Colombia)

\$282.425M

PIB 2019*

+4%

CARG 2015-2019

\$23.632

PIB PER CÁPITA*

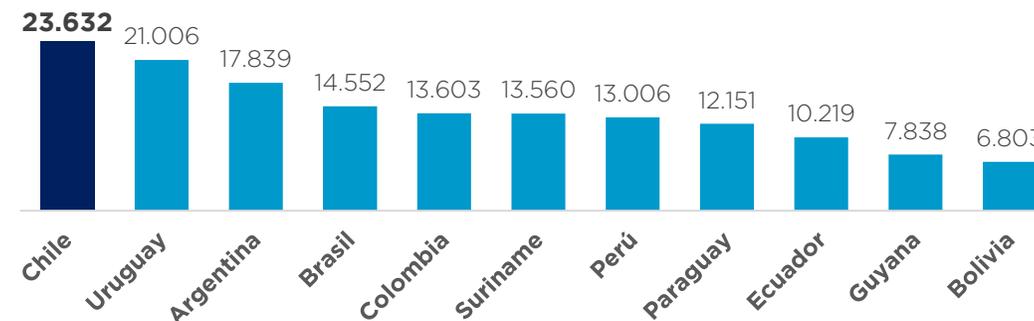
+3%

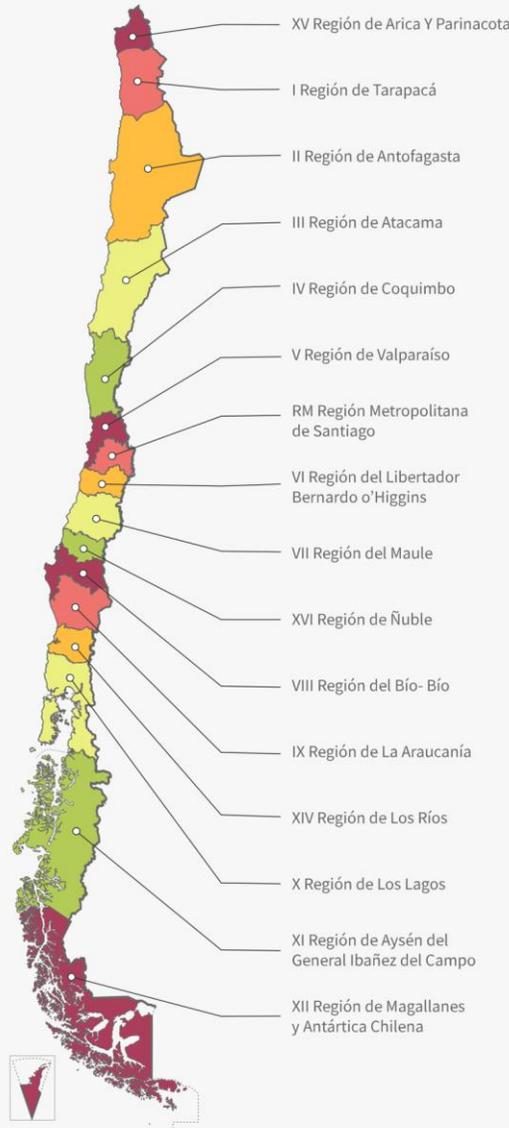
CARG REGIÓN 2015-2019

PROYECCIONES PARA LA ECONOMÍA CHILENA 2020

	OCDE	FMI	Banco Mundial
2020	-5,60%	-4,50%	-4,30%
2021	+3,1	+5%	+3,4%

América del Sur: PIB per cápita*, 2019 /USD





Chile: PIB* según región, 2019

Nº DE REGIÓN	REGIÓN	PART.
RM	Metropolitana de Santiago	42%
II	Antofagasta	9%
V	Valparaíso	8%
VIII	Biobío	8%
VI	Libertador General Bernardo O'Higgins	4%
VII	Maule	3%
X	Los Lagos	3%
IV	Coquimbo	3%
IX	La Araucanía	3%
I	Tarapacá	2%
III	Atacama	2%
XIV	Los Ríos	1%
XII	Magallanes y de la Antártica Chilena	1%
XV	Arica y Parinacota	1%
XI	Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	1%

REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO

La Región Metropolitana de Santiago cuenta con el 42% del total del PIB del país. Constituye el principal centro económico, administrativo y geográfico de Chile.

Según el Banco Central las actividades económicas con mayor presencia en el PIB son los servicios financieros y empresariales; comercio, restaurantes y hoteles; educación y salud; industria manufacturera; y servicios de vivienda.

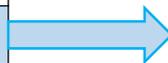
Además, cuenta con la mayor concentración industrial debido a las condiciones para el desarrollo que ofrece, como los son: el acceso a créditos, concentración de la población, personal calificado, logística de acceso para la entrada de materias primas, abastecimiento de agua y energía

Se desarrollan actividades como la minería principalmente de cobre, así como actividades agrícolas.

ECONOMÍA CHILENA

Chile: PIB* según actividad económica, 2019

Actividad	Participación en el PIB
Servicios financieros y empresariales	15%
Servicios personales	12%
Comercio, restaurantes y hoteles	11%
Industria Manufacturera	10%
Minería	9%
Servicios de vivienda e inmobiliarios	8%
Impuesto al valor agregado	8%
Construcción	7%
Transporte	5%
Administración pública	5%
Electricidad, gas, agua y gestión de desechos	3%
Agropecuaria-silvícola	3%
Comunicaciones y servicios de información	2%
Pesca	1%
Total	100%



Industria Manufacturera	10,04%
Alimentos, bebidas y tabaco	4,48%
Alimentos	3,08%
Bebidas y tabaco	1,39%
Química, petróleo, caucho y plástico	1,88%
Refinación de petróleo	0,73%
Química, caucho y plástico	1,15%
Productos metálicos, maquinaria y equipos y otros	1,65%
Celulosa, papel e imprentas	0,91%
Maderas y muebles	0,55%
Minerales no metálicos y metálica básica	0,44%
Textil, prendas de vestir, cuero y calzado	0,14%

En cuanto al **PIB según actividad económica**, las actividades que más peso tienen son los **servicios financieros (4,8%)** y **empresariales (10%)** en conjunto suman el **15%** de participación, seguido de **servicios personales (12%)** que incluyen educación y salud.

Por su parte la **industria manufacturera** aporta un **10% al total del PIB**, donde los **alimentos, bebidas y tabaco** tienen una participación del **4,48%** y se convierte en la más importante de su categoría.

Conflicto Social

La crisis se desata luego de que el **6 de octubre de 2019** el gobierno decidiera **subir los precios de los pasajes del metro en 30 pesos chilenos** (0,04USD), alcanzando los 830 pesos (1,1USD), sin embargo **fueron otro tipo de factores los que la desencadenaron.**

1. DESIGUALDAD

Modelo económico que no cumple con los estándares de una sociedad justa.

Según informe de la CEPAL, en 2017 el **1% de las personas más adineradas** se quedó con el **26% de la riqueza** y el **50% de los hogares más pobres accedió al 2,1%.**



Transporte público en Chile es de los más caros con respecto al ingreso medio. De un total de 56 países, Chile es el 9° más caro



Familias de bajos recursos gastan el 30% de sus ingresos en transporte, mientras que los de más altos ingresos gastan un 2%



Más del 50% de los asalariados recibe un sueldo igual o inferior \$562 muy cercano al salario mínimo (\$423)



Endeudamiento de los hogares ronda el 70%, para costear necesidades básicas

Conflicto Social

La crisis se desata luego de que el **6 de octubre de 2019** el gobierno decidiera **subir los precios de los pasajes del metro en 30 pesos chilenos** (0,04USD), alcanzando los 830 pesos (1,1USD), sin embargo **fueron otro tipo de factores los que la desencadenaron.**

2. FALTA DE EMPATÍA

La manera en que el presidente y los ministros **reaccionaron agravó la crisis**, además de la **represión** al utilizar a los **militares.**

Gobierno impuso la tarifa pero fueron las **Fuerzas Especiales** quienes la hicieron cumplir.

3. ALTAS EXPECTATIVAS

Realidad económica por debajo de las expectativas.

Se han anunciado **reformas educacionales, constitucionales, tributarias y salud** pero muchas no se han logrado cumplir.

Falta de un proyecto país. Gobiernos de Bachelet y Piñera con grandes expectativas.

4. ROL DE ESTUDIANTES

Las **manifestaciones** son **lideradas** en su mayoría **por estudiantes** ante la falta de recursos en la educación chilena.

Solo un **11% de los estudiantes de clase baja** se pueden graduar, mientras que el **84% de los de clase alta** lo hacen.

EFECTO COVID

371.323
CONFIRMADOS

Al 19-julio

1.908

Por cada 100.000 habitantes

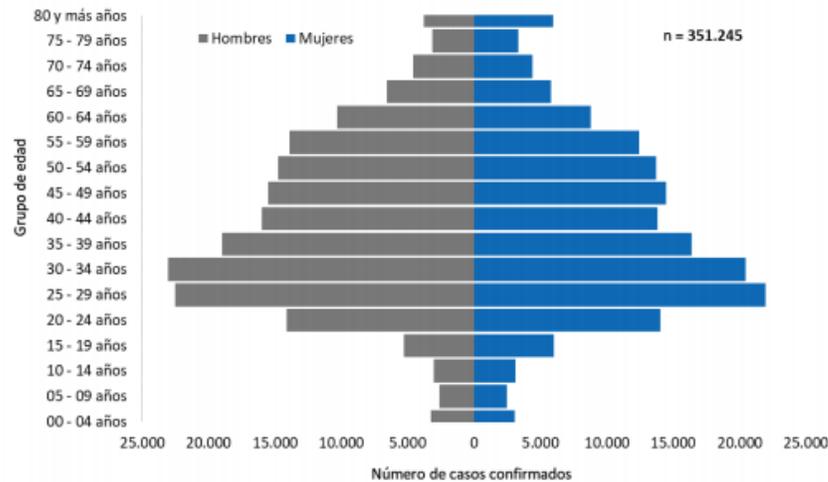
3.396

Por cada 100.000 habitantes
Región Metropolitana

8.870

Fallecidos

CHILE: distribución del número de casos según grupo de edad y sexo al 19 julio 2020,



Datos provisionales al 19-07-2020
Once casos se excluyen del análisis por falta de información de sexo, edad y fecha de nacimiento
Fuente: Sistema de notificación EPIVIGILA, Dpto. de Epidemiología, DIPLAS-MINSAL.

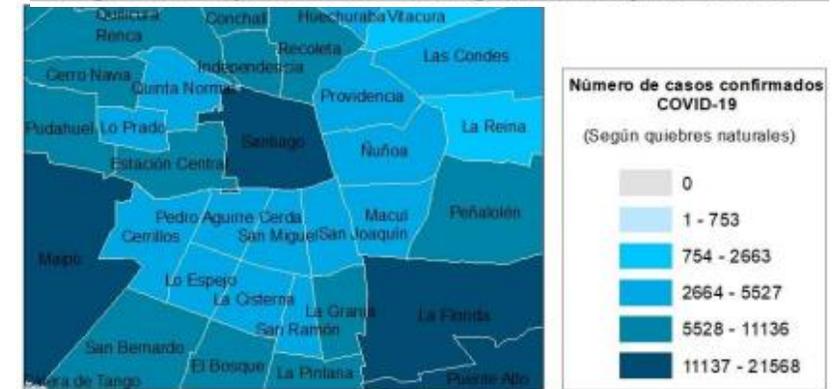
Número de casos acumulados de COVID-19 según región. Chile, al 19 de julio 2020



Número de casos
Confirmados COVID-19
(Datos acumulados)

- 0 - 500
- 501 - 1.000
- 1.001 - 5.000
- 5.001 - 10.000
- 10.001 - 248.946

Número de casos COVID-19 según comuna de residencia Región Metropolitana de Santiago, al 19 de julio de 2020



Número de casos confirmados COVID-19 (Según quiebrs naturales)

- 0
- 1 - 753
- 754 - 2663
- 2664 - 5527
- 5528 - 11136
- 11137 - 21568

Fuente: Ministerio de Salud



INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CHILE



INDUSTRIA ALIMENTARIA

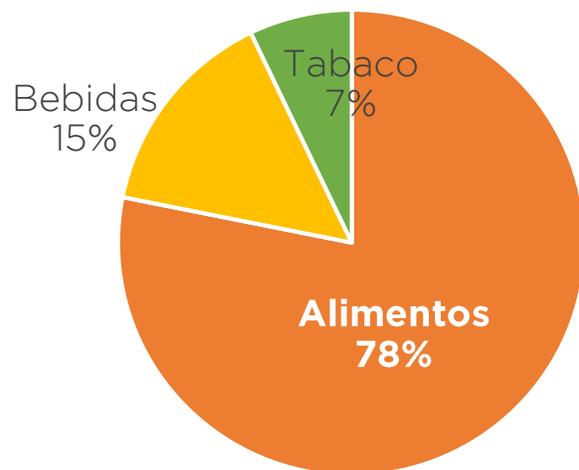
\$35.490M

Tamaño del mercado
Volumen de ventas

+3%

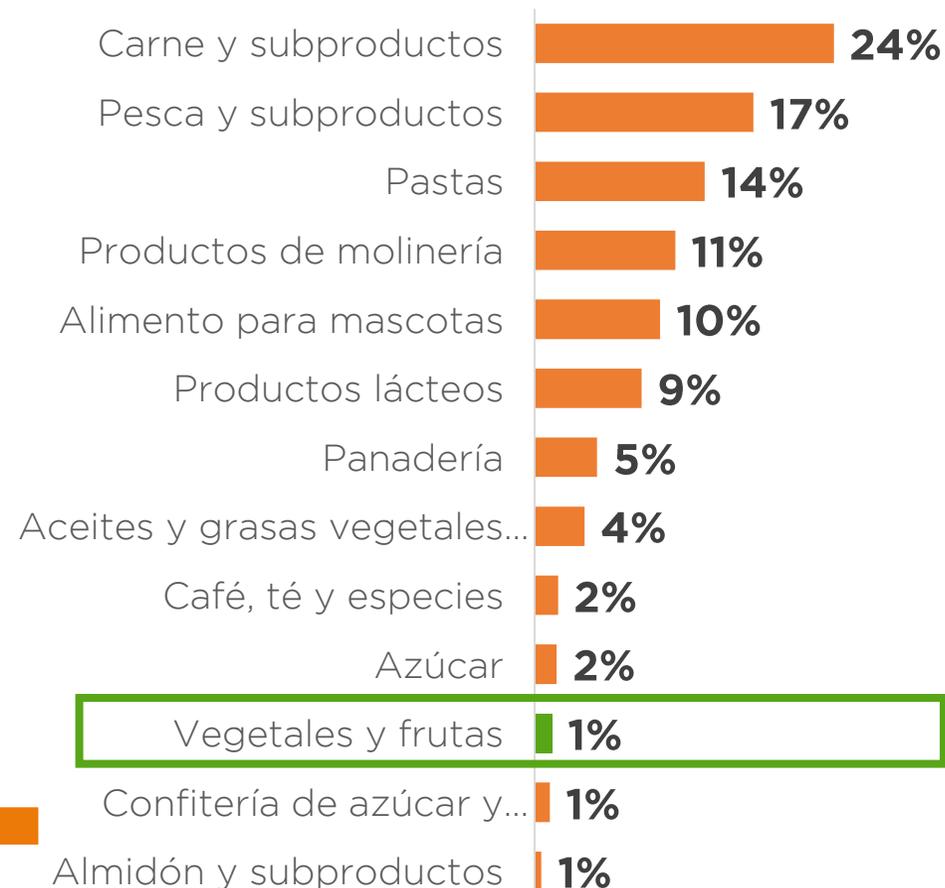
CAGR 2015-2019

CHILE: Industria Alimentaria según categoría,
2019/Part. sobre **\$35.490M**



Dentro de las categorías con mayor crecimiento promedio anual (2015-2019) se encuentran: **azúcar (+7%), pastas (+5%), café, té y especias (+4%) y la carne y subproductos (+4%).**

CHILE: alimentos según subcategoría,
2019/Part. sobre **\$27.729M**



OFERTA CHILENA DE ALIMENTOS

CARNES

La producción esta **principalmente** orientada al **mercado interno** y cuenta con más de **120 mil productores**.

- ✓ Carne de aves (1° en importancia)
- ✓ Porcina (2° más exportada)
- ✓ Bovina
- ✓ Ovina

PESCA

La **extracción salvaje** tanto **industrial** como **artesanal** es de las principales actividades.

- ✓ Jurel
- ✓ Merluzas
- ✓ Calamar gigante
- ✓ Centolla
- ✓ Camarones
- ✓ Langostinos
- ✓ Bacalao
- ✓ Congrio Dorado
- ✓ Erizos
- ✓ Jaibas
- ✓ Almejas
- ✓ Acuicultura: salmón, trucha, moluscos

LÁCTEOS

Chile cuenta con más de **6.000 productores comerciales**, más de **1M de ha de praderas**, y **500.000 vacas lecheras**.

- ✓ Leche
- ✓ Leche condensada
- ✓ Mantequilla
- ✓ Queso en polvo
- ✓ Leche en polvo
- ✓ Yogurt

APICULTURA

Más de **454 mil colmenas** y **10 mil productores**. **Principal producto pecuario exportado por Chile**. La miel es conocida por las propiedades a la salud.

- ✓ Miel
- ✓ Jalea Real
- ✓ Cera
- ✓ Nueces y polen



OFERTA CHILENA DE ALIMENTOS

PRODUCTOS ORGÁNICOS

Sector **orientado a la exportación.**

- ✓ Uva para vino
- ✓ Manzanas
- ✓ Olivas
- ✓ Kiwis
- ✓ Miel
- ✓ Arándanos congelados y frescos
- ✓ Frambuesa y mora congelada
- ✓ Hierbas aromáticas
- ✓ Hierbas medicinales
- ✓ Hortalizas y cereales

FRUTOS SECOS Y DESHIDRATADOS

Posibilidad de producir en contra estación debido a su clima. Es uno de los principales sectores de exportación de Chile.

- ✓ Ciruelas deshidratadas
- ✓ Manzanas deshidratadas
- ✓ Nueces
- ✓ Pasas
- ✓ Avellanas
- ✓ Almendras

FRUTA FRESCA

Debido a la variedad de climas y geografía, Chile cuenta con frutas como:

- ✓ Uvas
- ✓ Kiwis
- ✓ Manzanas
- ✓ Peras
- ✓ Clementinas
- ✓ Limones
- ✓ Naranjas
- ✓ Aguacates
- ✓ Arándanos
- ✓ Cerezas
- ✓ Ciruelas

HORTALIZAS

Para consumo fresco o para agroindustria (como congeladas, deshidratadas, enlatadas o para jugos). Cuentan con oferta todo el año

- ✓ Lechuga
- ✓ Cebolla
- ✓ Ajo
- ✓ Tomate
- ✓ Maíz
- ✓ Alcachofa
- ✓ Espárragos
- ✓ Chiles



OFERTA CHILENA DE ALIMENTOS

AGROINDUSTRIA

Deshidratados, conservas, congelados y jugos concentrados son los productos más importantes de la agroindustria en Chile.

Altamente conocidos por su contribución a la salud, por el contenido de antioxidantes, fibras y nutrientes que son preferidos por los consumidores.

PRINCIPALES PRODUCTOS:

- ✓ Arándanos congelados
- ✓ Tomates procesados (Conservas, puré y jugos)
- ✓ Frambuesas congeladas
- ✓ Pulpa y mermeladas de fruta
- ✓ Duraznos en conserva

La agroindustria es de los sectores más importantes en el ámbito agropecuario pues más del 50% de la producción hortofrutícola del país tiene como destino la agroindustria y de esta el 86% se destina a las exportaciones.





COMERCIO INTERNACIONAL DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CHILE



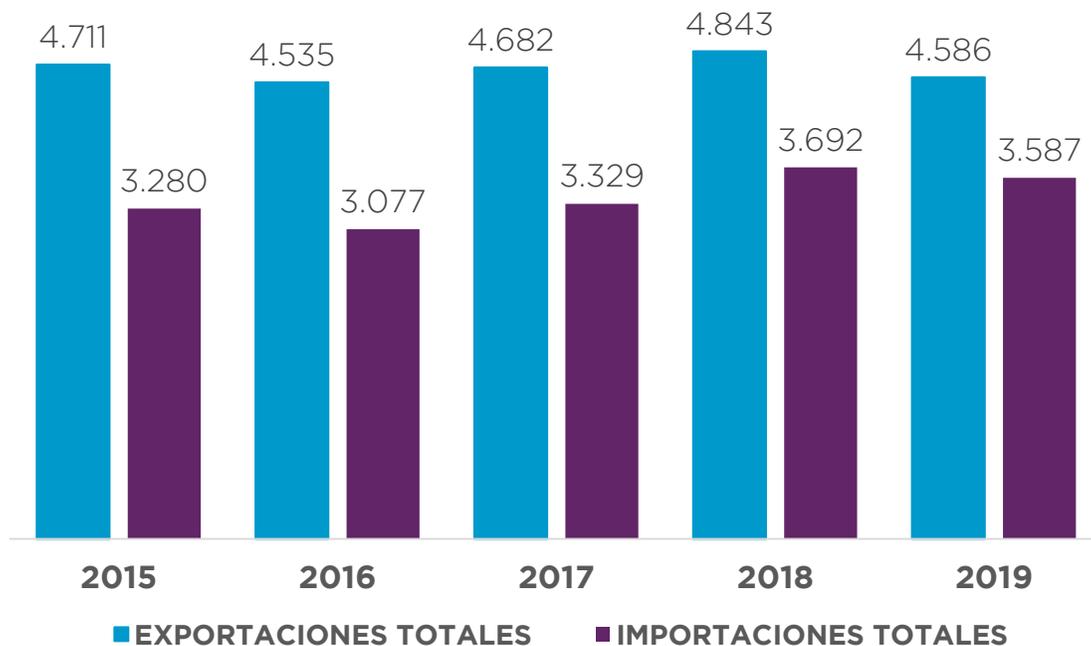
COMERCIO INTERNACIONAL



CHILE: comercio internacional industria alimentaria
Millones de USD 2015-2019

CAGR X: -1%

CAGR M: +2%



\$4.586M

Exportaciones 2019

-1%

CAGR 2015-2019

1 PRIMER EXPORTADOR DEL MUNDO

- ✓ Cerezas frescas
- ✓ Ciruelas frescas
- ✓ Ciruelas secas
- ✓ Manzana deshidratada
- ✓ Filete de salmón congelado
- ✓ Mejillones

2 SEGUNDO EXPORTADOR MUNDIAL

- ✓ Uvas frescas
- ✓ Arándanos frescos

3 TERCER EXPORTADOR GLOBAL

- ✓ Harina de pescado
- ✓ Frambuesa congelada
- ✓ Pasas
- ✓ Nueces

ISLA FITOSANITARIA

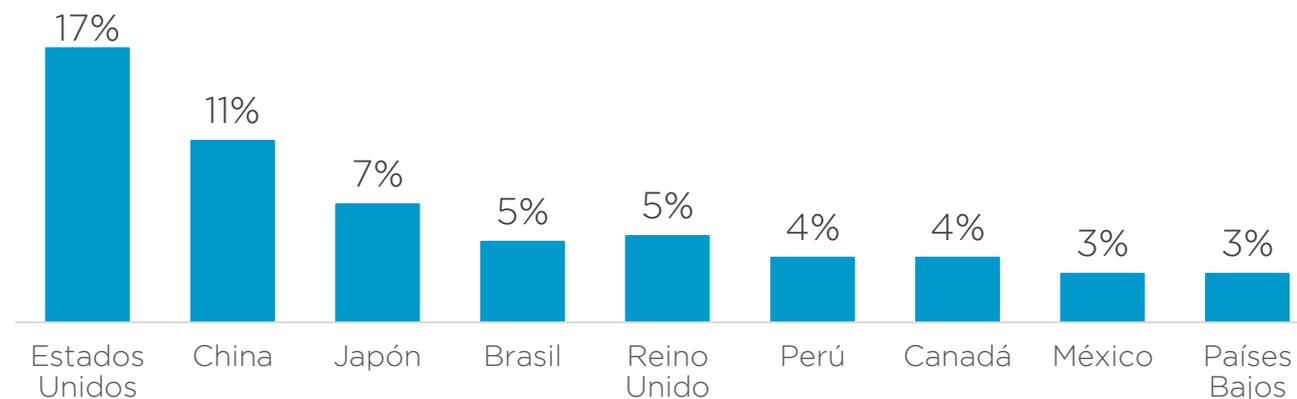
Chile es reconocido internacionalmente por su aislamiento geográfico (desierto en el norte, Océano Pacífico, Cordillera de los Andes y los hielos patagónicos) que lo protege de plagas y enfermedades.

EXPORTACIONES

CHILE: principales productos exportados 2019

Producto exportado	Millones de USD	PART. 2019	CAGR 2015-2019
Vinos	1.902	41%	1%
Harina de pescado	297	6%	-5%
Preparaciones de crustáceos, moluscos	229	5%	-1%
Hidrolizados de proteínas vegetales	204	4%	-9%
Jugos y concentrados de frutas	190	4%	-1%
Frutos sin cocer congelados	188	4%	+3%
Tomates preparados y conservados	147	3%	4%
Purés y pastas de frutas	137	3%	1%
Otros	1.291	28%	-2%
Total	4.586	100%	-1%

CHILE: principales destinos de exportación 2019



Jugos	Miles USD	CAGR
Jugo de manzana	60.388	-10%
Jugo de frutas o verduras	59.457	5%
Jugo de uva	52.404	2%
Jugo de arándano	17.573	19%
Mezclas de jugos de frutas	282	108%
Jugo de piña	224	23%
Otros	147	-19%
Total general	190.475	-1%

A pesar de que las exportaciones de jugos han venido disminuyendo 1% desde el 2015, **el jugo de piña presenta crecimientos del 23%, fruta que no producida en el país y de la cual se ven en la necesidad de importar.**

IMPORTACIONES

CHILE: principales productos importados 2019

Producto importado	Mill. USD	Part. 2019	CAGR
Tortas y residuos sólidos de la extracción de aceite de soya	331	9%	15%
Alimento para animales	282	8%	-10%
Cerveza de malta	222	6%	8%
Azúcar	172	5%	-4%
Hidrolizados de proteínas vegetales	161	4%	4%
Preparaciones y conservas de pescado	140	4%	3%
Productos de panadería fina	114	3%	9%
Bebidas (gaseosas o sin gas)	113	3%	18%
Chocolate y preparaciones alimenticias que contengan cacao	108	3%	2%
Grasas y aceites de pescado y sus fracciones	108	3%	-2%
Otros	1.832	51%	2%
Total	3.587	100%	+2%

46%

Son **proveedores suramericanos** lo que demuestra una gran **dependencia intrarregional**, sobre todo de Argentina, Brasil y Paraguay

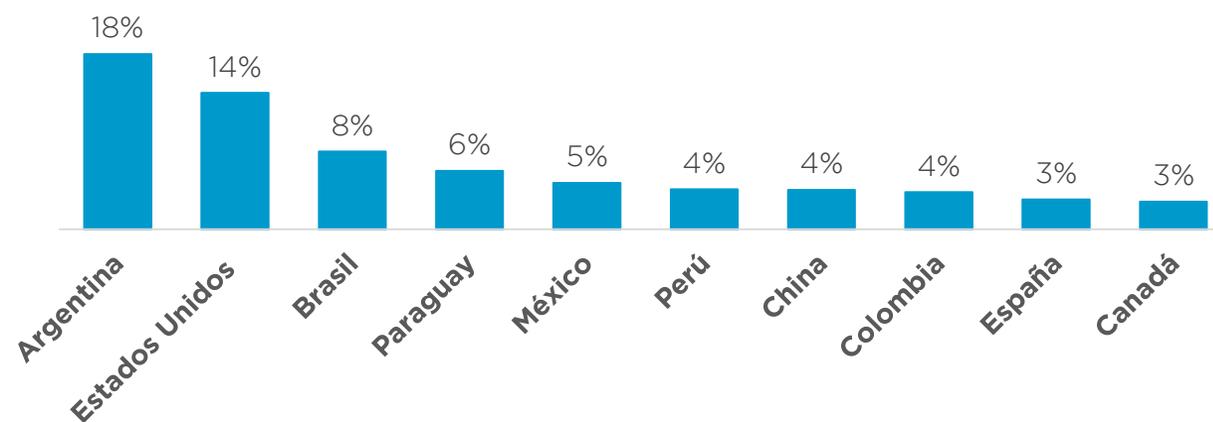
53%

Son **proveedores de América Latina y el Caribe. México** (CAGR 2015-2019: **+8%**) sobre todo por envíos de cerveza y **jugos de frutas y hortalizas**.

1%

Part. de **Costa Rica** del total enviado por los países de LATAM. **0,4%** part. del **total importando por Chile en la Industria Alimentaria**

CHILE: principales proveedores de las importaciones alimentarias chilenas 2019



COSTA RICA - CHILE

Costa Rica: principales productos exportados a Chile
Miles de USD / 2018-2019

Producto	2018	2019	Part. 2019	CAGR 2015-2019
Jarabes y concentrados para la preparación de bebidas gaseadas	5.132	6.148	51%	-1%
Frutos sin cocer congelados	3.358	2.460	20%	-1%
Pastas alimenticias	1.455	1.551	13%	21%
Palmito preparado o conservado	1.324	1.187	10%	60%
Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	393	271	2%	0%
Jugos y concentrados de frutas	232	133	1%	-37%
Salsas y preparaciones	76	133	1%	15%
Extractos, esencias y concentrados de café	100	117	1%	174%
Frutas tropicales conservadas excepto en su jugo de miel	40	43	0%	24%
Artículos de confitería sin cacao	42	30	0%	-10%
Alimento para animales	21	27	0%	1%
Otros	48	21	0%	-63%
Total	12.222	12.121	100%	-1%

12M USD

Exportaciones CR-Chile

-1%

Var. 2018-2019

+30

Productos exportados

+20

Empresas exportadoras

Costa Rica se posicionó como el **proveedor** número **28** para la **industria alimentaria chilena**, con una participación del **0,4% del total importado**.

La **diversificación** es uno de los **factores de mayor importancia** para continuar posicionándose como proveedor de la industria alimentaria en Chile, pues el **84%** de los envíos **corresponden a tres productos**, y tan solo **5 acumulan el 92% del total enviado**.

El envío de **jugos de frutas** ha presentado **caídas** de hasta un **37%, promedio anual desde el 2015** sobre todo por menores envíos de **jugo de piña (-68%)**, y de **banano orgánico(-100%)**. Por su parte el envío de **pures y pastas de frutas cayó un 87%**



FRUTAS Y VEGETALES PROCESADOS EN CHILE



ASPECTOS A CONSIDERAR

MODELOS DE NEGOCIO

1. EXPORTACIONES: las mayoría de las empresas realizan importaciones de frutas procesadas, le dan algún tipo de valor agregado o transformación y lo **exportan** a Estados Unidos y Europa principalmente, ya sea como granel o como retail.

2. MERCADO RETAIL CHILENO: Existen empresas que realizan esa transformación y luego venden al **mercado retail chileno**. Por ejemplo puré de frutas en pouch, jugos, etc

3. OUTSOURCING: las empresas realizan el producto para un tercero, realizan I+D, o con las especificaciones dadas, el producto es de un tercero, **usualmente requieren de nuevas frutas para realizar las mezclas** no solo de la oferta chilena. Los realizan usualmente para el mercado retail.

ABASTECIMIENTO DE FRUTAS TROPICALES

El 100% de las **frutas tropicales son importadas**, pues la oferta de frutas de Chile se basa en las manzanas, peras, kiwi, ciruela, todos los tipos de berries, fresas, entre otros.

CHILE ES UN MERCADO TRADICIONAL EN EL CONSUMO DE FRUTAS

A pesar de que es normal encontrar frutas tropicales en los productos procesados, es considerado aún un **mercado muy tradicional** en el consumo de los nacionales. **Las frutas exóticas pueden estar alejadas del diario vivir del consumidor**

EL CONTACTO DIRECTO ES CON LA EMPRESA PROCESADORA EN EL PAÍS EXPORTADOR

El contacto directo de las empresas chilenas es con la empresa que realiza la fruta procesada ya sea el puré, las frutas congeladas, etc, nunca con intermediarios

FRUTAS Y VEGETALES PROCESADOS

CHILE: ventas minoristas e importaciones según categoría de frutas y vegetales procesados 2019

Variable	Jugos y concentrados	Congelados	Conservados	Purés, jaleas y mermeladas	Total tamaño del mercado
Ventas Minoristas* Millones de USD	632	339	141	76	1.188
CAGR 2015-2019	-1%	5%	5%	3%	1%
Importaciones Millones de USD	43	50	123	11	228
CAGR 2015-2019	1%	-1%	5%	-1%	3%

FRUTAS Y VEGETALES PROCESADOS

TAMAÑO DE MERCADO

Importaciones 2019

228M USD

350mil TM

+3%

CAGR 2015-2019

+6%

CAGR 2015-2019

CHILE: importaciones de frutas y vegetales procesados
Millones de USD / 2015-2019



Considerada una **categoría madura**, sin embargo presenta un buen avance en los consumos, más allá de los países norteamericanos u otros suramericanos. La **tendencia de salud y bienestar** es un importante **dinamizador del crecimiento**, así como el **aumento en la demanda** por estos productos. Existe una gran oferta de producto procesado en Chile

63USD

Gasto per cápita 2019



CHILE: principales empresas procesadoras de frutas y vegetales 2019

COMPAÑIA PROCESADORA	CATEGORÍA	PART. VENTAS
 Watt's S.A.	Foodservice, base de helados de frutas, mermeladas de frutas, pulpas de frutas, frutas en conserva, productos para panaderías y pastelería.	31%
 Alimentos y Frutos S.A.	Mix de vegetales, camote procesado, yuca, remolacha en cubos y mitades, papas en cubo, purés, zapallo en cubos, brócoli, entre otros.	24%
 Conservera Pentzke S.A.	Enlatado de frutas y hortalizas	4%
 Empresas Carozzi S.A.	Pulpas de frutas, mermeladas, alimentos étnicos, salsas, cremas de verduras, jugos de frutas	2%
 Agrosuper S.A.	Frutas y vegetales congelados, pulpas, brócoli, cebolla, hongos, maíz en grano y en trozo, coliflor, zapallo, mix de vegetales, zanahoria, frutilla, frambuesa congelada, berries	2%
 ICB S.A.	Foodservice, Canal HORECA, frutas y vegetales en conserva, piña, palmito.	1%
 Empresas Demaria S.A.	Frutas y vegetales conservados palmito, chiles, tomates.	1%

JUGOS Y CONCENTRADOS



ASPECTOS A CONSIDERAR

FUERTEMENTE DEMANDADOS POR RESTAURANTES

Los jugos y concentrados son altamente demandados en restaurantes y bares sobre todo para la preparación de cocteles y combinados de frutas.

VIDA ÚTIL DE LOS PRODUCTOS

1-2 años cuando son congelados

PRESENTACIONES DE LOS PRODUCTOS

Tambores de 220kilos

GRADOS BRIX

Para los congelados arriba de 14°, para los concentrados arriba de 60°

SABORES MÁS DEMANDADOS

Dentro de los sabores más demandados se encuentran durazno, naranja, piña, damasco (albaricoque), manzana. El resto de sabores los consideran aún muy incipientes.

Proveedores grandes de maracuyá: Perú, México, Ecuador y Vietnam

Jugos de Naranja en su mayoría son de Brasil y España.

GRADOS BRIX

Banano 20-22°

Piña 14° Congelada

Mango 14-16° Congelado

Maracuyá 12° Congelado

Maracuyá 50° Concentrado

Mango 28-30°

Concentrado

Piña 60° Concentrada

JUGOS Y CONCENTRADOS (54% del total importado)

Importaciones de jugos 2019

43M USD

170mil TM*

+1%

CAGR 2015-2019

+1%

CAGR 2015-2018

CHILE: Importaciones de jugos 2015-2019
Mill de USD/ Miles de TM

CAGR: +1%



CHILE: principales proveedores de jugos 2019



COSTA RICA

13° PROVEEDOR

\$133 MIL

Exportaciones CR-CHILE

-37%

CAGR 2015-2019

CHILE: Importaciones de jugos según sabor

Partida	Producto	Millones de USD 2019	Part.	CAGR 2015-2019	Origen
200911 200912 200919	Jugo de naranja	18	42%	0,2%	1.Brasil (79%) 2.España (11%) 3.Argentina (8%)
200989	Jugo de frutas o verduras	10	23%	+11%	1.Brasil (33%) 2.Estados Unidos (14%) 16.Costa Rica (0,3%)
200949 200941 200940	Jugo de piña	6	14%	-10%	1.Sudáfrica (68%) 2.Tailandia (12%) 8.Costa Rica (1%)
200930 200931 200939	Jugo de cítricos agrios	3	7%	+14%	1.Argentina (92%) 2.Perú (5%) 3.Turquía (3%)
200969 200961	Jugo de uva	2	6%	-5%	1.Argentina (90%) 2.Austria (6%) 3.Estados Unidos (2%)

JUGOS Y CONCENTRADOS

33 USD

Gasto per cápita 2019

CONSIDERADOS CON ALTO CONTENIDO DE AZÚCAR

Los consumidores son conscientes **del alto contenido de azúcar**. Incluso las categorías “reducidas en azúcar” atraviesan este reto, **al ser considerados menos naturales** casi que al mismo nivel que las gaseosas.

CATEGORÍAS 100% JUGO, ORGÁNICO Y PREMIUM EN AUGE

Categoría con **productos de alta calidad** que son considerados naturales, con una lista de **ingredientes pequeña y fácil de entender**. Los fabricantes aumentan la variedad de **alternativas orgánicas y de jugo 100%**

INNOVACIONES EN LOS SABORES DE CONCENTRADOS DINAMIZAN LA CATEGORÍA

Los fabricantes intentan ofrecer una amplia gama de sabores con frutas únicas, mezclas de frutas y verduras, **aunque los sabores tradicionales como la manzana, pera, kiwi, ciruela, todos los berries, naranja, y piña siguen siendo los populares.**

CATEGORÍA DOMINADA POR NÉCTARES

En Chile la categoría de jugos está **dominada por néctares**, con la presencia de marcas locales fuertes como **Watt's y Andina del Valle**.

Valor Unitario USD/TM

Jugos y Concentrados	2015	2016	2017	2018	2019
Valor Unitario Retail	0,35	0,35	0,36	0,35	0,34
Valor Unitario Foodservice	3,80	3,82	3,89	4,11	4,13

Principales sabores de jugos y concentrados

1. Naranja
2. Manzana
3. Piña
4. Melocotón
5. Albaricoque
6. Mixto de Frutas
7. Banano
8. Fresa
9. Kiwi
10. Ciruela



JUGOS Y CONCENTRADOS

CHILE: principales empresas procesadoras de jugos y concentrados 2019

COMPAÑÍA	MARCA	PART. EN VENTAS 2019
Promarca S.A	Watt's	40%
Coca-Cola de Chile SA	Andina del Valle	25%
Tresmontes Lucchetti SA	Livean	4%
Coca-Cola de Chile S.A.	Kapo	4%
Empresas Carozzi S.A.	Vivo	4%
Guallarauco S.A.	Guallarauco	3%
Promarca S.A	Frugo	3%
Soprole S.A.	Soprole	2%
Asur S.A.	Florida's Natural	2%

MATERIA PRIMA PARA LOS JUGOS

La **materia prima es sin agua**, es más para smoothies, o **jugos más densos**. **Exportan** los **concentrados** y cuando llega al destino se reconstituye con agua.

MAYOR DEMANDA DE PRODUCTO RETAIL EN CHILE

A pesar de que el principal rol de negocio de las empresas compradoras a granel es exportar, **cuando se procesan productos para retail, la mayoría es consumido en Chile**, por la mayor demanda con la que cuenta.

Por lo tanto en caso de enviar producto a procesadoras que realizan transformaciones para el mercado retail es **muy importante conocer el consumidor chileno**.



JUGOS Y CONCENTRADOS

Ejemplos de embalaje para jugos Empresa Patagonia Fresh

INDUSTRIAL - CLARIFIED JUICES



CYLINDRICAL DRUM
275 - 307 KG



WOODEN BIN
1.500 - 1.550 KG



FLEXI
21.400 - 24.500 KG



GOODPACK
1.400 - 1.600 KG



PAIL
20 - 25 KG

Alimentos y Frutos S.A

PAPAYA PARA JUGO



FOOD SERVICE

Código interno	11000397
Unidades x caja	10 bolsas
Peso Bolsa	1 kg
Peso Caja	10 kg
Vida Útil	18 meses

NARANJA PARA JUGO



FOOD SERVICE

Código interno	10000806
Unidades x caja	10 bolsas
Peso Bolsa	1 kg
Peso Caja	10 kg
Vida Útil	30 meses

PIÑA PARA JUGO



FOOD SERVICE

Código interno	10000443
Unidades x caja	10 bolsas
Peso Bolsa	1 kg
Peso Caja	10 kg
Vida Útil	30 meses

MELÓN CALAMEÑO PARA JUGO



FOOD SERVICE

Código interno	10000433
Unidades x caja	10 bolsas
Peso Bolsa	1 kg
Peso Caja	10 kg
Vida Útil	30 meses

MANGO PARA JUGO



FOOD SERVICE

Código interno	10000438	11000396
Unidades x caja	10 bolsas	10 bolsas
Peso Bolsa	1 kg	1 kg
Peso Caja	10 kg	10 kg
Vida Útil	30 meses	30 meses

MARACUYÁ PARA JUGO



FOOD SERVICE

Código interno	11000395
Unidades x caja	10 bolsas
Peso Bolsa	1 kg
Peso Caja	10 kg
Vida Útil	24 meses

JUGOS Y CONCENTRADOS

Oportunidades para el sector



1. **Las importaciones de los jugos y concentrados en las que Costa Rica puede participar** alcanzan aproximadamente los **34M de USD (79% del total importado)** y la oportunidad se centra en **jugo de naranja (\$18M), jugo de frutas o vegetales (\$10M, +11%) y jugo de piña (\$6M, -10%)**, estos valores contienen tanto importaciones retail como a granel.
2. Fuerte demanda en **jugos de naranja, piña y mezclas de frutas**, en las que pueden participar las **frutas tropicales** así como concentrados de vegetales como la **zanahoria, zapallo y espinacas** para smoothies saludables
3. El **consumo a granel** va más **destinado** para empresas procesadoras que abastecen al **canal HORECA, foodservice (incluyendo bares y restaurantes)** sobre todo para la preparación de cocteles y jugos en los hoteles. Incluso es este canal el que tiene un **valor unitario más alto por tonelada** (\$4 vrs \$0,34 del canal retail).
4. Existe oportunidades para las empresas costarricenses en tanto estas brinden una **materia prima que no sea pasteurizada**, pues a criterio de la **empresa procesadora pierde el sabor, olor y textura de la fruta original**, haciendo que pierda valor tanto en el mercado retail como en el mercado a granel. Se deben aplicar temperaturas apenas para empacar al vacío o bajar la carga microbiana pero no que llegue a ser pasteurizada.



FRUTAS Y VEGETALES CONGELADOS



ASPECTOS A CONSIDERAR

MARCA PRIVADA

Los productos **congelados** trabajan en su mayoría bajo **marca privada** en grandes cadenas de supermercados, tanto los locales como aquellos que son exportados.

OFERTA DE CONGELADOS

La oferta se basa en los productos propios de Chile como **frambuesas, mora, arándanos, fresa, melocotón, kiwis, uva, cereza**. Realizan programas con **frutas tropicales** como el **mango, papaya, piña y melón**

PRESENTACIONES DE LOS PRODUCTOS Y VIDA ÚTIL

Sale del país exportador en cajas de 10Kg-13,62kg
Los congelados cuentan con 24 meses de vida útil

COMUNES MEZCLAS DE FRUTAS

Las frutas tropicales son **importadas** a Chile **para luego mezclarlas** con frutas propias del país y realizar las exportaciones. Sin embargo, existe el modelo en que el producto viaja **del país origen al país destino** sin pasar por Chile esto cuando la venta es de **mono-producto** (un solo producto en la bolsa de congelado). Desde el origen sale con la marca del cliente.

PAÍSES POSICIONADOS PARA FRUTA CONGELADA

Costa Rica es la país más posicionado para la **piña congelada**. **Ecuador** para **banano**, tanto convencional como orgánico, **Perú y México** para **mango**, **Guatemala** para el **melón**.

VOLÚMENES DE COMPRA

Puede rondar entre las 400 y 700TM al año

GRADOS BRUX

Banano 19-22
Piña 11-14

Mango 13-16
Papaya 13

FRUTAS Y VEGETALES CONGELADOS (22% del total importado)

Importaciones 2019

50M USD

67mil TM

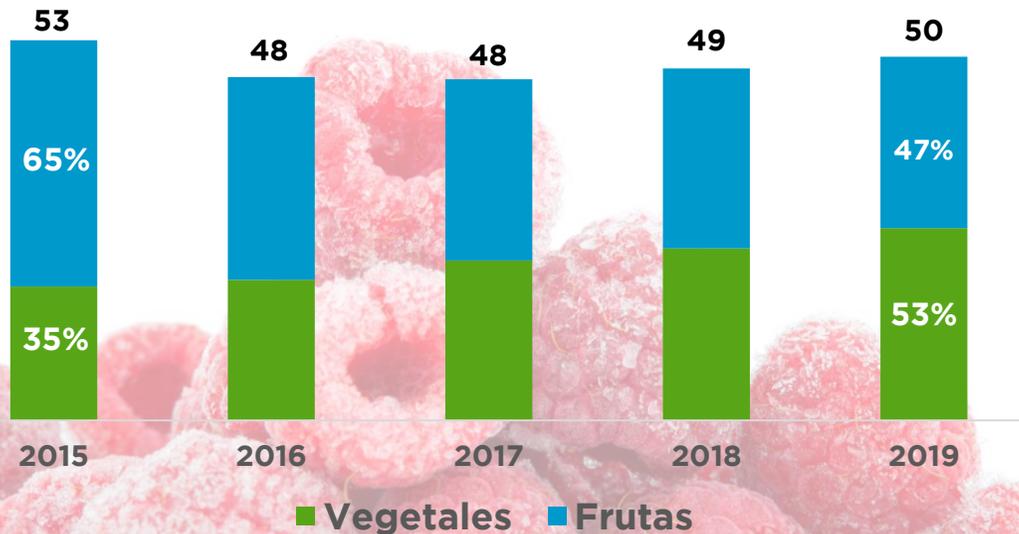
-1%

CAGR 2015-2019

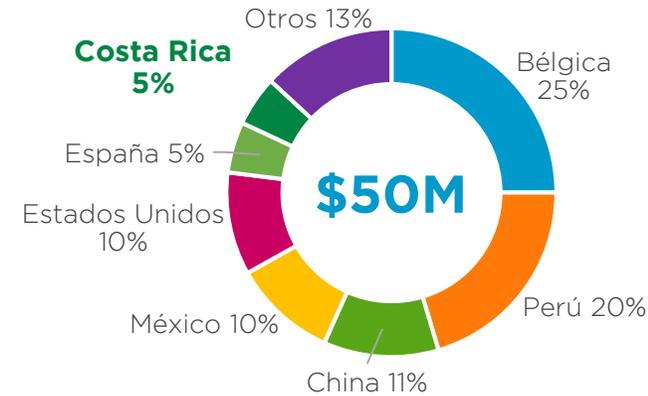
+6%

CAGR 2015-2019

CHILE: Importaciones de frutas y vegetales congelados
Millones de USD / 2015-2019



CHILE: principales proveedores de frutas y vegetales congelados 2019



COSTA RICA

6° PROVEEDOR

\$2,5 MILL

Exportaciones CR-CHILE

-1%

CAGR 2015-2019

CHILE: Importaciones de frutas y vegetales congelados según producto

Partida	Producto	Millones USD 2019	Part. 2019	CAGR 2015-2019	Origen
081190	Frutos sin cocer congelados	23	45%	-7%	Perú (40%) México (22%) Costa Rica (13%)
071040	Maíz dulce	9	18%	+0,3%	Estados Unidos (41%) Bélgica (28%) España (11%)
071080	Cebollas, tomate, coliflor y chile dulce	8	16%	+21%	Bélgica (50%) China (29%) Perú (9%)
071090	Mezclas de hortalizas (incluso silvestres)	3	6%	+40%	Bélgica (67%) China (25%) España (4%)
071022-29	Vainicas	3	5%	+9%	Bélgica (40%) España (12%) Nueva Zelanda (11%)

FRUTAS Y VEGETALES CONGELADOS

Importaciones de otras frutas congeladas

Incluyendo las tropicales 0811.90

CHILE: Importaciones de frutas congeladas 2015-2019



-7%
CAGR 2015-2019

3°
Proveedor Costa Rica

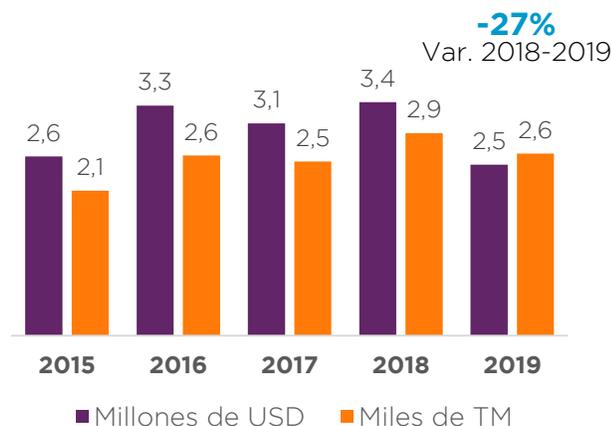
CHILE: principales proveedores de otras frutas congeladas
Part. sobre 23M USD 2019



Las importaciones de frutas congeladas (categoría que contiene las frutas tropicales) han caído hasta un 7% promedio anual en los últimos 5 años.

Costa Rica es el **3° proveedor** sobre todo con el envío de **piñas congeladas (2,5M USD)**, sin embargo estos envíos también han presentado una **caída del 27%** con respecto al año anterior, donde las exportaciones alcanzaron los 3,4M

COSTA RICA: exportaciones de otras frutas congeladas a Chile 2015- 2019



Precios promedio para las importaciones de otras frutas congeladas

País	Millones de USD	TM	Valor Unitario USD / TM
Perú	9.070	7.368	1.231
México	5.095	1.509	3.376
Costa Rica	2.460	2.619	939
Estados Unidos	1.326	691	1.919
Turquía	732	431	1.698
Ecuador	724	734	986
Colombia	684	330	2.073

Las empresas indican que el melón congelado de Costa Rica es hasta un **30% más caro** con respecto al de Guatemala, dado el mayor costo de materias primas. **Piña congelada orgánica de 40-50% más cara que la convencional.**

FRUTAS Y VEGETALES CONGELADOS

LOS FABRICANTES DE FRUTAS Y VEGETALES CONGELADOS SE CENTRAN EN EL FOODSERVICE

Sobre todo para las **papas congeladas y frutas congeladas**. En el caso de las **papas** se da sobre todo por el consumo de **cadena de comida rápida**, mientras que las **frutas congeladas** son más demandadas por los **bares y restaurantes** sobre todo para la confección de **cocteles y smoothies**.

Las empresas procesadoras han tenido que modificar las presentaciones para ajustarlas a este canal




BERRIES
CONGELADOS

CHILE: principales empresas procesadoras de frutas y vegetales congelados 2019

COMPAÑÍA	MARCA	PART. EN VENTAS 2019
Alimentos y Frutos S.A	Minuto Verde	34%
Watt's S.A.	Frutos del Maipo	33%
Agrosuper S.A.	La Crianza	3%
Embotelladora Andina S.A.	Guallarauco	2%
Hortifrut S.A.	Hortifruti	1%
Marca Privada		25%



FRUTAS Y VEGETALES CONGELADOS

18USD

Gasto per cápita 2019

Alimentos y Frutos S.A

MAYOR PREFERENCIA POR LA FRUTA CONGELADA A LA PRESERVADA

La **demand**a de fruta congelada está en auge, ya que estos productos **son percibidos como más frescos, naturales y nutritivos** que la fruta conservada.

Son frutas **escogidas** dada la **conveniencia**, esto por el **acelerado ritmo de vida** de los chilenos que **NO les permite** preparar frutas desde cero en casa

Mayor consumo de **bebidas nutritivas**, hechas **a partir de productos naturales**, así como el **consumo de batidos** que tienen como **base la fruta congelada**.

PIÑA EN TROZO



FOOD SERVICE

Código interno	10000382	11000416
Unidades x caja	10 bolsas	10 bolsas
Peso Bolsa	1 kg	1 kg
Peso Caja	10 kg	10 kg
Vida Útil	30 meses	30 meses

MANGO EN TROZO



FOOD SERVICE

Código interno	10000286	
Unidades x caja	10 bolsas	
Peso Bolsa	1 kg	
Peso Caja	10 kg	
Vida Útil	30 meses	

MORA



FOOD SERVICE

Código interno	10000358	
Unidades x caja	12 bolsas	
Peso Bolsa	1 kg	
Peso Caja	12 kg	
Vida Útil	36 meses	

MELÓN CALAMEÑO



FOOD SERVICE

Código interno	10000287	
Unidades x caja	12 bolsas	
Peso Bolsa	1 Kg	
Peso Caja	12 kg	
Vida Útil	30 meses	

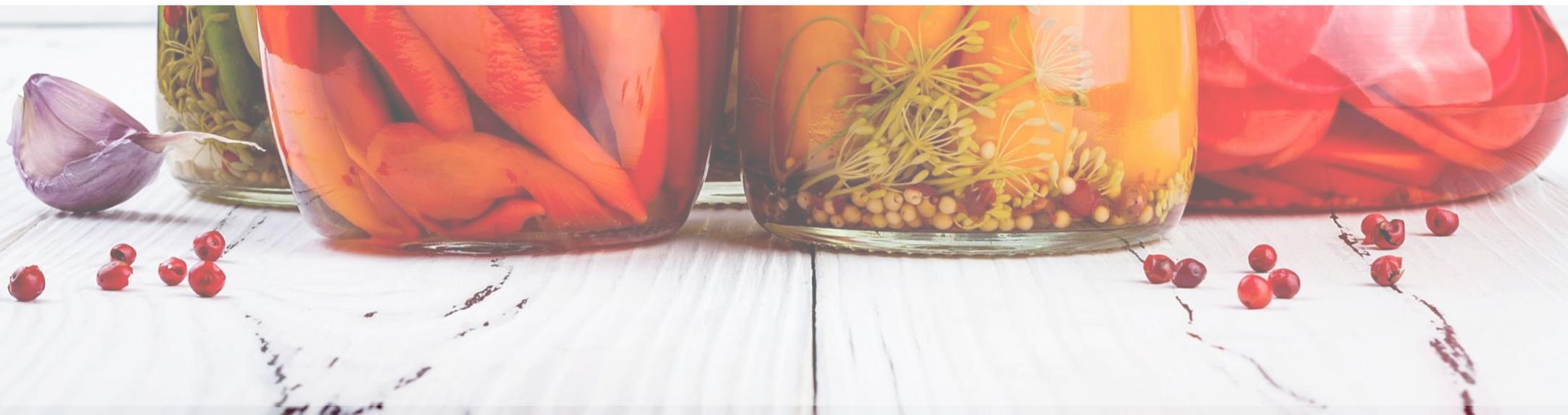
FRUTAS Y VEGETALES CONGELADOS

Oportunidades para el sector

1. Las importaciones de frutas y vegetales congelados en las que Costa Rica puede participar alcanza aproximadamente los **23M de USD (45% del total importado)** y la oportunidad se centra en **todo lo referente a los frutos sin cocer congelados, categoría que incluye las frutas tropicales** estos valores contienen tanto importaciones retail como a granel, y que además **Costa Rica ya participa con un 13% del total**, por lo que **mantener o aumentar los envíos de esta categoría** es de vital importancia para las empresas costarricenses, **sobre todo de la piña congelada u otros vegetales congelados.**
2. Existe una **fuerte demanda de mango, melón y banano congelado**, sin embargo Costa Rica debe realizar un **arduo trabajo de posicionamiento como proveedor de estas frutas congeladas**, dado que actualmente las buscan en países vecinos como Perú, Colombia, Ecuador e incluso en Guatemala y México, no solo por la calidad que ofrecen sino por el precio competitivo con el que trabajan.
3. Aprovechar el fuerte **posicionamiento de la fruta congelada como más saludable** antes que las pulpas o purés que pueden tener mayor cantidad de azúcar. Empresas **procesadoras de bebidas energéticas** a base de fruta congelada son un potencial cliente así como las procesadoras que abastecen al **canal HORECA, foodservice (incluyendo bares y restaurantes)** sobre todo para la preparación de cocteles y batidos en los hoteles.
4. Participar bajo **el modelo de negocio de marca privada** es una buena oportunidad para participar por volumen con grandes procesadores que abastecen a cadenas de supermercados y también que exportan bajo los “programas completos” explicados anteriormente.
5. El consumidor de fruta congelada es cada vez más exigente en cuanto a inocuidad, embalaje y formato.



FRUTAS Y VEGETALES CONSERVADOS



FRUTAS Y VEGETALES CONSERVADOS (19% del total importado)

Importaciones 2019

123M USD

213mil TM

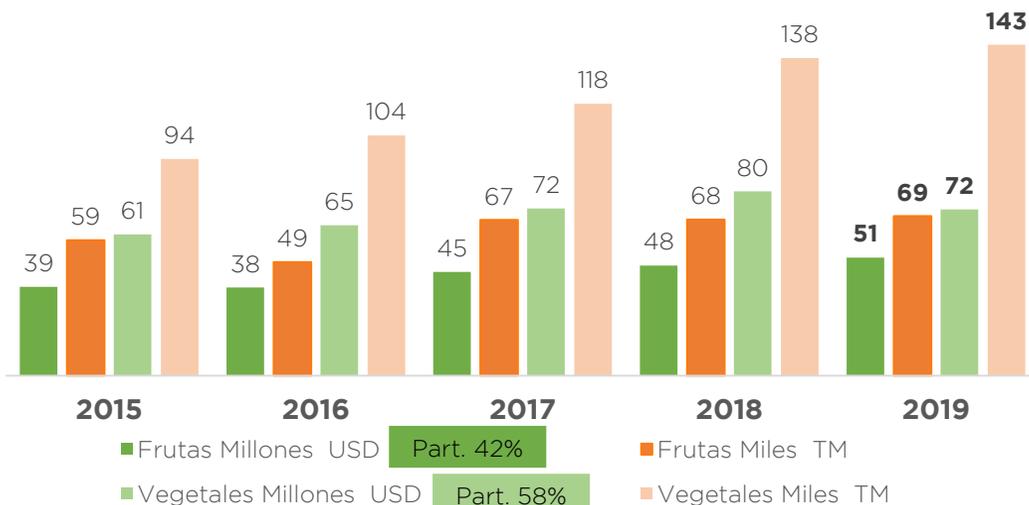
+5%

CAGR 2015-2019

+9%

CAGR 2015-2019

CHILE: Importaciones de frutas y vegetales conservados
Millones de USD / Miles de TM / 2015-2019



Frutas y Vegetales conservados	2015	2016	2017	2018	2019
Valor Unitario USD/TM	653	675	634	622	580

CHILE: principales proveedores de frutas y vegetales conservados 2019



COSTA RICA

19° PROVEEDOR

\$1,2 MILL

Exportaciones CR-CHILE

+56%

CAGR 2015-2019

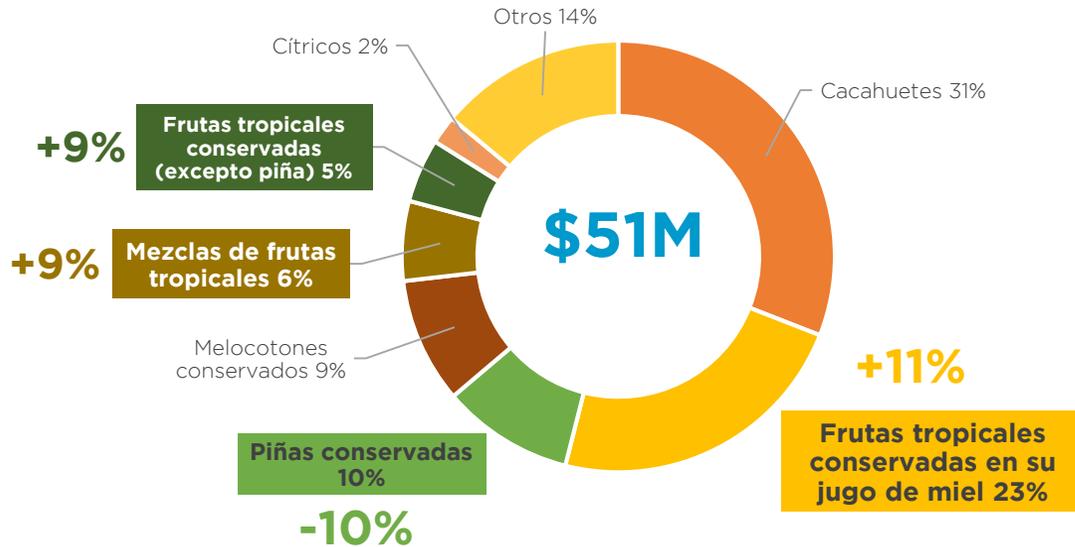
CHILE: Importaciones de frutas y vegetales conservados según producto

Partida arancel.	Producto	Millones USD 2019	Part. 2019	CAGR 2015-2019	Origen
071120 200570	Aceitunas en conserva	21	17%	+8%	Perú (58%) España (30%) Argentina (9%)
200891	Palmito preparado o conservado	16	13%	-5%	Ecuador 70% Bolivia 21% Costa Rica 7%
200811	Cacahuets, maníes, conservados	16	13%	+21%	Argentina (54%) México (14%) Brasil (12%)
20899	Frutas tropicales conservadas en su jugo de miel	12	10%	+11%	Perú (42%) Guatemala (22%) Estados Unidos (9%)
200520	Papas preparadas o conservadas	10	8%	+7%	Francia (26%) Países Bajos (22%) Estados Unidos (21%)

FRUTAS Y VEGETALES CONSERVADOS

Importaciones de frutas conservadas 2019

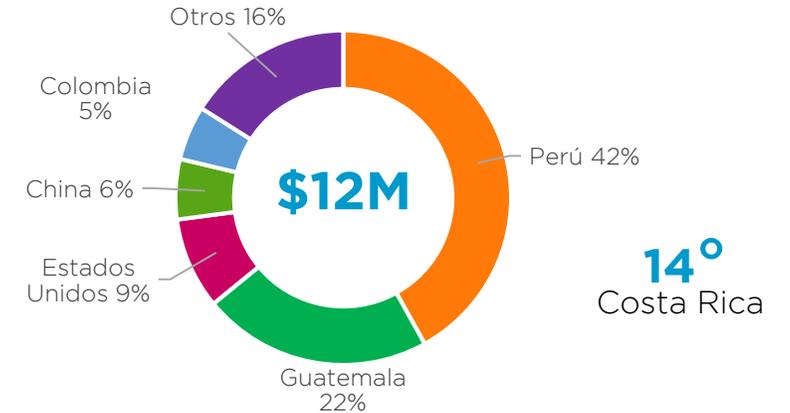
CHILE: Importaciones de frutas conservadas según tipo 2019
Part. sobre 51M USD / CAGR 2015-2019



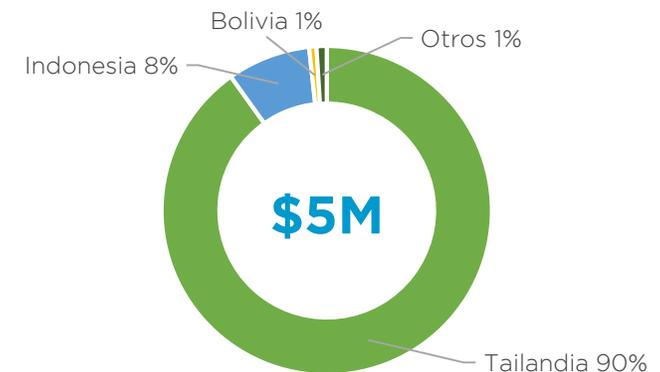
+7%
 CAGR 2015-2019

27°
 Proveedor Costa Rica

CHILE: principales proveedores de frutas tropicales conservadas en su jugo de miel **Part. sobre 12M USD 2019**



CHILE: principales proveedores de piñas conservadas 2019 **Part. sobre 5M USD**



Las frutas tropicales conservadas, mezclas de frutas tropicales y aquellas frutas tropicales diferentes de la piña son productos con crecimientos de hasta el 11% promedio anual desde el 2015 y por lo tanto con potencial comercial para las empresas costarricenses.

Las piñas conservadas por su parte han presentado caídas del 10% en el mismo período

FRUTAS Y VEGETALES CONSERVADOS

8USD

Gasto per cápita 2019



CHILE: principales empresas procesadoras de frutas y vegetales conservados
2019

COMPAÑÍA	MARCA	PART. EN VENTAS 2019
Watt's S.A.	Wasil	19%
Conservera Pentzke S.A.	Dos Caballos	14%
Watt's S.A.	Regimel	8%
Empresas Carozzi S.A.	Vivo	7%
ICB S.A.	Esmeralda	5%
Empresas Demaria S.A.	Deyco	5%
Corpora. Aconcagua S.A.	Aconcagua	4%
Agrofrut Rengo S.A.	El Vergel	3%
Bozzolo Hnos & Cía Ltda	Centauro	3%

FRUTAS Y VEGETALES CONSERVADOS

Oportunidades para el sector

1. **Las importaciones de frutas y vegetales conservados en las que Costa Rica puede participar** alcanza aproximadamente los **51M de** y la oportunidad se centra en **todo lo referente a las frutas tropicales conservadas, categoría que incluye la piña conservada, mezclas de frutas, entre otras conservas,** estos valores contienen tanto importaciones retail como a granel, y que además **Costa Rica ya participa (\$46 mil, CAGR 2015-2019 +20%)** por lo que **mantener o aumentar los envíos de esta categoría** es de vital importancia para las empresas costarricenses, **sobre todo de la piña conservada, mezclas de frutas tropicales y otras frutas tropicales conservadas**



PURÉS DE FRUTAS, JALEAS Y MERMELADAS



PURÉS DE FRUTAS, JALEAS Y MERMELADAS

(5% del total importado)

Importaciones 2019

11M USD

19mil TM

-1%

CAGR 2015-2019

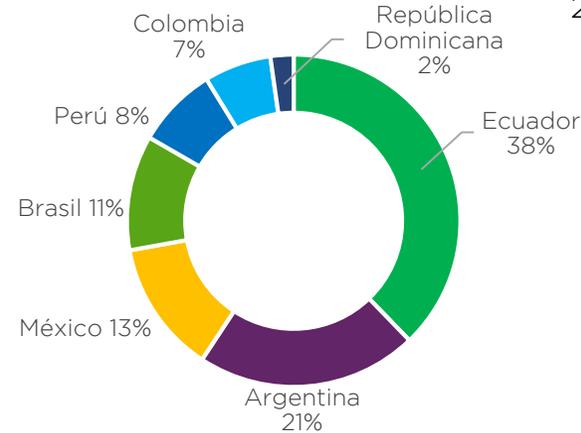
+3%

CAGR 2015-2019

CHILE: principales proveedores de purés de frutas, jaleas y mermeladas / 2019



CHILE: principales proveedores de frutas, jaleas y mermeladas LATAM 2019



COSTA RICA

44° PROVEEDOR

\$10 mil

Exportaciones CR-CHILE

-87%

CAGR 2015-2019

PURÉ DE BANANO ENTRE LOS MÁS DEMANDADOS EN EL MERCADO RETAIL

Dado que, **de las frutas más consumidas en los purés** se encuentra el **banano**, las empresas procesadoras se ven en la obligación de **importarlo** de países como **Ecuador, Brasil, Perú, República Dominicana**. Lo importan **en presentación de puré ya listo y a granel**. **Ecuador** cuenta con **banano orgánico** certificado para **ingresar a China**.

Además importan:
 Mango de **Ecuador, Perú, Brasil y México**
 Maracuyá: **Ecuador y Perú**
 Puré de Piña: **Colombia, Ecuador**

4USD

Gasto per cápita 2019

PURÉS DE FRUTAS, JALEAS Y MERMELADAS

¿PURÉ DE FRUTAS O PULPA?

El puré de frutas y las pulpas para los chilenos **son lo mismo**. Es **utilizado para la creación de otros productos** de mayor valor agregado. No es la compota ya lista, para los chilenos la compota es más asociada al babyfood. El puré es más para un mercado “kids” inclusive adultos

CHILE: principales empresas procesadoras de purés, jaleas y mermeladas de frutas 2019

COMPAÑÍA	MARCA	PART. EN VENTAS 2019
Watt's S.A.	Watt's	46%
Unilever Group	Malloa	16%
Watt's S.A.	Wasil	10%
Eckart Ltda	Tía Lía	6%
Watt's S.A.	Regimel	3%
Watt's S.A.	Los Lagos	1%
Marca Privada		11%

Principales sabores de Jaleas y Mermeladas

1. Melocotón
2. Albaricoque
3. Mora
4. Fresa



PURÉS DE FRUTAS, JALEAS Y MERMELADAS

PURÉS CON ALTOS PORCENTAJES DE NUTRIENTES

Dado que muchas empresas se dirigen al sector del **babyfood** buscan que la **materia prima** tenga el **sabor, color y aroma originales de la fruta** y sobre todo que no pierda los nutrientes en el proceso.

PRESENTACIONES DE LOS PRODUCTOS

La industria se está moviendo a **producto aséptico**, pues tienen una vida útil más larga. **Tambores de 220-240kg**, cónico, circular, aséptico y bolsas con válvula.

GRADOS BRUX

Banano 20-22
Piña 14

Mango 14-16

OFERTA DE PURÉ DE VEGETALES

Dentro de la oferta de **purés de vegetales** se encuentran el **zucchini, zanahoria, zapallo**

[Ejemplos pulpa de zanahoria](#)
[Empresa Patagonia Fresh](#)

ANÁLISIS GARANTIZADO

Análisis Físico - Químico

Pantalla	0,020 "(0,5 mm) – 0,024" (0,6 mm) – 0,033 "(0,84 mm)
Brix	22 – 24
Ph	4,6 – 5,5
Acidez	0,2 – 0,6% p/p con ácido cítrico
Pesticidas y metales pesados	Cumple con las regulaciones de la FDA o el destino del país.
Color hunter	> 33 (L, 8,5 ° Brix a 20 ° C)
Consistencia Botswick	Menos de 7 cm (Bostwick 15 ° Brix, 20 ° C)
HMC	Menos del 15% de campos positivos

EMBALAJE

- Tambores de acero de cabeza abierta de 55 galones con bolsa externa de polietileno y bolsa aséptica. Relleno aséptico.
- Contenedor de madera contrachapada de 300 galones con bolsa externa de polietileno y bolsa aséptica. Llenado aséptico.

VIDA ÚTIL

Dos años bajo almacenamiento a temperatura ambiente.

ETIQUETADO

Nombre del producto, nombre del fabricante, fecha y hora de producción, origen, ingrediente, número de lote, número de empaque, brix, peso neto y bruto, vida útil, recomendación de almacenamiento, número de pedido y otros según los requisitos del cliente.

PURÉS DE FRUTAS, JALEAS Y MERMELADAS

Oportunidades para el sector



1. **Las importaciones de puré de frutas, jaleas y mermeladas en las que Costa Rica puede participar** alcanzan los **\$11M** y la oportunidad se centra en purés sobre todo de **banano tanto convencional como orgánico**. Es de suma importancia que esta certificación le permita al procesador chileno no solo posicionar su producto en Chile, sino que **pueda ingresar al mercado norteamericano, al europeo y a China**. Por lo que se requiere toda la **trazabilidad y certificaciones necesarias** para este tipo de productos.
2. **Oportunidad además para el abastecimiento de puré de mango, maracuyá y piña, contemplar la fuerte competencia de Ecuador, Perú, Brasil, México y Colombia.**
3. Existe oportunidades para las empresas costarricenses en tanto estas brinden una **materia prima que no sea pasteurizada**, pues a criterio de la **empresa procesadora pierde el sabor, olor y textura de la fruta original**, haciendo que pierda valor tanto en el mercado retail como en el mercado a granel. Se deben aplicar temperaturas apenas para empacar al vacío o bajar la carga microbiana pero no que llegue a ser pasteurizada



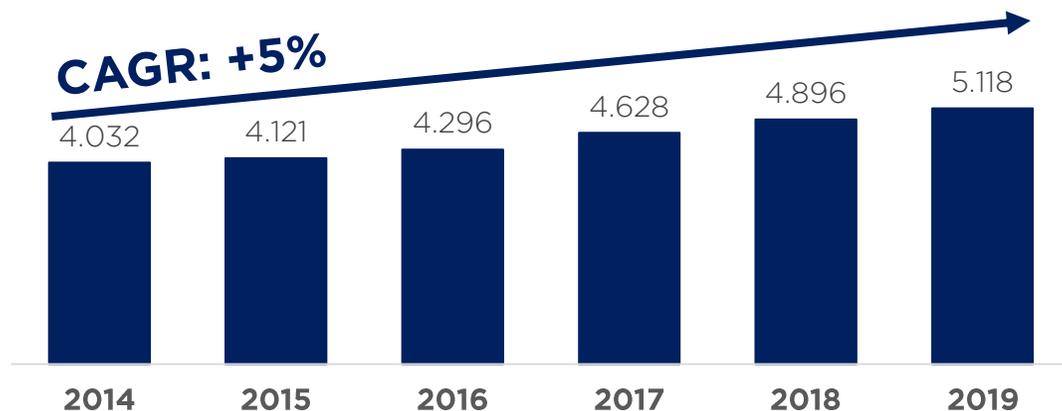


FOODSERVICE EN CHILE

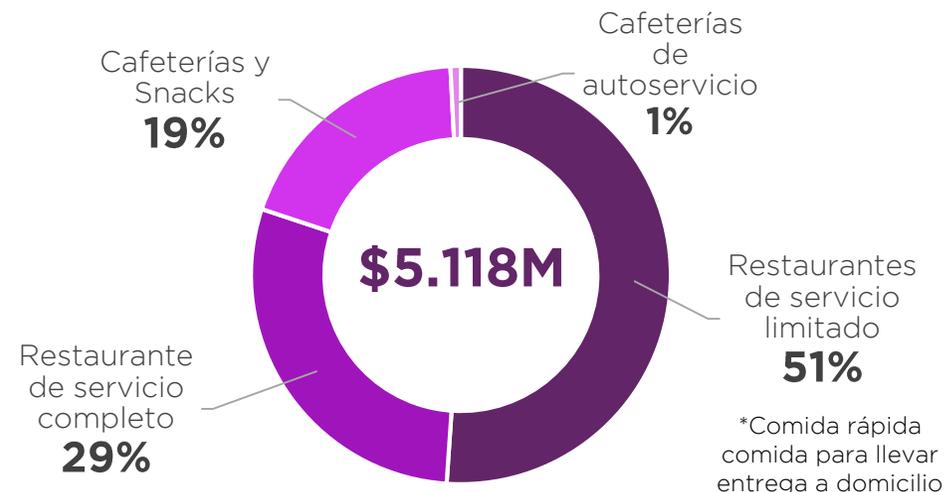
FOODSERVICE EN CHILE

5.118M USD

Tamaño del mercado
Foodservice 2019



CHILE: participación de las ventas en el canal foodservice
2019



CONFLICTO SOCIOECONÓMICO IMPACTÓ LA INDUSTRIA

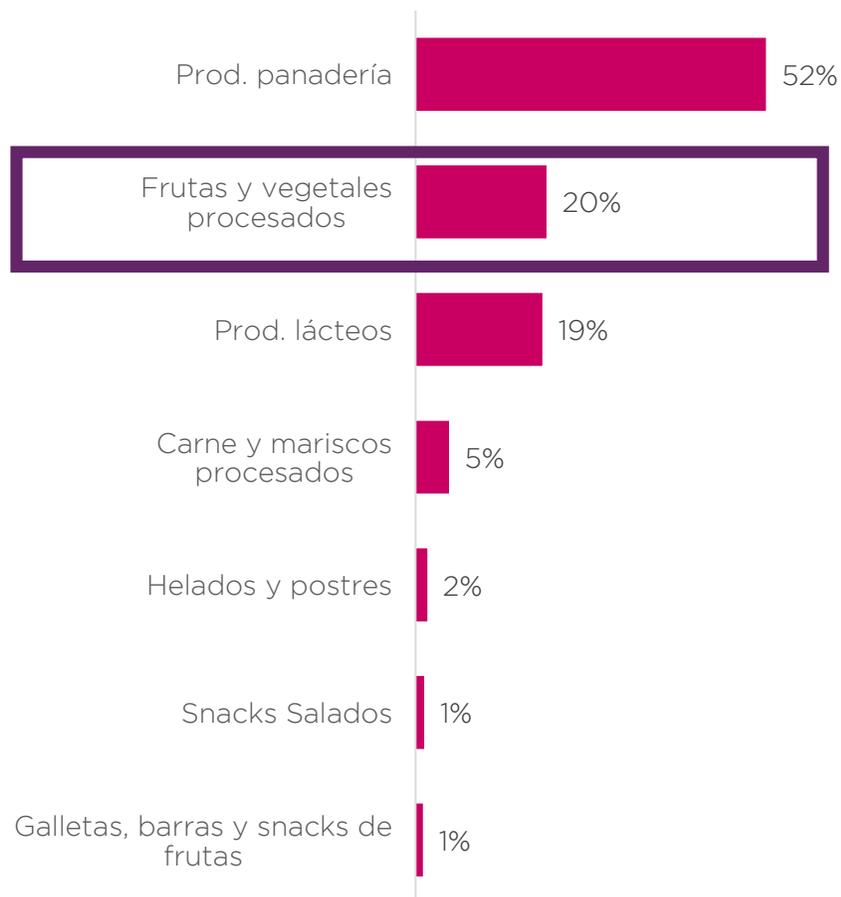
En 2019, a pesar de que la industria del foodservice presentó un crecimiento leve, las **tenciones sociopolíticas la impactaron fuertemente**, así como a la economía chilena. Los actores de la industria han sufrido **violentos ataques y saqueos** contra puntos de venta, lo que los obligó a **reducir sus horarios** de atención. Además del **gasto restringido** de los chilenos a **consumo en el hogar**.

FUERTE COMPETENCIA CON EL DELIVERY ANTE UN CONSUMIDOR CONECTADO

Los **hábitos de consumo** de la población chilena se han visto influenciados por el **crecimiento en los servicios de entrega**, esto dada la mayor conveniencia y la optimización del tiempo para un **consumidor más conectado**

FOODSERVICE EN CHILE

CHILE: participación de los alimentos en volumen en el canal foodservice sobre la demanda total, según categoría
Part. sobre **652 mil TM calculadas 2019**



Categoría	Volumen Foodservice Miles de TM	CAGR 2014-2018
Prod. panadería	341,2	4%
Frutas y vegetales procesados*	127,5	5%
Prod. lácteos	123,4	3%
Carne y mariscos procesados	32,5	4%
Helados y postres	11,4	-2%
Snacks Salados	8,3	-2%
Galletas, barras y snacks de frutas	7,0	-2%

MAYOR DEMANDA DE PAPAS PROCESADAS Y FRUTAS CONGELADAS

El canal foodservice sigue siendo muy importante para las empresas involucradas en papas procesadas congeladas (principalmente las cadenas de comida rápida) y frutas congeladas (sobre todo para restaurantes y bares ya que ofrece la mejor combinación de frescura y conveniencia.

Dada esta mayor demanda en el canal se han creado envases que especialmente para este segmento.

CANAL BASADO EN PRECIOS

Clase social media, recurren a restaurantes de servicio limitado para ajustar su presupuesto, clase baja consume más el hogar, clase alta continúa visitando los de servicio completo pero con menor frecuencia. Se recurre a promociones basadas en precios.

Actores internacionales ganan participación dado que pueden operar con bajos márgenes, mientras que jugadores locales intentan ser competitivos.

CANAL DOMINADO POR EL ESTILO ESTADOUNIDENSE

Actualmente, el canal está dominado por la cocina de estilo estadounidense, sin embargo los consumidores indican que les gustaría elegir una mayor cantidad de cocinas diferentes para cenar.

MAYOR DEMANDA POR ALIMENTACIÓN SALUDABLE EN RESTAURANTES

Existe una importante oportunidades para los actores del foodservice por ofrecer una gama más amplia de opciones indulgentes saludables, tendencia que ha sido de gran éxito en mercados de foodservice maduros como Estados Unidos y Reino Unido

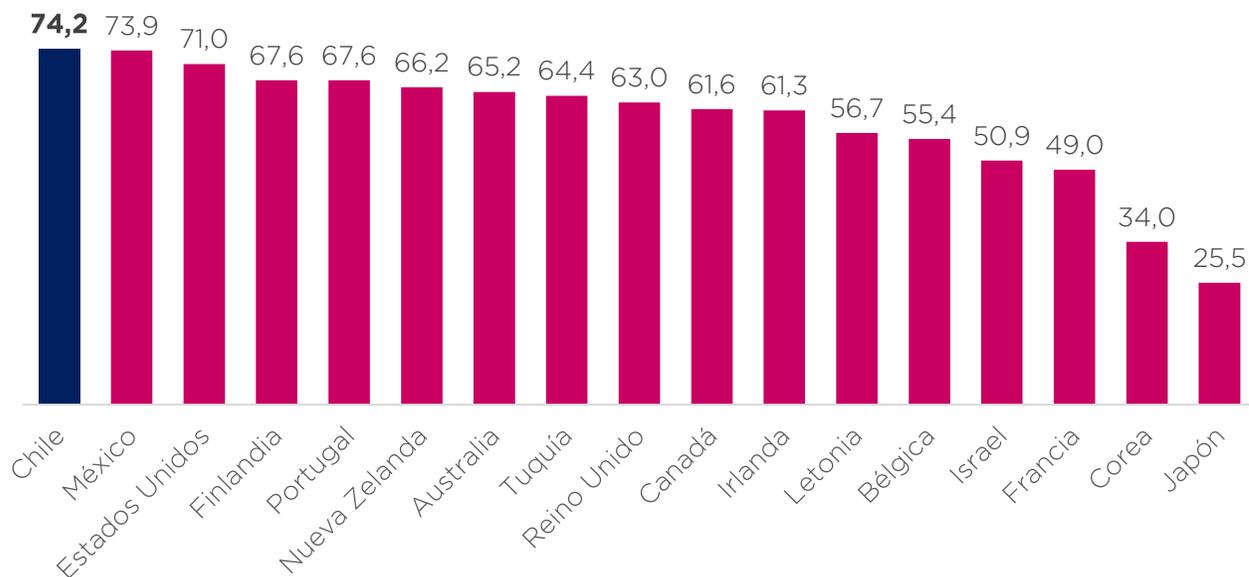


PATRONES Y TENDENCIAS DE CONSUMO EN CHILE



OBESIDAD Y SOBREPESO

OCDE: población con sobrepeso u obesidad
% población mayor a 15 años / 2019 o el último año reportado



Los últimos datos publicados por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) muestran que el **74% de la población adulta en Chile** sufren **sobrepeso u obesidad**. Esto sitúa a Chile en el **país** de la OCDE **con más alta tasa de obesidad y sobrepeso**, por encima de México (72,5%) y Estados Unidos (71%).

El primer Atlas Mundial de la Obesidad Infantil realizado por la Federación Mundial de predice que en **2030 más 774 mil menores de 19 años serán obesos en Chile**.

ADEMÁS:

1%

Intolerante al gluten

+200.000

personas

La tendencia aumenta conforme aumenta la edad, así un 1,5% de las personas mayores a 65 años son diagnosticadas con EC

42%

De los niños y adolescentes menores de 18 años son intolerantes a la lactosa

Medidas tomadas por el gobierno para combatir la obesidad

1. Etiquetado frontal para una compra informada
2. Regular la publicidad dirigida a niños
3. Intervenciones en escuelas
4. Impuestos alimentos altos en nutrientes críticos
5. Promover actividad física

LEY SÚPER 8

Composición Nutricional de los Alimentos y su Publicidad 2016

Objetivo:

1. Mejorar la información disponible sobre los alimentos, simplificando la información nutricional de los componentes relacionados con obesidad y otras enfermedades no transmisibles.
2. Proteger a los niños y adolescentes de la publicidad de alimentos “ALTOS EN” nutrientes relacionados con la obesidad y otras enfermedades no transmisibles.
3. Mejorar la oferta y disponibilidad de alimentos en los establecimientos educacionales.



La Ley Súper 8 obliga a los alimentos envasados a **contener rótulo que advierta a los usuarios** sobre los altos niveles de:

1. Azúcares
2. Grasas Saturadas
3. Sodio
4. Calorías

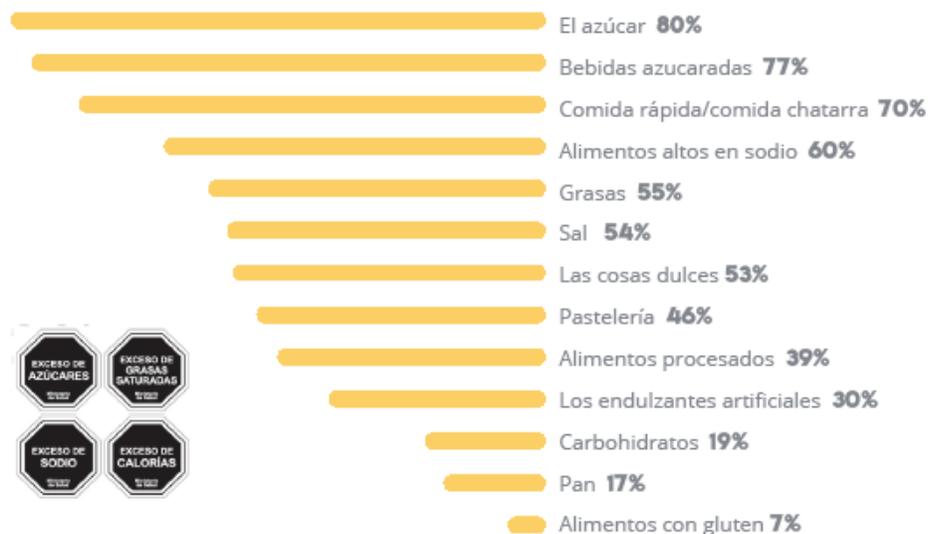


En el envase o etiqueta de todo producto alimentario que haya sido comercializado en Chile y que contenga entre sus ingredientes o haya utilizado en su elaboración **soya, leche, maní, huevo, mariscos, pescado, gluten o frutos secos** será obligatorio indicarlo.

CAMBIOS EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO

De acuerdo a la encuesta Chile 3D de GfK, **el 41% de los chilenos han modificado la elección de los alimentos** luego de la implementación de los nuevos sellos, de la misma forma un **41% considera importante a la hora de elegir un producto que éste no tenga sellos en su envase.**

CHILE: efecto de Ley de Etiquetado: restricción de alimentos desde su publicación



EL 65% RECONOCE HABER EMPEZADO A RESTRINGIR CIERTOS INGREDIENTES EN EL ÚLTIMO TIEMPO

El uso de **endulzantes con cero aporte calórico** que ha aumentado de un **33% en el 2012 a un 43% en el 2018.**



LOS CHILENOS YA NO ESTÁN VALORANDO LOS MISMOS ATRIBUTOS QUE HACE 6 AÑOS. HOY LOS CONSUMIDORES NO SÓLO APRECIAN QUE UN PRODUCTO SEA BAJO EN CALORÍAS, SINO QUE SE HAN VUELTO MÁS EXIGENTES Y CULTOS EN CONCEPTOS DE NUTRICIÓN.

PATRONES Y TENDENCIAS DE CONSUMO

Durante los últimos años, Chile ha mostrado un **cambio importante en sus hábitos de consumo, hacia una alimentación más saludable**, lo cual ha marcado la evolución del mercado alimenticio.

El rol de la mujer en la sociedad, el mayor valor del tiempo libre, la globalización, la **nutrición diferenciada** y el factor sustentabilidad han marcado esta tendencia.

Los alimentos funcionales han experimentado un **crecimiento** del **5%** promedio anual desde el 2015, la **categoría de orgánicos** es la de mayor crecimiento con un **38%**, seguido de los **productos naturales (+6%)**.

En los últimos 5 años ha existido un **incremento en nuevos productos alimenticios** que contienen el término **“súper alimento”**

Conciencia de los ingredientes con efectos nocivos para la salud, como colorantes sintéticos agregados a jugos, pues han sido asociados con alergias, efectos cancerígenos y déficit atencional en niños.
De ahí la demanda de productos naturales.

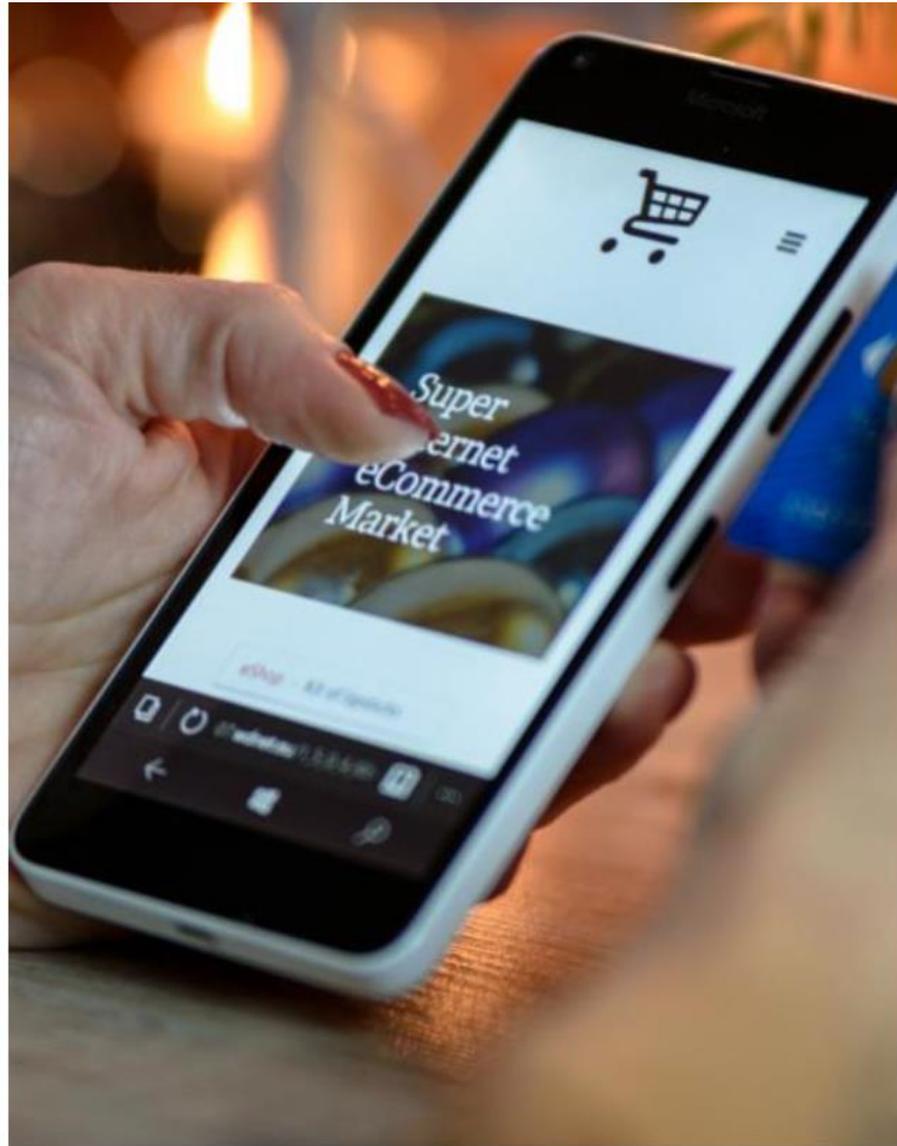
Al mismo tiempo, en los últimos años, el **tamaño promedio de los hogares chilenos disminuyó**, y el número de hogares de una y dos personas aumentó a un ritmo más rápido que los hogares de otros tamaños.

Como resultado, los consumidores chilenos ahora están buscando **productos que sean convenientes en términos de cortos tiempos de preparación y que se ofrezcan en pequeñas porciones.**

PATRONES Y TENDENCIAS DE CONSUMO EN TIEMPOS DE COVID 19



PATRONES Y TENDENCIAS DE CONSUMO EN TIEMPOS DE COVID 19



Los hábitos de compra en línea han cambiado

Los chilenos aumentarán el gasto en línea, principalmente para dos categorías:



PATRONES Y TENDENCIAS DE CONSUMO EN TIEMPOS DE COVID 19

- ☹️ **Chilenos más pesimistas** en la región ante la seguridad económica en los próximos 12 meses y a la estabilidad del empleo, dado la crisis Covid-19.
- ☹️ Derivados del contexto social, además de la amplia preocupación por la pandemia, los chilenos se muestran altamente **preocupados por** el impacto de la crisis en **temas de jubilaciones, recesión, desempleo, desigualdad del país y estabilidad económica en el hogar.**
- ☹️ Respecto de la pandemia, los **mayores temores se concentran en mantener la salud y al no vivir colapsos en los sistemas de la salud.**
- 😊 Los **productos de primera necesidad** (aseo del hogar, aseo personal, abastecimiento de alimentos, productos de farmacias) son los que han **aumentado la frecuencia de compra**, utilizando los **canales online**, en una porción mayor a la región. Sin embargo, el **canal tradicional adquiere relevancia en medio de la crisis.**
- 😊 Gasto en **productos para el aseo** aumentó en **66%** y el **pago de servicios un 51%, alimentos y bebidas no alcohólicas 41%, productos de cuidado personal 39%**
- 😊 Consumidor pasa del **mundo offline al online rápidamente.** Las soluciones digitales pasan a tener prioridad dentro de lo cotidiano
- 😊 Tiendas físicas recurren al **comercio electrónico** para seguir entregando alimentos y medicamentos. **Procesos delivery** retoman importancia en el mundo digital

REQUISITOS CORPORATIVOS



REQUISITOS CORPORATIVOS

¿QUÉ BUSCA EL COMPRADOR A GRANEL?

1. **“ONE STOP SHOPPING”** además de una excelente calidad buscan de un proveedor que les permita disponer de la mayor cantidad de productos posible, tanto de frutas como de vegetales.

2. **TRAZABILIDAD:** desde el campo hasta la planta procesadora y el producto terminado. Conocer los procesos por los que pasa el producto y garantizar con esto la calidad. Buscan conocer las fincas de donde provienen los productos

3. **CLARIDAD EN TIEMPOS Y VOLÚMENES:** la fruta tiene estacionalidad, pero necesitan claridad tanto con los volúmenes que pueden ofrecer como con los períodos en que lo pueden ofrecer.

4. **AJUSTE DE VOLUMEN SEGÚN LA DEMANDA DEL PRODUCTO:** los productos innovadores no comienzan con grandes volúmenes, es necesario realizar estudios para saber donde se colocan pero hay que comenzar con volúmenes bajos y en el mediano plazo cuando el producto esté más posicionado tener la capacidad productiva de aumentar esos volúmenes.

5. **ALTOS ESTÁNDARES DE CALIDAD: lo más importante es la calidad.** Más que un certificado de calidad buscan estándares de calidad. Cuidan la marca que han creado durante años.

6. **CERTIFICACIONES QUE NO SOLO RESPONDAN A LAS NECESIDADES CHILENAS:** las certificaciones no deben responder solamente a las necesidades de Chile sino de otros países como Estados Unidos, países Europeos o China, dado que uno de los modelos de negocio más importante es la exportación de este tipo de productos.

Solicitan BRC, FCSS22000, HCCPA, BManufactura, aprobación de FDA y Kosher.



REQUISITOS CORPORATIVOS

¿QUÉ BUSCA EL COMPRADOR A GRANEL?

7. **INVOLUCRAMIENTO DEL ESTADO EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS DE INOCUIDAD Y PRODUCTOS QUÍMICOS:**

cumplir con la normativa de inocuidad y de productos químicos es vital para las empresas que importan a granel, porque no solo afecta a la piña de CR sino que afecta a toda la marca o el programa que hace combinaciones con otras frutas chilenas.

8. **ABASTECIMIENTO DE PRODUCTO ORGÁNICO:** han encontrado como un verdadero reto el abastecimiento de producto orgánico certificado, no solo por los bajos volúmenes que se ofrecen sino por los altos precios, sobre todo en el puré de piña orgánica, por lo que demandan este tipo de productos.

9. **RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL:** valorado sobre todo en las empresas que se dirigen al retail, pues tienen a un consumidor más informado y exigente con este tipo de requerimientos.

TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN

INCOTERMS

1. **EXW:** puesto en fábrica
2. **FOB:** puerto en origen
3. **CIF:** puerto en destino (seguro)
4. **CFR:** puerto en destino

TÉRMINOS DE PAGO

1. 30-45-60-90 días post emisión del BL, contra documentos
2. Contado contra producto recibido (a partir de la emisión del BL)

EXPERIENCIA CON COSTA RICA



EXPERIENCIA CHILENA CON EMPRESAS COSTARRICENSES

COSTA RICA DESTACA POR LA ALTA CALIDAD DE LA FRUTA QUE EXPORTA

Sobre todo en **piña y banano** (siempre procesado), Costa Rica destaca por la **alta calidad de su fruta** de exportación (por encima de Ecuador y Colombia), esto a su vez **concuerta con el producto que necesitan las empresas** para su procesamiento al mercado retail interno o externo así como para el mercado granel.

FALTA DE POSICIONAMIENTO Y MARKETING EN OTROS PRODUCTOS

Consideran que **Costa Rica no aparece en las búsquedas que realizan las empresas chilenas cuando requieren importar algún producto procesado a excepción de la piña.** Hace falta un fuerte trabajo de posicionamiento pues **desconocen que somos capaces de ofrecer.** Esto ha hecho que los chilenos acudan a empresas de frutas procesadas en **Ecuador, Guatemala, Perú y México.**

COSTA RICA MAYORMENTE POSICIONADO POR LA PIÑA

En Costa Rica los importadores **chilenos buscan sobre todo la piña**, pues consideran que es el producto en el que somos más competitivos, no han buscado productos como banano, mango, melón o papayas porque en términos de precios somos más caros que otros países de la región. **El negocio de la piña es en el que CR es experto y por eso los precios también son más competitivos**, la calidad de los otros productos no es constante, así como los volúmenes.

CULTURAS SEMEJANTES

Consideran que de todos los países de la región **Costa Rica es el que más se asemeja a Chile**, dado que es reconocido como un mercado **serio, responsable**, con un alto grado de **profesionalismo** a la negocios, estable y seguro.

EXPERIENCIA CHILENA CON EMPRESAS COSTARRICENSES

PROBLEMAS LOGÍSTICOS

Vías de comunicación lentas, por ejemplo, en Chile pasar de 50-70km puede tardar 30 minutos, en Costa Rica hasta 1,5 horas, tiempos de **traslado ineficientes por malas condiciones de las carreteras**. Aunque tienen claro que eso es un problema ya del vendedor no del comprador. **Importar de Ecuador cuesta la mitad de lo que cuesta la importación desde Costa Rica**

No hay oferta de viajes directos de Costa Rica a Chile, barcos primero tienen que ir a México para luego bajar a Chile lo que hace que la **duración sea de hasta 5 semanas**.

CUIDADO CON LOS COMPETIDORES

Recomiendan a los exportadores costarricenses **no caer en la soberbia de contar con una piña de excelente calidad**, pues los países competidores como Colombia, República Dominicana y Ecuador están produciendo el mismo producto con excelente calidad y **pueden sobrepasar las expectativas de los compradores chilenos**.



Requisitos de acceso al Mercado

Aranceles de ingreso



El arancel Nación Más Favorecida (NMF): es el que se aplica a los productos procedentes de países con los que Chile no posee acuerdos comerciales

Los beneficios arancelarios serán aplicables únicamente cuando se cumpla con la regla de origen establecida en el Acuerdo comercial “Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Chile y del Protocolo Bilateral Adjunto Celebrado entre las Repúblicas de Costa Rica y de Chile” y se adjunte el debido certificado de origen, para el caso de Chile es **auto certificación**.

Impuestos internos: El impuesto consultado corresponde al **Impuesto del Valor Agregado (IVA)**, sin embargo el producto puede estar sujeto a otros impuestos internos, por lo que siempre se recomienda realizar la consulta con el importador previo a realizar una exportación a este país.



Aranceles de ingreso



Clasificación arancelaria	Descripción	Arancel NMF	Arancel dentro del TLC	Impuesto interno
08.11	FRUTAS Y OTROS FRUTOS, SIN COCER O COCIDOS EN AGUA O VAPOR, CONGELADOS, INCLUSO CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE.			
0811.10	Frutillas (fresas)*		Libre comercio (arancel 0%)	19% IVA
0811.10.10	Orgánicas	6%		
0811.10.90	Las demás			
0811.20	Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas:			
0811.20.1	Moras			
0811.20.11	Orgánicas	6%		
0811.20.19	Las demás			
0811.20.2	Frambuesas:			
0811.20.21	Orgánicas	6%		
0811.20.29	Las demás			
0811.20.90	Las demás			
0811.90	Los demás			
0811.90.1	Arándanos:	6%		
0811.90.11	Orgánicos			
0811.90.19	Los demás			
0811.90.20	Damascos (albaricoques, chabacanos)*			
0811.90.30	Duraznos (melocotones)*			
0811.90.40	Kiwis			
0811.90.50	Manzanas			
0811.90.60	Uvas			
0811.90.7	Maquis (Aristotelia chilensis):			
0811.90.71	Orgánicos	6%		
0811.90.79	Los demás			
0811.90.90	Las demás			

Aranceles de ingreso



Clasificación arancelaria	Descripción	Arancel NMF	Arancel dentro del TLC	Impuesto interno
08.12	FRUTAS Y OTROS FRUTOS, CONSERVADOS PROVISIONALMENTE (POR EJEMPLO: CON GAS SULFUROSO O CON AGUA SALADA, SULFUROSA O ADICIONADA DE OTRAS SUSTANCIAS PARA DICHA CONSERVACION), PERO TODAVIA IMPROPIOS PARA CONSUMO INMEDIATO.			
0812.10	Cerezas:		Libre comercio (arancel 0%)	19% IVA
0812.10.10	Orgánicas, sulfitadas	6%		
0812.10.90	Las demás			
0812.90	Los demás:			
0812.90.10	Duraznos (melocotones)*	6%		
0812.90.90	Los demás			

Aranceles de ingreso



Clasificación arancelaria	Descripción	Arancel NMF	Arancel dentro del TLC	Impuesto interno
2005	LAS DEMAS HORTALIZAS PREPARADAS O CONSERVADAS (EXCEPTO EN VINAGRE O EN ACIDO ACETICO), SIN CONGELAR, EXCEPTO LOS PRODUCTOS DE LA PARTIDA 20.06			
2005.10.00	Hortalizas homogeneizadas	6%	Libre comercio (arancel 0%)	19% IVA
2005.20.00	Papas (patatas)*		6% (Exluido)	
2005.40.00	Arvejas (guisantes, chícharos)* (Pisum sativum)		Libre comercio (arancel 0%)	
2005.5	(Vigna spp., Phaseolus spp.): Porotos (judías, alubias, frijoles, fréjoles)*			
2005.51.00	Desvainadas			
2005.59.00	Las demás		6% (Exluido)	
2005.60.00	Espárragos		Libre comercio (arancel 0%)	
2005.70.00	Aceitunas		Libre comercio (arancel 0%)	
2005.80.00	Maíz dulce (Zea mays var. saccharata)		Libre comercio (arancel 0%)	
2005.9	Las demás hortalizas y las mezclas de hortalizas:			
2005.91.00	Brotos de bambú		6% (Exluido)	
2005.99	Las demás:			
2005.99.10	Pimiento		Libre comercio (arancel 0%)	
2005.99.90	Las demás	Libre comercio (arancel 0%)		

Aranceles de ingreso



Clasificación arancelaria	Descripción	Arancel NMF	Arancel dentro del TLC	Impuesto interno
2006	HORTALIZAS, FRUTAS U OTROS FRUTOS O SUS CORTEZAS Y DEMAS PARTES DE PLANTAS, CONFITADOS CON AZUCAR (ALMIBARADOS, GLASEADOS O ESCARCHADOS)			
2006.00.10	Cerezas	6%	Libre comercio (arancel 0%)	19% IVA
2006.00.20	Mezclas de frutas			
2006.00.90	Los demás			

Aranceles de ingreso



Clasificación arancelaria	Descripción	Arancel NMF	Arancel dentro del TLC	Impuesto interno
2007	COMPOTAS, JALEAS Y MERMELADAS, PURES Y PASTAS DE FRUTAS U OTROS FRUTOS, OBTENIDOS POR COCCION, INCLUSO CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE			
2007.10.00	Preparaciones homogeneizadas	6%	Libre comercio (arancel 0%)	19% IVA
2007.9	De agríos (cítricos)			
2007.99.1	De durazno (melocotón)*:			
2007.99.11	Pulpa			
2007.99.12	Mermeladas y jaleas			
2007.99.19	Los demás			
2007.99.2	De damasco (albaricoque, chabacano)*:			
2007.99.21	Pulpa			
2007.99.22	Mermeladas y jaleas			
2007.99.29	Los demás			
2007.99.3	De manzana:			
2007.99.31	Pulpa de manzanas orgánicas			
2007.99.39	Los demás			
2007.99.4	De moras:			
2007.99.41	Puré de moras orgánicas, congelado			
2007.99.49	Los demás			
2007.99.5	De mango:			
2007.99.51	Pulpa de mangos orgánicos			
2007.99.59	Los demás			
2007.99.9	Los demás:			
2007.99.91	Orgánicos			
2007.99.99	Los demás			

Aranceles de ingreso



Clasificación arancelaria	Descripción	Arancel NMF	Arancel dentro del TLC	Impuesto interno
2008	FRUTAS U OTROS FRUTOS Y DEMAS PARTES COMESTIBLES DE PLANTAS, PREPARADOS O CONSERVADOS DE OTRO MODO, INCLUSO CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE O ALCOHOL, NO EXPRESADOS NI COMPENDIDOS EN OTRA PARTE.			
2008.1	Frutos de cáscara, maníes (cacahuates) y demás semillas, incluso mezclados entre sí:	6%	Libre comercio (arancel 0%)	19% IVA
2008.11	Maníes (cacahuates, cacahuates)*			
2008.11.10	Sin cáscara			
2008.11.90	Los demás			
2008.19.00	Los demás, incluidas las mezclas			
2008.20.1	Piñas (ananás) conservadas al natural o en almíbar			
2008.20.11	En rodajas			
2008.20.12	En cubos			
2008.20.19	Las demás			
2008.20.90	Las demás			
2008.30.00	Agrios (cítricos)			
2008.40.00	Peras			
2008.50.00	Damascos (albaricoques, chabacanos)*			
2008.60.1	Cerezas: conservadas al natural o en almíbar:			
2008.60.11	Marrasquino o tipo marrasquino			
2008.60.19	Las demás			
2008.60.90	Las demás			

Aranceles de ingreso



Clasificación arancelaria	Descripción	Arancel NMF	Arancel dentro del TLC	Impuesto interno
2008	FRUTAS U OTROS FRUTOS Y DEMAS PARTES COMESTIBLES DE PLANTAS, PREPARADOS O CONSERVADOS DE OTRO MODO, INCLUSO CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE O ALCOHOL, NO EXPRESADOS NI COMPENDIDOS EN OTRA PARTE.			
2008.70.1	Duraznos (melocotones)*, incluidos los griñones y nectarinas. Conservados al natural o en almíbar:	6%	Libre comercio (arancel 0%)	19% IVA
2008.70.11	Conservados al natural o en almíbar:			
2008.70.19	Los demás			
2008.70.90	Los demás			
2008.80.00	Frutillas (fresas)*			
2008.9	Los demás, incluidas las mezclas, excepto las mezclas de la subpartida 2008.19:			
2008.91.00	Palmitos			
2008.93.00	Arándanos rojos (Vaccinium macrocarpon, Vaccinium oxycoccos, Vaccinium vitis-idaea)			
2008.97.00	Mezclas			
2008.99	Los demás:			
2008.99.10	Uva			
2008.99.20	Ciruelas			
2008.99.30	Kiwis			
2008.99.90	Los demás			

Aranceles de ingreso



Clasificación arancelaria	Descripción	Arancel NMF	Arancel dentro del TLC	Impuesto interno
2009	JUGOS DE FRUTAS U OTROS FRUTOS (INCLUIDO EL MOSTO DE UVA) O DE HORTALIZAS, SIN FERMENTAR Y SIN ADICION DE ALCOHOL, INCLUSO CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE			
2009.1	Jugo de naranja:	6%	Libr comercio (arancel 0%)	19%IVA
2009.11.00	Congelado			
2009.12.00	Sin congelar, de valor Brix inferior o igual a 20			
2009.19.00	Los demás			
2009.2	Jugo de toronja o pomelo:			
2009.21.00	De valor Brix inferior o igual a 20			
2009.29.00	Los demás			
2009.3	Jugo de cualquier otro agrio (cítrico)			
2009.31.00	De valor Brix inferior o igual a 20			
2009.39.00	Los demás			
2009.4	Jugo de piña (ananá):			
2009.41.00	De valor Brix inferior o igual a 20			
2009.49.00	Los demás			
2009.50	Jugo de tomate			
2009.6	Jugo de uva (incluido el mosto):			
2009.61.00	De valor Brix inferior o igual a 30			
2009.69	Los demás:			
2009.69.10	Jugo			
2009.69.20	Mosto			

Fuente: ALADI y Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica

Aranceles de ingreso



Clasificación arancelaria	Descripción	Arancel NMF	Arancel dentro del TLC	Impuesto interno
2009	JUGOS DE FRUTAS U OTROS FRUTOS (INCLUIDO EL MOSTO DE UVA) O DE HORTALIZAS, SIN FERMENTAR Y SIN ADICION DE ALCOHOL, INCLUSO CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE			
2009.7	Jugo de manzana:	6%	Libr comercio (arancel 0%)	19% IVA
2009.71.00	De valor Brix inferior o igual a 20			
2009.79	Los demás:			
2009.79.10	De valor Brix superior a 20 pero inferior a 70			
2009.79.2	De valor Brix superior o igual a 70:			
2009.79.21	De manzanas orgánicas			
2009.79.29	Los demás			
2009.8	Jugo de cualquier otra fruta o fruto u hortaliza:			
2009.81.00	De arándanos rojos (Vaccinium macrocarpon, Vaccinium oxycoccos, Vaccinium vitis-idaea)			
2009.89	Los demás:			
2009.89.10	De mora			
2009.89.20	De frambuesa			
2009.89.30	De durazno (melocotón)*			
2009.89.40	De kiwi			
2009.89.50	De pera			
2009.89.60	De ciruela			
2009.89.70	De pimiento rojo de los géneros Capsicum o Pimenta			
2009.89.90	Los demás			
2009.90.00	Mezclas de jugos			



**Requisitos
no
arancelarios**

¿Quién puede importar en Chile?

Persona natural o jurídica con Rol Único Tributario

Inicio de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos

Agente aduanero (excepto para mercancías de un valor inferior a los 1.000 USD FOB).

Requisitos de importación



1. Solicitar un Certificado de Destinación Aduanera (CDA)

2. Solicitar la autorización de Uso y Disposición de Alimentos Importados

3. Cumplir con las disposiciones de etiquetado

1. Certificado de Destinación Aduanera



Objetivo:

Permitir la salida de mercancías desde los recintos aduaneros hacia una instalación de alimentos autorizada. En el CDA consta el lugar donde se depositarán las mercancías, la ruta y las condiciones del traslado (tanto del vehículo como del transportista) desde los recintos aduaneros hasta la bodega o almacén de destino.

asdigital.minsal.cl/asdigital/



¿Dónde lo solicito?

Se realiza mediante la plataforma electrónica AS Digital <http://asdigital.minsal.cl/asdigital/> o en las Oficinas de Atención de Usuario de la Secretaría Regional Ministerial de Salud (SEREMI Salud). El trámite tarda 3 días hábiles.



Documentos requeridos:

- Factura del producto.
- Copia de resolución sanitaria de la bodega de destino autorizada.
- Guía aérea.

2. Autorización de Uso y Disposición de Alimentos Importados



Objetivo:

La autoridad sanitaria con jurisdicción sobre la bodega consignada en un CDA, se pronuncia mediante resolución, para autorizar o rechazar **el uso y disposición** de alimentos importados.

¿Dónde lo solicito?

Esto puede realizarse mediante la plataforma electrónica AS Digital <http://asdigital.minsal.cl/asdigital/> o en las Oficinas de Atención de Usuario de la Secretaría Regional Ministerial de Salud (SEREMI Salud).



Documentos requeridos:

- Copia de factura de compra
- Certificado de Destinación Aduanera
- Copia de resolución sanitaria de la bodega o depósito autorizado
- Certificado sanitario del país de origen o certificado de libre venta
- Ficha técnica emitida por el fabricante en español (productos importados por primera vez o con cambio de formulación)
- Rótulo (etiqueta) o proyecto con el formato que permita dar cumplimiento a lo dispuesto en el Reglamento Sanitario de Alimentos.
- Cualquier otro que solicite la autoridad sanitaria.



[Ley N° 18.164](#) del Ministerio de Hacienda.

[Código Sanitario](#).

[Decreto N° 977 de 1996](#) sobre el reglamento sanitario de alimentos.

[Resolución exenta N° 322 de 2015](#) del Ministerio de Salud.

[Decreto con Fuerza de Ley N° 1 de 2005](#) del Ministerio de Salud.

[Decreto Supremo N° 3 de 2010](#) del Ministerio de Salud.

[Resolución exenta N° 473 de 2008](#) y sus modificaciones.

[Decreto Supremo N° 16 de 1995](#) del Ministerio de Relaciones Exteriores.

[Ley N° 19.799 de 2002](#) sobre documentos electrónicos, firma electrónica, entre otros.

[Ley N° 19880 de 2003](#) que establece la base de los procedimientos administrativos que rigen los actos de los órganos de la administración del Estado.

3. Etiquetado



En Chile, la obesidad y el sobrepeso son uno de los problemas de salud más relevantes actualmente, más del **60%** de la población tiene **exceso de peso**.



Uno de los principales **factores determinantes** de esta condición, es la **mala calidad de la dieta**, ya que incorpora alimentos con exceso de calorías, sodio, azúcares y grasas saturadas.



El **etiquetado nutricional de los alimentos**, junto con la **publicidad** de los mismos, son unos de los factores que más **influyen en la elección** de los alimentos, por parte de los consumidores.

En este contexto, Chile desarrolló una Ley que se encarga de mejorar el etiquetado y la publicidad de los alimentos que se producen y comercializan en Chile, para ayudar a los consumidores a comprender mejor la información nutricional de los alimentos y proteger a los niños de la sobreexposición de publicidad.

3. Etiquetado



La [Ley 20.606 “Sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad”](#) determina que los fabricantes, distribuidores e importadores deberán incluir en sus etiquetas los ingredientes que contiene el producto. Amplía en detalle las especificaciones en el Reglamento.

El [Reglamento Sanitario de los Alimentos](#) establece las regulaciones relacionadas con el etiquetado. Incluye la rotulación para los alimentos con altos niveles de azúcares, calorías, sodio y grasas saturadas.

Esta Ley y su reglamento, comenzaron a regir el **27 de junio del año 2016 para las Medianas y Grandes empresas**, y les otorgó 3 años de plazo a los Micro y Pequeños Productores de alimentos (MIPE), es decir, **los MIPE deberán cumplir con la regulación a partir de junio del año 2019.**

3. Etiquetado: contenido

3.1 Rotulación general

Ingredientes y aditivos

Colorantes
Alérgenos

3.2 Declaración nutricional

1. Declaración de nutrientes
2. Declaración de sello "ALTO EN"

(Componentes obligatorios)

1. Propiedades nutricionales
 2. Propiedades saludables
- (componentes opcionales)**

3.3 Publicidad

Condiciones obligatorias de la publicidad de los alimentos

Disposiciones sobre publicidad de alimentos

3. Etiquetado

La etiqueta o rótulo:

La etiqueta o rótulo **entrega información útil y relevante sobre la empresa o emprendimiento y las características o atributos propios del producto**. Es un componente fundamental que puede estar visible en el empaque/envase y/o adherida al producto mismo (colgante o adhesiva). Esta es una instancia **fundamental para la comunicación entre el productor y el cliente/consumidor**, cuyas características están definidas por la legislación del país donde será comercializado el producto.

- ❖ Identifica y diferencia el producto (nombre, marca y diseño).
- ❖ Da a conocer sus características (ingredientes, componentes, peso, tamaño, entre otros).
- ❖ Entrega indicaciones para su uso y/o conservación, precauciones, nombre del fabricante, procedencia, fecha de fabricación y de vencimiento, etc...
- ❖ Debe cumplir las leyes o normativas vigentes para cada mercado destino por industria o sector.
- ❖ De ninguna manera, debe contener información ambigua, incompleta, engañosa o falsa que induzca a error en el consumidor.
- ❖ Podría incluir, además de lo obligatorio, recomendaciones para el cliente



3.1. Rotulación general



Es la información relacionada con la identificación del productor (nombre o razón social, domicilio, etc.), las condiciones productivas (lote, fecha de elaboración, fecha de vencimiento, etc.), y la información propia del producto (nombre del alimento, contenido neto, etc.).

1. Nombre del Alimento.

2. Contenido Neto

del alimento (sin considerar el peso del material de empaque/envase).

3. Nombre o razón social y domicilio

del fabricante, procesador, envasador o distribuidor, según sea el caso.

4. País de origen.

5. Número y fecha de la resolución

y nombre del Servicio de Salud que autoriza al establecimiento que elabora o envasa el producto o que autoriza su internación.

6. Fecha de elaboración o envasado:

se sugiere el formato día, mes y año (dd/mm/aa), aunque puede estar en otro formato según lo indica el RSA.

7. Número de lote de producción

o cantidad determinada de un alimento/producto producido en condiciones esencialmente iguales clasificable dentro de un mismo grupo.

8. Fecha de vencimiento

se sugiere el formato día, mes y año (dd/mm/aa), aunque puede estar en otro formato según lo indica el RSA, o bien se puede indicar el plazo de duración.

9. Instrucciones de almacenamiento.

10. Instrucciones para su uso.

11. Listado de ingredientes, incluidos los aditivos.



Imagen N° 2: Ejemplo de la rotulación general y nutricional de un alimento

3.1. Rotulación general



Ingredientes y aditivos:

Es una lista de todos los ingredientes y aditivos que componen el producto, con sus nombres específicos, ordenados de mayor a menor, según la proporción utilizada de cada uno.

Se debe indicar en este listado si se han incorporado aditivos, se deben poner con sus nombres específicos y en orden decreciente de proporciones.

Colorantes:

Los colorantes Amarillo Crepúsculo y Tartrazina deben estar destacados en el listado, porque pueden producir cuadros alérgicos en personas sensibles.

3.1. Rotulación general



Alérgenos:

Cuando el alimento o ingrediente contenga algún alérgeno alimentario (**sustancia que puede inducir una reacción de hipersensibilidad (alérgica)** en personas susceptibles. Ésta puede ser desde el enrojecimiento de la piel, diarrea, picazón o incluso hasta la muerte por asfixia), **deberá señalarse en la misma lista de ingredientes o bajo el título “Contiene...”**.

Si el ingrediente es un derivado de cualquiera de los alérgenos, deberá rotularse el ingrediente y además el alérgeno.

Ej: Caseína (Leche).

Si el alimento tiene riesgo de contaminarse (por cualquier evento del proceso productivo) con algún alérgeno, se deberá incluir la frase:

“Puede contener...” o “Contiene pequeñas cantidades de...” “Contiene trazas de...” o

“Elaborado en líneas que también procesan...”, indicando el alérgeno del que se trate.

Por **ejemplo**, si un productor utiliza el mismo equipamiento para hacer dos productos distintos, tartaleta de nueces y tartaleta de manzana. Ambas las vende envasadas y rotuladas. A pesar que la tartaleta de manzanas no tiene nueces en sus ingredientes, como usa el mismo equipamiento y utensilios para fabricar la otra, debería declarar la frase “puede contener nueces” o “elaborado en líneas que también procesan nueces”, etc.

3.1. Rotulación general

Alérgenos:

Los ingredientes o alimentos alérgenos son los siguientes:

- ❖ Cereales que contienen gluten como trigo, avena, cebada, centeno, espelta o sus cepas híbridas y sus productos.
- ❖ Crustáceos y sus productos.
- ❖ Huevo y sus productos.
- ❖ Pescados y productos pesqueros.
- ❖ Maní.
- ❖ Soya y sus productos.
- ❖ Leche y productos lácteos.
- ❖ Nueces y productos derivados.
- ❖ Sulfitos en concentraciones de 10 mg/kg o más.



3.2. Rotulación nutricional



Componentes Obligatorios

1. Declaración de nutrientes
2. Declaración del sello “ALTO EN”



Componentes opcionales

1. Propiedades nutricionales
2. Propiedades saludables



3.2. Rotulación nutricional



Comprende toda la información sobre las características nutricionales del alimento.

Declaración de nutrientes:

Los parámetros obligatorios que se deben declarar en la información nutricional son los siguientes:

- ❖ Energía, expresado en calorías (Kcal).
- ❖ Proteínas, expresado en gramos (g).
- ❖ Grasas totales, expresadas en gramos (g). Si el alimento contiene 3 o más gramos de grasas totales por porción de consumo habitual, deberá declararse además los siguientes parámetros:
 - ❖ Ácidos grasos saturados, expresados en gramos (g).
 - ❖ Ácidos grasos monoinsaturados, expresados en gramos (g).
 - ❖ Ácidos grasos poliinsaturados, expresados en gramos (g).
 - ❖ Ácidos grasos trans, expresados en gramos (g).
 - ❖ Colesterol, expresado en miligramos (mg).
- ❖ Hidratos de carbono disponibles, expresados en gramos (g).
- ❖ Azúcares totales, expresados en gramos (g).
- ❖ Sodio, expresado en miligramos (mg).

3.2. Rotulación nutricional



Declaración de nutrientes:

Todos estos valores se recomienda expresarlos en una tabla con 2 columnas, una columna para informar por cada 100 gr o ml del producto, y otra columna para informar por porción de consumo habitual. Como referencia, el **Ministerio de Salud tiene publicado en su sitio web un listado de porciones de consumo habitual** como referencia para el etiquetado nutricional. Este listado se encuentra en el sitio web de MINSAL, en el siguiente link:

<http://dipol.minsal.cl/departamentos-2/nutricion-y-alimentos/nutricion/>

Determinación de contenido nutricional de un alimento

Los valores que figuren en la declaración de nutrientes deberán ser valores derivados de datos específicamente obtenidos de análisis de alimentos realizados en laboratorios o de tablas de composición de alimentos debidamente reconocidas por organismos nacionales o internacionales, que sean representativos del alimento sujeto a la declaración.

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Porción: 1 cucharadita (15g)		
Porciones por envases: Aprox. 13		
	100 g	1 porción
Energía (kcal)	103	15
Proteínas (g)	0,4	0,1
Grasa Total (g)	0,2	0,0
H. de C. Disp. (g)	25,0	3,8
Azúcares Totales (g)	24,9	3,7
Sacarosa (g)	0,4	0,1
Sodio (mg)	22	3,3
Ingredientes: Moras, agua, fructosa, pectina, ácido cítrico, aroma idéntico natural, goma xántica, cloruro de calcio, benzoato de sodio, sorbato de potasio, sucralosa (15 mg/100g 2,3mg/15g – IDA: 0 15 mg/kg de peso corporal) y colorantes (rojo allura AC e indigotina)		

3.2. Rotulación nutricional

Declaración del sello “ALTO EN”

Corresponde etiquetar los sellos, en todos los alimentos envasados que:

- ❖ Tengan adición de azúcares, grasas o sodio.
- ❖ Su aporte nutricional supere alguno de los límites de nutrientes establecidos en el RSA.



Sólidos	10g por cada 100g	4g por cada 100g	275 Kcal/100g	400 Kcal/100g
Líquidos	5g por cada 100ml	3g por cada 100ml	70 Kcal/100ml	100 Kcal/100ml

3.2. Rotulación nutricional



Declaración del sello “ALTO EN”

El o los sellos se deben ubicar en la cara principal de la etiqueta. Como referencia, la cara frontal es donde habitualmente se encuentra el nombre y la marca del producto, y es lo primero que ve el consumidor cuando va a comprar el producto. Según sea el área de la etiqueta, será el tamaño del o los sellos que se deben poner. Para calcular el área de la etiqueta o el área de la cara principal de la etiqueta se debe multiplicar el alto X el ancho de la etiqueta. Con esto se obtiene el área en cm². Y de acuerdo al siguiente cuadro se definen las dimensiones de cada sello.

Área de la cara principal de la etiqueta	Dimensiones de símbolo (alto y ancho)
Menos de 30 cm ²	Rotula en el envase mayor que los contenga
Entre 30 y menor a 60 cm ²	1,5 x 1,5 cm
Entre 60 y menor a 100 cm ²	2,0 x 2,0 cm
Entre 100 y menor a 200 cm ²	2,5 x 2,5 cm
Entre 200 y menor a 300 cm ²	3,0 x 3,0 cm
Mayor o igual a 300 cm ²	3,5 x 3,5 cm

3.2. Rotulación nutricional



Propiedades nutricionales:

Son mensajes donde se destaca una característica del alimento relacionado con el contenido de proteínas, grasas, hidratos de carbono, colesterol, azúcares, sodio, vitaminas o minerales y al aporte de energía. Basado en descriptores nutricionales según el aporte de energía o nutriente involucrado en la declaración de propiedades.

Propiedades saludables:

Son mensajes que relacionan los alimentos o componentes de los alimentos con una condición de salud de las personas.

3.2. Rotulación nutricional

Propiedades nutricionales:

Cuando se reduce el contenido de nutrientes puede expresar el porcentaje de cuánto se ha reducido respecto a un alimento normal o sin modificaciones. Para destacar una característica nutricional en un producto alimenticio sólo está permitido utilizar frases o descriptores que se indican en el RSA, cuando se cumplan las condiciones para poder declararlo. Éstos son los siguientes:

* LIBRE

- ❖ Libre de calorías: La porción de consumo habitual aporta menos de 5 kcal.
- ❖ Libre en grasa significa que una porción de alimentos aporta menos de 0,5 g de grasa total.
- ❖ Libre en grasas saturadas o libre de grasas trans quiere decir que en una porción del alimento aporta menos de 0,5 g de grasa saturada y menos de 0,2 g de ácidos grasos trans.
- ❖ Libre en colesterol significa que en una porción del alimento aporta menos de 2 mg de colesterol, menos de 2 g de grasa saturada y menos de 0,2 g de grasas trans.
- ❖ Libre de azúcar significa que la porción de consumo habitual aporta menos de 0,5 g de azúcar.
- ❖ Libre en sodio quiere decir que la porción de consumo habitual aporta menos de 5 mg de sodio.



* REDUCIDO:

- ❖ Reducido Se emplea esta palabra cuando el producto ha sido modificado y contiene 25% menos de calorías o nutrientes que el alimento de referencia.
- ❖ Reducido en calorías quiere decir que el producto contiene 25% menos calorías que el alimento normal.
- ❖ Reducido en grasas es que el producto contiene 25% menos grasas que el alimento normal.
- ❖ Reducido en colesterol significa que el producto tiene 25% menos colesterol que el alimento normal.



3.2. Rotulación nutricional



*BAJO:

- ❖ Bajo en energía: Significa que una porción del alimento aporta menos de 40 kcal.
- ❖ Bajo en grasas significa que una porción del alimento aporta un máximo de 3g de grasa total.
- ❖ Bajo en grasa saturada por porción de consumo habitual contiene un máximo de 1 g de grasas saturadas y no más de 15% de las calorías provenientes de grasas saturadas en relación a las calorías totales.
- ❖ Bajo en colesterol se refiere a que una porción del alimento aporta un máximo de 20mg de colesterol y 2 g de grasa saturada, 0,2 g de grasa trans.
- ❖ Bajo en sodio significa que una porción del alimento aporta menos de 140mg de sodio.

*MUY BAJO APORTE

- ❖ Muy bajo aporte: Específicamente se utiliza para el sodio, y quiere decir que la porción de consumo habitual contiene máximo 35 mg de sodio.

*EXTRAMARGO

- ❖ Extramagro: Es específico para carnes, pescados y sus derivados. Significa que por porción de consumo habitual y por cada 100

gramos contiene como máximo 5g de grasa total, igual o menos de 2 g de grasa saturada e igual o menos de 95 mg de colesterol.

* SIN AZÚCAR

- ❖ Sin azúcar/ Azúcares añadidos: Está permitido sólo si no fue incorporado azúcar o azúcares añadidos. Debe ir acompañado de una frase como “éste alimento no es libre en calorías” cuando los alimentos no lleven el “libre” “bajo” o “reducido” en calorías.

*BUENA FUENTE

- ❖ Buena fuente: Buena fuente de vitaminas, minerales, fibra dietética y proteínas, la porción del alimento contiene entre 10 al 19% de la Dosis Diaria de Referencia.

* FORTIFICADO

- ❖ Fortificado: Sólo se podrá usar si el alimento ha sido modificado agregando un 10% o más del Valor Diaria de Referencia del nutriente que se adiciona.



1. Condiciones obligatorias de la publicidad de los alimentos:

Los alimentos que tengan adición de azúcares, sodio o grasas saturadas y que superen los límites establecidos por el MINSAL, **no podrán realizar publicidad dirigida a niños** cuando esta publicidad se dirige a menores de catorce años de edad, en cualquier lugar donde ésta se realice y **tampoco pueden tener publicidad ni venderse en los jardines y colegios de básica o media de colegios públicos o privados.**

2. Disposiciones sobre publicidad de alimentos

La publicidad de los alimentos a los que se les haya adicionado azúcares, grasas saturadas o sodio y superen los límites establecidos por el MINSAL, cualquiera sea el lugar o formato donde ésta se realice, no puede utilizar ninguno de los siguientes elementos, ni realizar ninguna de las siguientes acciones:

Elementos dirigidos a menores de 14 años, tales como:

- ❖ Personajes y figuras infantiles
- ❖ Animaciones
- ❖ Dibujos animados
- ❖ Juguetes
- ❖ Música infantil
- ❖ Presencia de personas o animales que atraigan menores de 14 años
- ❖ Declaraciones o argumentos fantasiosos acerca del producto o sus efectos
- ❖ Voces infantiles
- ❖ Lenguaje o expresiones propias de niños
- ❖ Situaciones que representes su vida cotidiana: escuela, recreo o juegos infantiles
- ❖ Otros elementos similares a los anteriores.



3.3. Publicidad

Aplicaciones interactivas, juegos, concursos u otras estrategias similares que utilicen elementos mencionados en el punto 1 de estas disposiciones.



Ganchos comerciales dirigidos a menores de 14 años, no relacionados con la promoción propia del producto como juguetes, accesorios, adhesivos, incentivos u otros ganchos similares, que utilicen los elementos del punto 1 de estas disposiciones.

Regalarse a los niños menores de 14 años.

Venderse al interior de los establecimientos de educación parvularia, básica o media

LOGÍSTICA A

CHILE

Dirección de Inteligencia comercial
Unidad de logística
Adrián Chavarría Mendoza



Contenido

I. DATOS GENERALES EXPORTACIÓN A CHILE

II. ANÁLISIS DE COSTOS LOGÍSTICOS SEGÚN VÍA DE TRANSPORTE

III. RECOMENDACIONES

Los principales productos que se envían por la vía marítima son Jarabes y concentrados, frutas congeladas y colas y demás adhesivos, por el medio aéreo es utilizado en su mayoría para los envíos de dispositivos médicos.

Exportaciones hacia Chile: volumen y valor en miles de USD

	2015	2016	2017	2018	2019
Valor	\$ 33.321	\$ 34.371	\$ 39.742	\$ 32.848	\$ 28.372
Volumen	12.909 Ton	17.180 Ton	16.485 Ton	15.534 Ton	13.532 Ton

Exportaciones a Chile año 2019 según valor \$

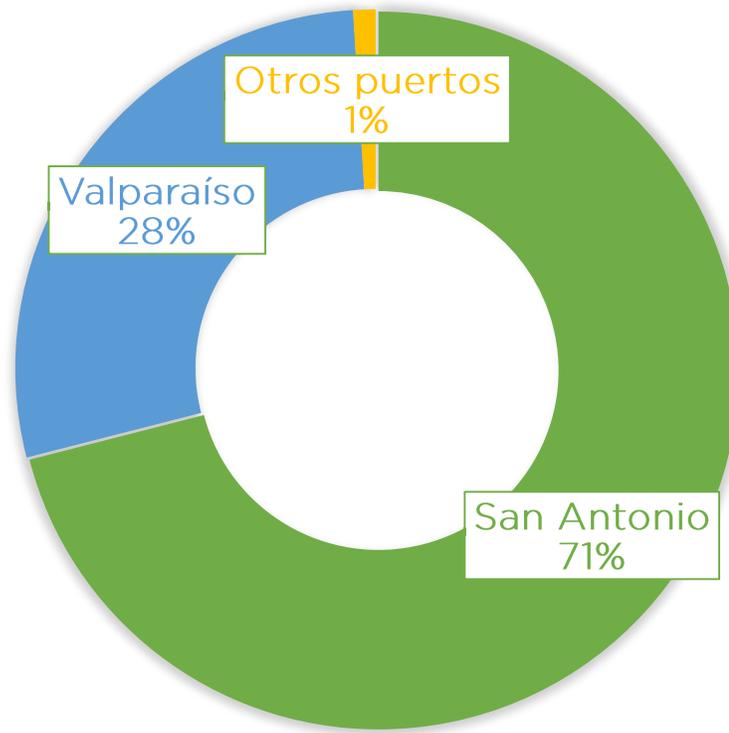


Chile principales productos exportación año 2019: jarabes y concentrados para bebidas gaseadas, frutas congeladas, colas y demás adhesivos(goma, pegamento, otros).

Volumen exportado: 13.532 Ton

Principales puertos de importación en Chile de frutas y vegetales procesados.

CHILE: DISTRIBUCIÓN DE INGRESO POR PUERTO MARÍTIMO 2019/PART. SOBRE 350 MIL TM



EN 2019 el **99,5%** ingresa por la vía marítima el **0,4%** terrestre y **0,1%** aéreo.

Costa Rica: frecuencias de salida semanal desde Moín o Caldera



País	Tiempo de Tránsito	
Costa Rica	14 días Caldera	18 días Moín
Colombia*	8 días	
Perú*	5 días	
Ecuador*	9 días	

Más del 90% de los envíos marítimos a Chile de estos productos se hace por medio de dos navieras:

- Hamburg Süd
- Sealand- Maersk

Los tiempos de tránsito de los países en comparación son más cortos por **cercanía y envíos directos** a los puertos chilenos.

Costa Rica presenta el reto de no contar con envío directo a Chile, lo cual se evidencia en la cantidad de días de tránsito.

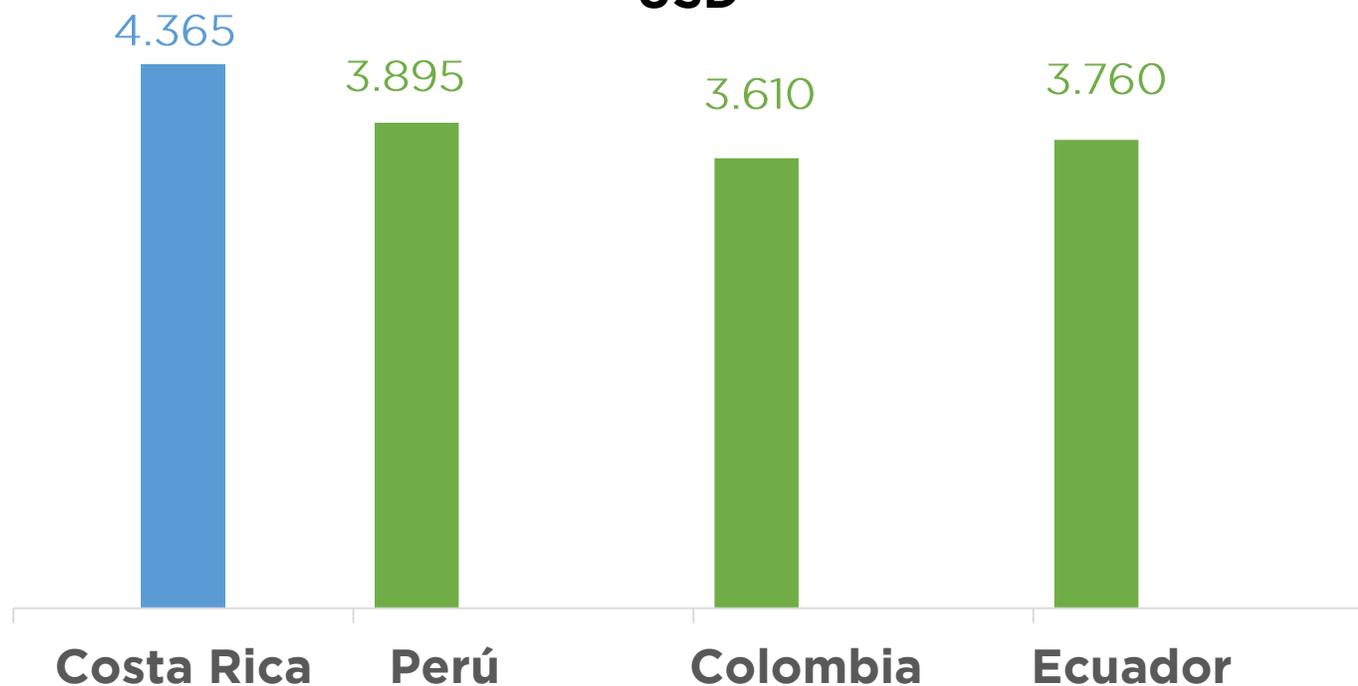
Los trasbordos **no permiten** que se llegue en menor tiempo a los puertos chilenos.



COSTOS LOGÍSTICOS

Comparativo de precios con países competidores

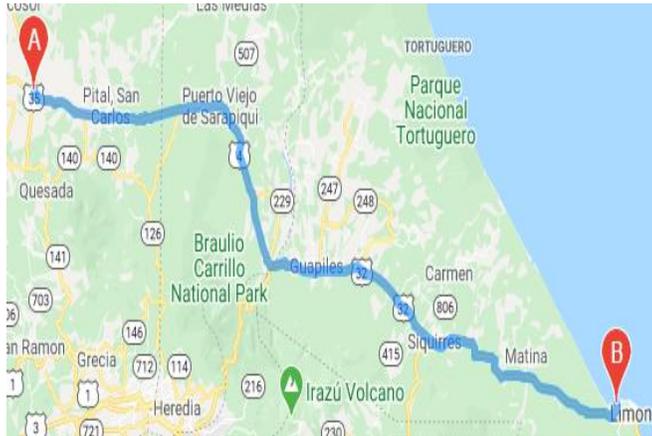
COMPARATIVO CARGA CONTENERIZADA USD



El **costo CIF** desde Costa Rica es **17% más** alto que desde Colombia, un **14% más** que Ecuador, y **11% más** que Perú.

Desde el punto de vista de costos logísticos no se genera ninguna ventaja respecto a los principales competidores.

Costos fletes internos en Costa Rica



Desde Muelle de San Carlos **hacia** Moín
186 km aproximadamente de distancia
Ronda los **650 USD flete** terrestre.



Desde Muelle de San Carlos **hacia** Caldera
144 km aproximadamente de distancia.
Rondan los **550 USD flete** terrestre

Estos fletes dependiendo de la negociación ya están incluidos en el precio final ejemplo en los 4.365 USD.



RECOMENDACIONES



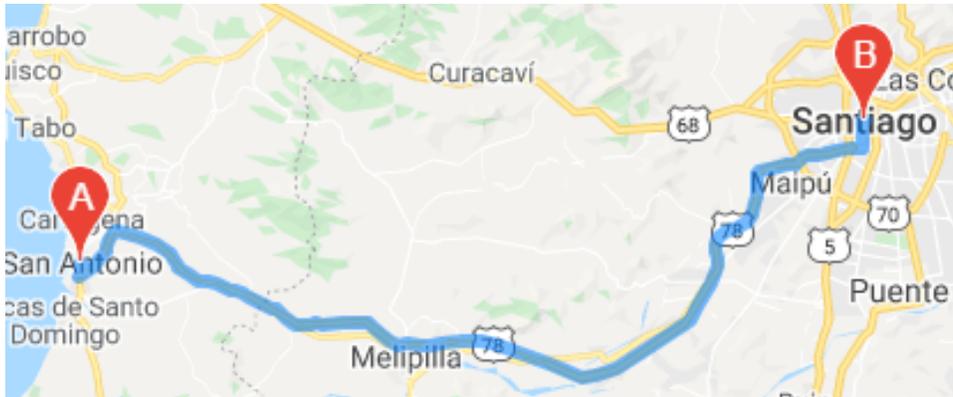
Recomendaciones

- Se recomienda **revisar con el oferente de logística los transbordos** para evitar pérdidas de conexión en los puertos subsiguientes afectando su tiempo de entrega y generando **costos adicionales** a la operación.
- Si el producto por su naturaleza requiere **temperatura controlada** (refrigerada o congelado) en Costa Rica **no se puede consolidar** por lo que se debe optar por equipos completos.
- En caso de envíos de **bajos volúmenes** los exportadores nacionales pueden optar por una **logística colaborativa** para bajar el **costo del envío marítimo** y llegar mas con precio logístico **mas competitivo** si se hace de forma individual.

Recomendaciones

- En el caso de los **costos en origen**, el exportador está en la capacidad de **manejar dichas variables**, mediante un contrato a un año con su operador logístico.
- El **factor flete varía** en función al tiempo de tránsito que ofrecen las navieras, las frecuencias, espacios en las navieras, temporadas altas de un determinado producto, entre otros.
- Adicionalmente cuando no se es **cliente con contrato negociado** con las navieras se puede complicar encontrar **espacios disponibles** dado que éstas suelen primero **comprometer su capacidad** con empresas con las que tengan contrato. Este tipo de situaciones también **afecta el costo** porque una vez que las navieras tienen su capacidad llena es muy **difícil conseguir espacio** ya que subastan los espacios que podrían quedar disponibles

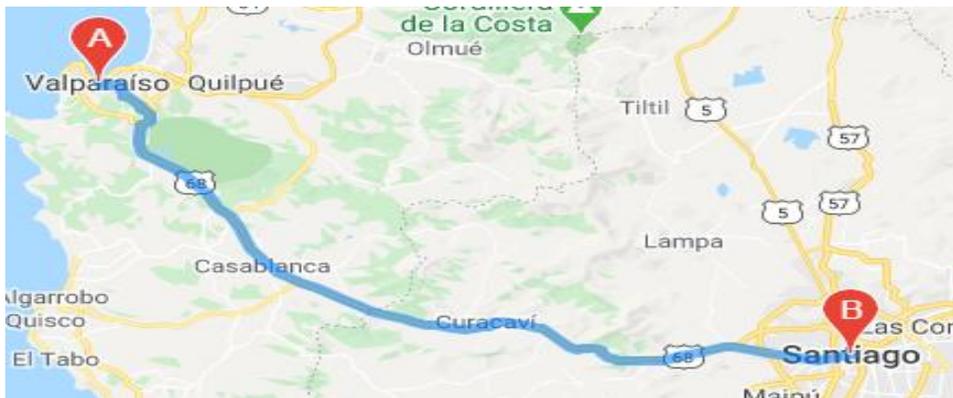
Recomendaciones



Transporte interno desde **Puerto de San Antonio a Santiago.**

Duración **1 h 15 min**

Costo aproximado del flete **350 - 550 USD.**



Transporte interno desde **Puerto Valparaíso a Santiago.**

Duración **1 h 30 min**

Costo aproximado del flete **375 - 600 USD.**

Recomendaciones

- El puerto de Valparaíso y San Antonio tiene conexión por carretera con ciudades como Mendoza en Argentina, a una distancia aproximada de 400 km.



Transporte internacional desde **Puerto Valparaíso o San Antonio.**

Duración **10 h 30 min**

Costo aproximado del flete **850 - 1200 USD.**

OPORTUNIDADES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y VEGETALES PROCESADOS COMO INSUMO PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CHILE

Maureen Alpizar Arce

Dirección de Inteligencia Comercial

Julio, 2020

