



Informe Preferia Espacio Food & Service República de Chile

Informe Preferia Espacio Food & Service República de Chile

El presente documento fue elaborado por la Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca coordinadamente con la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional y pretende ser un resumen de las principales características del mercado de Chile, así como del comercio bilateral, la estructura comercial y los principales requisitos de acceso para los productos argentinos, con el objetivo que se constituya en una base de información de utilidad para las empresas que participan de la misión comercial y de actividades de promoción en ese destino.

Información de utilidad en Argentina

Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional

- > e-mail: ssmaii@magyp.gob.ar
- > web: magyp.gob.ar/mercadosagropecuarios/

Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional

- > e-mail: ic@inversionycomercio.org.ar

ÍNDICE

Síntesis ejecutiva	5
Perfil de la feria	5
Comercio exterior de Chile	6
Exportaciones de Argentina a Chile de productos agroindustriales	8
Análisis de los productos participantes de la Feria	12
Acuerdos Comerciales	16
Agenda bilateral Argentina Chile en negociación	17
Acceso a mercado, comercialización y canales de distribución	19
El mercado	19
Importancia económica del país en su región	19
Canales de distribución	20
Principales cadenas de supermercados en Chile	21
E-commerce	21
Tendencias de consumo	21
Requisitos de acceso	24
Anexo	32



Informe Preferia Espacio Food & Service República de Chile

Síntesis ejecutiva

Perfil de la feria

Espacio Food & Service es la feria alimentaria profesional más importante de Chile. Nace el año 2011 con la finalidad de brindar un espacio de encuentro y de negocios, donde convergen las empresas, proveedores, organismos públicos y profesionales de la industria alimentaria. La Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, coordina ya desde hace varios años un pabellón nacional para que las empresas que lo deseen puedan exhibir sus productos y tomar contacto con potenciales clientes.

Para más información:

ferias.inversionycomercio.ar/2025/03/27/espacio-food-service-2025/

- El evento, que se desarrollará en 2025 en su duodécima edición, tiene lugar en el Centro de Eventos y Convenciones Espacio Riesco, siendo la instancia donde los principales actores de la industria se reúnen y muestran las últimas novedades y tendencias en productos, servicios y tecnologías. La fecha prevista para esta edición es del 30 de septiembre al 2 de octubre.
- Espacio Food & Service es el lugar de encuentro anual más importante de la Industria Alimentaria en Chile, donde en 3 días se reúnen de manera presencial más de 31.000 profesionales del sector, quienes buscan conocer soluciones para sus negocios y tendencias del mercado. De la misma manera, asisten estudiantes de institutos y escuelas técnicas motivados por informarse respecto a la transformación de una industria que crece y se actualiza aceleradamente: Entidades de alimentación escolar es institucional, Banqueteros e Independientes, Cadenas de comida rápida, Canal Horeca, Delegaciones extranjeras, Escuelas Hoteleras, Organizaciones científicas alimentarias, Industrias y Servicios, Organismos del Estado, Supermercados mayoristas, Tiendas de Conveniencia, Importadores y Exportadores.
- En Chile residen casi 100.000 argentinos que buscan productos nostálgicos, principalmente en el rubro de los alimentos y bebidas. Existe el sitio web “Cosas Nuestras” (cosasnuestras.cl/) a través de la cual se pueden comprar alimentos argentinos e infusiones, el mate. A través de las redes sociales también se pueden adquirir alimentos nacionales. El consumo de yerba mate en Chile no se explica por los expatriados.



Informe Preferia

Espacio Food & Service

República de Chile

Comercio exterior de Chile

Como puede observarse en el siguiente cuadro, que reproduce el comercio internacional total de Chile, en el año 2024, tuvo una balanza comercial positiva de casi 24.000 millones de dólares estadounidenses.

Al compararlo con el año 2023, año en que la balanza comercial fue positiva en casi 20.0000 millones de dólares estadounidenses, puede observarse un incremento del 19%.

Comercio Internacional Chile												
Intercambio AGROINDUSTRIAL Y TOTAL Período 2020-2024												
Período	Comercio Total			Comercio Agroindustrial			Agro/ Total	Agro/ Total	Variación/Año Anterior			
	(Mill. De U\$S)			(Mill. De U\$S)			(%)	(%)	TOTAL		AGRO	
Año	EXPO	IMPO	B.C. TOTAL	EXPO	IMPO	B.C. AGRO	EXPO	IMPO	EXPO	IMPO	EXPO	IMPO
2020	69.965	61.396	8.569	12.483	8.190	4.293	17,8%	13,3%				
2021	92.888	95.169	-2.281	13.420	11.441	1.979	14,4%	12,0%	33%	55%	-127%	8%
2022	102.626	109.266	-6.640	15.660	12.139	3.521	15,3%	11,1%	10%	15%	17%	6%
2023	100.290	80.492	19.798	14.050	9.997	4.053	14,0%	12,4%	-2%	-26%	-10%	-18%
2024	103.312	79.688	23.624	15.579	10.129	5.450	15,1%	12,7%	3%	-1%	11%	1%

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base a Trade Map

En tanto la balanza comercial para el comercio agroindustrial, en los últimos 5 años analizados ha sido positiva, alcanzando casi 5.500 millones de dólares estadounidenses en el año 2024.

Principales productos Agroindustriales importados por Chile							
Ordenado por MM de U\$S de 2024							
Posición	Descripción	SA06	Millones U\$S			Var. (%) 24/23	Ratio sobre total 2023
			2022	2023	2024		
1	Carne deshuesada, de bovinos, fresca o refrigerada	20130	1.256	1.252	1.261	0,72%	12,45%
2	Maíz (exc. las de siembra para siembra)	100590	912	668	610	-8,68%	6,02%
3	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja "soya", incl. molidos o . .	230400	708	525	495	-5,71%	4,89%
4	Grasas y aceites de pescado y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente (exc. . . .	150420	200	378	337	-10,85%	3,33%
5	Azúcar de caña o remolacha y sacarosa químicamente pura, sólidos (exc. los con adición de aromatizante . . .	170199	479	290	307	5,86%	3,03%
6	Carne de porcinos, congelada (exc. canales o medias canales, así como piernas, paletas y sus . . .	20329	220	251	295	17,53%	2,91%
7	Trigo y morcajo (exc. las de siembra para la siembra, y el trigo duro)	100199	797	365	275	-24,66%	2,72%
8	Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor	230910	271	242	265	9,50%	2,62%
9	Preparaciones alimenticias, n.c.o.p.	210690	263	218	234	7,34%	
10	Aceite de soja "soya" y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente	150790	281	218	206	-5,50%	2,03%
11	Preparaciones de los tipos utilizados para la alimentación de los animales (exc. alimentos . . .	230990	230	208	199	-4,33%	1,96%
12	Patatas "papas", preparadas o conservadas sin vinagre ni ácido acético, congeladas	200410	136	193	189	-2,07%	1,87%
13	Carne deshuesada, de bovinos, congelada	20230	171	167	169	1,20%	1,67%
14	Queso (exc. queso fresco, incl. lactosuero, curado, requesón, queso fundido, queso de pasta . . .	40690	138	171	154	-9,94%	1,52%
15	Arroz semiblanqueado o blanqueado, incl. pulido o glaseado	100630	87	107	129	20,56%	1,27%
16	Concentrados de proteínas y sustancias proteicas texturadas	210610	229	124	128	3,23%	1,26%
17	Harina, polvo y "pellets", de carne o de despojos, impropios para la alimentación humana; . . .	230110	147	121	123	1,65%	1,21%
18	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.)	80390	117	112	120	7,14%	1,18%
19	Aguacates "paltas", frescos o secos	80440	69	94	114	21,28%	1,13%
20	Queso fresco "sin madurar", incl. el del lactosuero, y requesón	40610	105	107	111	3,74%	1,10%
Resto			5.323	4.317	4.407	2,08%	43,51%
TOTAL GENERAL			12.139	9.997	10.128	1,31%	100%

Fuente: Subsecretaría de Mercados e Inserción Internacional en base a datos Trade Map

De los principales 20 productos agroindustriales importados por Chile en el 2024, 12 de ellos tuvieron aumentos respecto al año anterior (2023): paltas (21.3%), arroz (20.6%) y carne de cerdo (17.5%), entre los que más se destacan.

En 2024 las importaciones agroindustriales estuvieron significativamente diversificadas, las 20 primeras posiciones a 6 dígitos explican el 56,1% de las importaciones. Dentro de este grupo, se señalan como relevantes para las exportaciones argentinas:

- Carne de bovino deshuesada fresca
- Maíz
- Aceite de soja
- Residuos sólidos de la extracción de aceite de soja
- Aceite de girasol
- Quesos
- Azúcar
- Pastas alimenticias
- Arroz

El primer producto de importación, la carne de bovino deshuesada concentró el 12.5% de los más de 1.200 millones de dólares totales, en segundo lugar, figura el maíz con una participación del 6%.

Exportaciones de Argentina a Chile de productos agroindustriales

Como puede observarse en el cuadro que se presenta a continuación, desde el año 2020, la balanza comercial con Chile es positiva.

Balanza comercial entre Argentina y Chile (Exportaciones totales)				
Valores expresados en millones de dólares estadounidenses				
	Exportaciones	Importaciones	Balanza comercial	Var. (%) en valor de las exportaciones
2020	2.890	539	2.351	
2021	4.296	696	3.601	49%
2022	5.022	778	4.244	17%
2023	4.941	733	4.208	-2%
2024	6.331	727	5.604	28%

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base INDEC

Chile ocupa la posición 3° como principal destino de las exportaciones totales de nuestro país, registrando para el año 2024 un incremento del 28% respecto al guarismo registrado en el año 2023.

Ranking por país de destino 2024		
Top 10 - Exportaciónen u\$s FOB		
País/es	Millones de dólares	Variación
Brasil	13.611	14,79%
Estados Unidos	6.406	15,04%
Chile	6.329	28,12%
China	5.965	15,29
India	3.933	60,51%
Viet Nam	3.281	56,75%
Perú	2.479	-2,95%
Suiza	1.696	42,21%
Países Bajos	1.694	8,68%
Uruguay	1.644	-0,92%

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base INDEC

Argentina exportó en 2024 un total de 2.146 millones de dólares estadounidense de productos agroindustriales hacia la República de Chile. Se ubica entre los puestos 5° y 6° como destino de las ventas agroindustriales.

Las mismas experimentaron un aumento respecto de 2023 de 14,7%. El promedio de los últimos 5 años fue de 1.979 millones de dólares estadounidense.

Producto	Valor (expresado en millones de U\$D Fob)					
	2024	2023	2022	2021	2020	2019
Maíz	469	354	417	455	395	330
Residuos y subproductos de soja	216	180	159	189	78	66
Aceite de soja	178	196	244	179	76	22
Carne bovina, deshuesada, fresca o refrigerada	162	138	171	217	182	177
Aceite de girasol	133	125	143	136	86	83
Azúcar de caña	99	23	63	67	23	24
Alimentos para animales domésticos	77	86	92	86	40	34
Otros aceites	56	48	125	98	119	152
Arroz no parbolizado semiblanqueado o blanqueado, pulido o glaseado	42	29	37	34	35	33
Quesos Pasta Semidura	40	38	53	31	26	16
Malta sin tostar, entera o partida	37	30	28	32	24	23
Preparaciones de papa congelada	32	28	22	13	5	11
Queso Mozarella	30	28	26	26	12	11
Poroto de soja	29	14	32	36	29	20
Trigo en grano	24	37	208	237	66	93
Otros (458)	524	516	597	521	425	369
TOTAL	2.146	1.871	2.418	2.356	1.619	1.464

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base INDEC

Producto	Variación % del valor					
	2024	2023	2022	2021	2020	2019
Maíz	33%	-15%	-8%	15%	20%	--
Residuos y subproductos de soja	20%	13%	-16%	141%	18%	--
Aceite de soja	-9%	-20%	37%	136%	241%	--
Carne bovina, deshuesada, fresca o refrigerada	17%	-19%	-21%	19%	3%	--
Aceite de girasol	6%	-12%	5%	58%	3%	--
Azúcar de caña	326%	-63%	-5%	196%	-6%	--
Alimentos para animales domésticos	-10%	-7%	7%	116%	19%	--
Otros aceites	15%	-61%	28%	-18%	-22%	--
Arroz no parbolizado semiblanqueado o blanqueado, pulido o glaseado	42%	-21%	7%	-1%	4%	--

Quesos Pasta Semidura	6%	-29%	74%	19%	63%	--
Malta sin tostar, entera o partida	21%	8%	-10%	33%	3%	--
Preparaciones de papa congelada	16%	27%	64%	176%	-56%	--
Queso Mozarella	6%	7%	0%	118%	4%	--
Poroto de soja	98%	-55%	-11%	26%	46%	--
Trigo en grano	-34%	-82%	-12%	257%	-29%	--
Otros (458)	2%	-14%	15%	23%	15%	--
TOTAL	15%	-23%	3%	45%	11%	--

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base INDEC

Producto	Volumen (Toneladas)					
	2024	2023	2022	2021	2020	2019
Maíz	2.326.942	1.381.979	1.633.535	1.977.336	2.437.359	2.022.117
Residuos y subproductos de soja	558.143	369.567	332.317	460.435	228.881	211.683
Aceite de soja	152.547	149.713	144.756	135.238	84.679	27.290
Carne bovina, deshuesada, fresca o refrigerada	23.883	19.022	22.975	33.027	32.290	30.080
Aceite de girasol	121.982	102.052	77.889	95.589	92.980	94.952
Azúcar de caña	179.361	44.548	138.130	170.495	69.508	79.060
Alimentos para animales domésticos	71.551	75.126	78.173	82.806	50.096	37.285
Otros aceites	92.346	54.477	91.331	85.133	148.263	193.221
Arroz no parbolizado semiblanqueado o blanqueado, pulido o glaseado	60.959	58.317	81.921	71.545	80.620	90.644
Quesos Pasta Semidura	9.554	8.996	11.940	8.326	7.780	4.741
Malta sin tostar, entera o partida	59.896	44.461	45.926	60.548	51.454	46.710
Preparaciones de papa congelada	19.501	18.938	19.900	14.965	5.646	12.327
Queso Mozarella	6.886	6.483	5.995	6.927	3.608	3.373
Poroto de soja	67.430	24.956	58.313	76.094	78.286	58.767
Trigo en grano	98.797	102.914	649.515	910.135	328.002	429.952
Otros (458)	680.401	647.175	849.312	816.438	591.045	472.579
TOTAL	4.530.179	3.108.724	4.241.926	5.005.037	4.290.497	3.814.782

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base INDEC

Producto	Variación % del volumen					
	2024	2023	2022	2021	2020	2019
Maíz	68%	-15%	-17%	-19%	21%	--
Residuos y subproductos de soja	51%	11%	-28%	101%	8%	--
Aceite de soja	2%	3%	7%	60%	210%	--
Carne bovina, deshuesada, fresca o refrigerada	26%	-17%	-30%	2%	7%	--

Aceite de girasol	20%	31%	-19%	3%	-2%	--
Azúcar de caña	303%	-68%	-19%	145%	-12%	--
Alimentos para animales domésticos	-5%	-4%	-6%	65%	34%	--
Otros aceites	70%	-40%	7%	-43%	-23%	--
Arroz no parbolizado semiblanqueado o blanqueado, pulido o glaseado	5%	-29%	15%	-11%	-11%	--
Quesos Pasta Semidura	6%	-25%	43%	7%	64%	--
Malta sin tostar, entera o partida	35%	-3%	-24%	18%	10%	--
Preparaciones de papa congelada	3%	-5%	33%	165%	-54%	--
Queso Mozarella	6%	8%	-13%	92%	7%	--
Poroto de soja	170%	-57%	-23%	-3%	33%	--
Trigo en grano	-4%	-84%	-29%	177%	-24%	--
Otros (458)	5%	-24%	4%	38%	25%	--
TOTAL	46%	-27%	-15%	17%	12%	--

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base INDEC

Los siguientes productos tuvieron una variación positiva, considerando el valor exportado, expresado en %, durante el 2024 respecto de 2023:

Producto	2024
Azúcar de caña	326%
Poroto de soja	98%
Arroz no parbolizado semiblanqueado o blanqueado, pulido o glaseado	42%
Maíz	33%
Malta sin tostar, entera o partida	21%
Residuos y subproductos de soja	20%
Carne bovina, deshuesada, fresca o refrigerada	17%
Preparaciones de papa congelada	16%
Otros aceites	15%
Quesos Pasta Semidura	6%
Aceite de girasol	6%
Queso Mozarella	6%

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base INDEC

Análisis de los productos participantes de la Misión

Argentina exporta a Chile

AÑO 2024		Exportaciones de Argentina a Chile	
NCM	Descripción	Monto FOB en u\$s	Peso Neto (Ton.)
10059010	Maíz en grano, excluido para siembra	468.779.355	2.327.194
15079011	Aceite de soja refinado, en envases <= a 5 l.	168.517.145	142.654
0201	Carne bovina, deshuesada, fresca o refrigerada	162.644.693	23.996
1701	Azúcar de caña o remolacha y sacarosa químicamente pura ncop.	98.990.093	180.083
23091000	Alimentos p/perros o gatos, acondicionados p/venta por menor	77.436.443	71.601
15121911	Aceite de girasol refinado, en envases <= a 5 l.	53.963.049	43.494
15121919	Aceite de girasol ncop.	46.681.622	42.176
15092000	Aceite de oliva virgen extra	22.329.581	2.956
19021900	Pastas alimenticias excluidas c/huevo, s/cocer ni rellenar	18.957.730	24.513
12024200	Maníes sin cáscara, incluso quebrantados	15.568.702	9.871
11010010	Harina de trigo	14.776.761	38.879
20081100	Maníes preparados o conservados en formas ncop.	14.674.880	7.019
11042300	Granos perlados o tritutados de maíz	14.213.702	64.502
1905	Productos de panadería, pastelería o galletería, ncop.	11.901.924	3.931
09030090	Yerba mate excluida simplemente canchada	9.019.172	3.651
23099090	Preparaciones p/alimentación de animales, ncop.	8.526.464	17.559
21061000	Concentrados de proteínas y sustancias proteicas texturadas	6.579.723	8.016
04051000	Manteca	5.440.848	1.070
04012010	Leche UHT, c/contenido de materias grasas > al 1%, <= al 6%	4.717.043	6.766
07132090	Garbanzos secos desvainados excluidas p/siembra	4.232.106	5.410
21050010	Helados incluso c/cacao, en envases <= a 2kg.	3.365.728	1.324
23025000	Salvados, moyuelos y residuos de leguminosas	3.146.289	27.939
19019020	Dulce de leche	3.038.190	1.474
21050090	Helados incluso c/cacao, en envases > a 2 kg.	2.469.381	1.531
21039011	Mayonesa en envases <= a 1kg.	2.272.216	1.390
04022110	Leche entera, en polvo, gránulos o similares, s/azucarar, c/contenido de materias grasas > al 1, 5%	2.127.871	586
07133319	Porotos comunes negros secos desvainados excluidos p/siembra	2.003.481	2.916
19022000	Pastas alimenticias rellenas, incluso cocidas	1.316.707	593
07134090	Lentejas secas desvainadas excluidas p/siembra	1.263.362	1.453
07131090	Arvejas secas desvainadas excluidas p/siembra	1.061.141	1.879

22029900	Bebidas no alcohólicas excluida todo tipo de agua, suplementos dietarios, preparaciones alimenticias para propósitos médicos específicos, etc	1.010.742	1.548
20093900	Jugos de agrios(citrus)s/fermentar y s/adición de alcohol, excluidos naranjas, pomelos o toronja	905.379	695
12141000	Harina y 'pellets' de alfalfa	845.693	5.076
19012000	Mezclas y pastas p/preparación de productos de panadería, pastelería o galletería de la partida 1905	732.185	354
19041000	Productos a base de cereales, inflados o tostados	462.555	178
23099010	Preparaciones alimenticias p/animales c/elementos nutritivos balanceado (piensos compuestos completos)	435.479	691
10083090	Alpiste excluido p/siembra	375.700	877
19059010	Pan de sándwich o de molde	374.500	87
22021000	Agua incluida mineral y gasificada, azucarada, edulcorada o aromatizada	200.947	532
19054000	Pan tostado y productos similares tostados	195.432	232
'07133190	Porotos de las especies Vigna mungo o radiata secos desvainados excluidos p/siembra	140.359	220
22085000	'Gin' y Ginebra	138.728	70
19052010	Pan dulce	92.386	29
'09023000	Té negro en envases inmediatos <= a 3 kg.	78.937	18
21039099	Preparaciones p/salsas y salsas preparadas ncop., en envases > a 1kg.	23.175	88
'09021000	Té verde(s/fermentar) presentado en envases inmediatos <= a 3 kg.	23.168	1
10082910	Mijo perla (Pennisetum glaucum) excluido p/siembra	19.040	66
11022000	Harina de maíz	s	s
11031300	Grañones y sémola de maíz	s	s
21031010	Salsa de soja en envases <= a 1kg.	s	s
19012010	Masa para la preparación de pan, sin adición de granos o semillas integrales, congelada	s	s
19021100	Pastas alimenticias c/huevo, s/cocer ni rellenar,	s	s
19023000	Pastas alimenticias, ncop.	s	s
19052090	Pan de especias excluido pan dulce	s	s
15079019	Aceite de soja refinado, excluido en envases <= a 5 l.	s	s
23023090	Salvados y residuos de trigo excluidos moyuelos	s	s
21031010	Salsa de soja en envases <= a 1kg.	s	s
15094000	Otros aceites de oliva vírgenes	s	s
15099090	Aceite de oliva ncop.		

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base INDEC

Si el resultado de una consulta arroja un símbolo “s” en uno o más períodos, indica que registra movimiento, pero el número de operadores es insuficiente para mostrar el valor de la operación. En este caso, esa transacción es parte del código “99999999” y su descripción es: “Confidencial”.

Si el producto participante de la misión comercial no aparece en el cuadro precedente significa que no se registraron movimientos para el período 2024.

Chile le compra al mundo

Importaciones de Chile		
NCM	Monto CIF en u\$s	Principales Proveedores
10059010	610112000	Argentina (85%), Paraguay (11%), Uruguay (2%)
15079011	206424000	Argentina (93%), Bolivia (5%), Brasil (1%), EEUU (1%)
ˆ0201	1261666000	Paraguay (46%), Brasil (35%), Argentina (13%), EEUU (3%), Uruguay (2%)
1701	380255000	Argentina (29%), Guatemala (24%), Brasil (23%), Colombia (18%)
23091000	265179000	Argentina (32%), Brasil (16%), EEUU (14%), España (12%), Rep.Checa (5%), Alemania (5%)
15121911	108439000	Argentina (93%), Bolivia (6%), España (1%)
15121919	108439000	Argentina (93%), Bolivia (6%), España (1%)
15092000	43969000	Argentina (52%), España (30%), Portugal (13%), Italia (4%)
19021900	53512000	Argentina (42%), Perú (27%), Turquía (15%), Italia (8%)
12024200	17135000	Argentina (93%), Brasil (5%), EEUU (1%)
11010010	8881000	Zona Franca (43%), Argentina (39%), Turquía (10%), Italia (6%)
20081100	23641000	Argentina (65%), Brasil (18%), Mexico (9%), Paraguay (2%)
11042300	19302000	Argentina (98%), Brasil (1%)
1905	191936000	Perú (16%), España (14%), Argentina (13%), Brasil (8%), Alemania (8%), EEUU (6%), Mexico (4%)
ˆ09030090	11886000	Argentina (78%), Brasil (18%), Paraguay (3%)
23099090	199151000	Brasil (24%), EEUU(19%), Reino Unido (12%), Países Bajos (10%), Francia (6%), Argentina (6%), China (4%), Alemania (4%)
21061000	128524000	Brasil (72%), China (11%), Argentina (6%), EEUU (5%)
ˆ04051000	18753000	Nueva Zelanda (41%), Argentina (30%), Uruguay (20%), Brasil (4%)
ˆ04012010	5001000	Argentina (98%), Uruguay (1%)
ˆ07132090	6197000	Argentina (90%), Canada (8%), México (2%)
21050010	14951000	EEUU (42%), Argentina (41%), Francia (6%), España (4%), México (2%)
23025000	2643000	Argentina (100%)
19019020	62929000	Polonia (28%), Canadá (12%), Argentina (11%), Lituania (10%), Alemania (4%), Singapu (4%), Uruguay (4%), Bélgica (4%)
21050090	14951000	EEUU (42%), Argentina (41%), Francia (6%), España (4%), México (2%)
21039011	76684000	EEUU (63%), Perú (8%), México (7%), Uruguay (7%), China (3%), Argentina (3%) e Italia (2%)
04022110	14808000	Uruguay (67%), Nueva Zelanda (15%), Argentina (13%), Estados Unidos (3%), Francia (1%)
ˆ07133319	14685000	Argentina (51%), Canadá (22%), EEUU (12%), Brasil (5%)
19022000	7501000	Italia (34%), Brasil (20%), Argentina (20%), China (17%), Uruguay (3%)
ˆ07134090	24434000	Canadá (89%), Argentina (6%), EEUU (4%)
ˆ07131090	3567000	Argentina (36%), EEUU (28%), Canadá (23%), Países Bajos (3%), Irán (2%)
22029900	25849000	Corea (12%), Brasil (11%), EEUU (11%), China (11%), Vietnam (9%), Italia (9%), México (8%), Colombia (5%), Argentina (4%), Reino Unido (4%)
20093900	1780000	Argentina (57%), Perú (34%), España (5%), Brasil (3%)
12141000	1223000	Argentina (100%)

19012000	10167000	EEUU (30%) Brasil (19%) Uruguay (18%) Argentina (15%) Bélgica (10%) Francia (3%) Colombia (2%)
19041000	12143000	Colombia (38%), China (16%), Perú (16%), España (7%), México (7%), EEUU (3%), Argentina (3%)
23099010	199151000	Brasil (24%) EEUU (19%) Reino Unido (12%) Países Bajos (10%) Francia (6%) Argentina (6%) China (4%)
10083090	1620000	Canadá (67%), Argentina (33%)
19059010	93320000	España (19%), Argentina (15%), Perú (10%), EEUU (9%), Alemania (6%), Francia (6%), Brasil (5%), China (5%), Bélgica (5%)
22021000	110072000	Austria (70%), Polonia (14%), Suiza (7%), EEUU (2%)
19054000	2462000	España (31%), Portugal (27%), Brasil (13%), México (6%), China (5%), EEUU (4%), Argentina (1%)
07133190	444000	China (59%), Argentina (37%), Perú (3%)
22085000	9398000	Reino Unido (91%), España (2%), Argentina (2%)
19052010	683000	Brasil (61%), Perú (28%), Suecia (4%), Argentina (1%)
09023000	23210000	Sri Lanka (58%), Polonia (21%), Perú (13%), EEUU (4%), Argentina (0,3%)
21039099	76684000	EEUU (63%), Perú (8%), México (7%), Uruguay (7%), China (3%), Argentina (3%), e Italia (2%)
09021000	2094000	China (38%), EEUU (25%), Polonia (14%), Sri Lanka (10%), Argentina (1%)
10082910	300000	Argentina (86%), Canadá (11%), China (3%)
11022000	17000000	Colombia (76%), México (19%), Argentina (3%)
11031300	1190000	Argentina (95%), Brasil (4%), Italia (1%)
21031010	6293000	EEUU (48%), China (27%), Perú (14%), Brasil (5%), Japón (2%)
19012010	10167000	EEUU (30%) Brasil (19%) Uruguay (18%) Argentina (15%) Bélgica (10%) Francia (3%) Colombia (2%)
19021100	1740000	Uruguay (31%), Perú (23%), Italia (22%), Argentina (17%)
19023000	13387000	China (65%), Brasil (11%), Italia (5%), Corea (5%), Argentina (1%)
19052090	683000	Brasil (61%), Perú (28%), Suecia (4%), Argentina (1%)
15079019	206424000	Argentina (93%), Bolivia (5%), Brasil (1%), EEUU(1%)
23023090	230000	Argentina (54%), Zona Franca (46%)
21031010	6293000	EEUU (48%), China (27%), Perú (14%), Brasil (5%), Japón (2%)
15094000	79000	Perú (100%)
15099090	3402000	Argentina (92%), Perú (7%), España (1%)

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base a Trademap



Informe Preferia Espacio Food & Service República de Chile

Acuerdos Comerciales

A través del ACE 35, todos los productos agrícolas argentinos acceden al mercado chileno con arancel del 0%. El proceso de integración económica entre Argentina y Chile, comenzó en 1995, y alcanzó el libre comercio en 2014.

Chile impone a algunos productos agrícolas un Sistema de Banda de Precio –SBP. Cuando éste sistema se activa, se aplica al producto agrícola un derecho variable, pero los productos originarios de nuestro país están exentos de la aplicación del Sistema de Banda de Precios por ser productos originarios del MCS (MERCOSUR).

Los productos sujetos al SBP chileno son Trigo, Harina de trigo, Azúcar y Aceites comestibles.

A nivel bilateral se realizan reuniones periódicas de la “Comisión Binacional de Comercio, Inversiones y Relaciones Económicas entre Argentina y Chile”, instancia en la cual se tratan temas económicos y se proyectan agendas de trabajo con una visión estratégica de mediano y largo plazo.

Acuerdo Comercial entre la República Argentina y la República de Chile

Adicionalmente en noviembre de 2017, se firmó Acuerdo Comercial entre la República Argentina y la República de Chile, con la intención de crear un mercado más abierto y de esa forma lograr un comercio bilateral seguro y predecible, tendiente a evitar distorsiones y barreras comerciales no arancelarias y otras medidas restrictivas en el comercio recíproco.

El objetivo general es profundizar y extender el marco jurídico bilateral del espacio económico ampliado establecido por el Acuerdo de Complementación Económica N°35, de conformidad con las disposiciones del presente Acuerdo.

En el capítulo específico de MEDIDAS SANITARIAS y FITOSANITARIAS en el que establece el compromiso de implementar el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la Organización Mundial de Comercio (MSF/OMC) y las Decisiones adoptadas en el marco del Comité de MSF/OMC.

Dentro de los principales puntos del Capítulo, se hace referencia a impulsar la equivalencia sanitaria y la cooperación técnica, para facilitar el comercio bilateral. Para tal efecto se acordó establecer un Comité MSF con reuniones anuales, con el objetivo de monitorear la implementación de este Capítulo.



Informe Preferia Espacio Food & Service República de Chile

Agenda bilateral Argentina Chile en negociación

Los organismos sanitarios mantienen un fluido ritmo de negociación entre ambos países.

Productos en negociación

- Carne equina
- Genética aviar – En pausa por falta de interés del sector privado.
- Genética de pequeños rumiantes (semen y embriones ovinos y caprinos) – En etapa avanzada.
- Genética bovina (semen y embriones)
- Semen equino – En etapa avanzada
- Hidrolizados de menudencias Aviaries, bovinas y porcinas
- Limón – En etapa avanzada
- Importación material de propagación cerezo
- Transito salmónidos desde Chile por territorio argentino libre de ISA.

Mercado Cerrado

- Carne Porcina
- Miel

Cooperación

1. Acuerdos vigentes entre Argentina y Chile

- 1.1. Memorando de Entendimiento entre el Ministerio de Agricultura de la República de Chile y el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la República Argentina sobre Cooperación Técnica en Agricultura, Ganadería, Forestación, Agroindustria y Desarrollo Rural.

Suscripto en Buenos Aires, 30/03/2011.

Objeto: Establecer un marco general de cooperación en los sectores de la agricultura, ganadería, agroindustria y forestal, incluyendo los aspectos relativos a la producción

primaria, la transformación, la comercialización y la innovación tecnológica, el desarrollo rural y la actividad forestal.

- 1.2. Memorandum de Entendimiento entre el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura de Chile y el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria de Argentina.

Fecha de suscripción: 30 de abril de 2018.

Objeto: Establecer un mecanismo de cooperación interinstitucional para facilitar las acciones que las Partes desarrollan en el ámbito de la acuicultura y del comercio bilateral de productos pesqueros y de la acuicultura.

2. Proyecto FOAR: Fortalecimiento de Capacidades técnicas para el manejo de *Drosophila Suzukii*

Resumen del proyecto: El presente proyecto busca fortalecer las capacidades técnicas del personal de Argentina y Chile, en relación a la planificación y ejecución de un programa de gestión integrada de *D. suzukii*, a efectos de apoyar y/o diseñar estrategias de intervención eficaces en pequeños productores de berries y/o frutas finas, mediante la combinación de herramientas, cuyo propósito es reducir los daños directos causados por la plaga en aquellas regiones del país en las que la mosca de alas manchadas causa un impacto relevante.

Instituciones ejecutoras: SENASA y el Servicio Agrícola Ganadero (SAG)

Objetivo del proyecto: Cooperar e intercambiar información sobre las estrategias y planes de trabajo implementados respecto a la plaga *Drosophila suzukii* (Mosca de Alas Manchadas) en ambos países.

Estado de situación: Se realizaron dos misiones. 1º Etapa: misión del 4 al 8/11/2024 a Chile, los técnicos del SENASA que viajaron son: Wilson Edwards y Marcela Elsa Schiappacassi. 2 Etapa: visita a Bariloche del 24 al 28/2/2025, los técnicos de la SAG que viajaron son: Ruth Castro y Marcela Loyola.

Actividades realizadas:

- Se realizaron reuniones con organismos de investigación y desarrollo, municipios y productores a fin de analizar y evaluar las estrategias de intervención para la gestión de la plaga y perspectivas a mediano/largo plazo en ambos países.
- En la misión a Chile se visitaron tres productores que permitieron ver en la práctica lo conversado en las reuniones y permitió también conocer en forma directa las opiniones de los productores y de la empresa Biofuturo en lo que hace al trampero, monitoreo y manejo integrado de la plaga. En la misión a la Argentina, se visitaron productores de frutas finas en diferentes localidades de la Comarca Andina lo que permitió conocer la situación en referencia a la plaga y las herramientas para la gestión de la plaga.

Restan tres etapas del proyecto que se encuentran planificadas para realizar en el 2025.

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional y SENASA

Acceso a mercado, comercialización y canales de distribución

El mercado

Santiago se configura como el más destacable centro de negocios de Chile. Solo la Región Metropolitana de Santiago concentra más de 8 millones de habitantes (aproximadamente el 40% de la población total del país). En otras regiones se localizan determinados sectores, tales como la minería en la región de Antofagasta y Calama o la pesca en el sur. También cabe recalcar la creciente importancia que van adquiriendo determinadas ciudades, como es el caso de Concepción, en la Región del Bío Bío, además del eje Valparaíso-Viña del Mar en la Región de Valparaíso. Respecto al nivel de vida, Chile es un país de grandes diferencias de renta y con una clase alta y media-alta muy reducida. Aunque el crecimiento de los últimos años ha reforzado la clase media, hay que señalar que ésta es relativamente reducida.

Importancia económica del país en su región

Chile es un país relativamente pequeño, en comparación con sus vecinos, con una población de, aproximadamente, 19,9 millones de habitantes y con una desigual distribución de la renta, lo que limita aún más el tamaño efectivo del mercado. Sin embargo, su crecimiento sostenido (aunque más moderado los últimos años), la transparencia de su legislación, su buen manejo macroeconómico y su apertura a otros mercados, lo convirtieron en uno de los países más dinámicos de la región. Esta confianza le ha convertido en un importante receptor de inversión extranjera, sobre todo en comparación con el pequeño tamaño de su mercado, aunque se ha visto condicionada por los altibajos sufridos por la cotización del cobre en los mercados internacionales. Según el último Informe Mundial de Inversiones elaborado por UNCTAD en 2024, las inversiones extranjeras en Chile aumentaron en 2023 un 25 % (lo que contrasta con la tendencia de la región, que presentó una caída del 2 %) debido, entre otros factores, al aumento de la inversión en los sectores de energía renovable y minería. La inversión chilena en el exterior, no obstante, disminuyó un 53 %, con países vecinos latinoamericanos, europeos y norteamericanos como principales destinos. De este modo, Chile desempeña un papel crucial en la inversión en Iberoamérica. Desde hace varios años las empresas chilenas están realizando importantes inversiones para ampliar su presencia en el extranjero, fundamentalmente en Perú, Brasil, Argentina y Colombia.

De hecho, dentro de la región, descontando Islas Vírgenes e Islas Caimán, Chile se sitúa entre los principales inversores en el exterior.

Si bien los precios siguen siendo un factor importante en las decisiones de compra, los consumidores también toman en cuenta la calidad, durabilidad, el servicio al cliente y la disponibilidad del servicio. Los chilenos perciben al consumo como una forma de gratificación y estatus social, es decir, no solamente para cubrir las necesidades diarias.

Asimismo, los estudios de mercado sugieren que los factores ambientales son cada vez más importantes al momento de escoger un producto. Además, el consumidor chileno tiene una alta conciencia de las calorías y nutrientes de los alimentos en virtud de la Ley de Etiquetado de

Alimentos (2016), que añadió al etiquetado alertas sobre “contenidos excesivos”. De hecho, el 36,5% de los chilenos admite que cambió su elección de comida tras el nuevo etiquetado. Siguiendo esta tendencia, por ejemplo, la cadena de Supermercado TOTTUS pregona en su sitio web la frase “Chile Prefiere Alimentos con Menos Sellos de Advertencia”.

Las tiendas de conveniencia son pequeños kioscos (incluyendo las estaciones de servicio) situados en puntos estratégicos de las ciudades, que ofrecen una gama limitada de productos como snacks, bebidas, leche, pan, frutas, yogures, golosinas, papa fritas, cervezas, etc., cuyas firmas son Oxxo Chile (de capitales mexicanos que en el año 2017 compraron la cadena Big John) y Ok Market.

Oxxo Chile: oxxo.cl/

Ok Market: okmarket.cl/

También están las multitiendas, que tienen como público objetivo los hogares con ingresos medios o bajos. A partir de 2016, Cencosud se concentró en los consumidores de ingresos elevados, mientras que Wal-Mart se orientó al desarrollo de tiendas de descuento. Este último ha tenido un fuerte crecimiento dado que los almacenes tradicionales de abarrotes (por ejemplo, las pequeñas tiendas de barrio) han tenido dificultades para competir contra los minoristas modernos a nivel de precio y oferta de productos.

En cuanto al consumo de frutas y verduras en Chile, una Encuesta Nacional de Salud publicada por el Ministerio de Salud señala que un 74% de los chilenos tienen obesidad, y solo un 15% de los chilenos consume frutas y verduras.

Canales de distribución

En Chile existe una fuerte concentración en la distribución comercial. En determinados sectores, unos pocos actores concentran un gran porcentaje de las ventas totales. Este es el caso de supermercados e hipermercados, grandes tiendas, establecimientos de hogar y construcción, y 10 cadenas de farmacias.

La idea general en relación con los canales de distribución en Chile es que, por competitividad, la comercialización de productos en el país se lleva a cabo a través de la importación directa, o la figura de un distribuidor; la figura del agente comercial casi no se encuentra.

Supermercados e hipermercados: Cuatro empresas concentran más del 50% de las ventas minoristas totales, estimadas en unos 31.800 millones de dólares al año. En concreto, según Diario

Financiero, en 2022, la mayor cuota de mercado, un 20%, correspondía a Walmart (supermercados Líder, Express y Superbodega aCuenta), seguido de Cencosud con un 17% (supermercados Jumbo y Santa Isabel), el 11% del mercado es para SMU (supermercado Unimarc, Alvi y Mayorista 10) y por último, Falabella (supermercados Tottus) acapara el 4,1% del mercado total.

Fuente: icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/CL/inicio

Sitios web de las principales cadenas de supermercados

Walmart Chile: walmartchile.cl/

Cencosud:

- Jumbo: jumbo.cl/
- Santa Isabel: santaisabel.cl/

SMU: unimarc.cl/

Tottus: tottus.falabella.com/tottus-cl

E-commerce

Desde la pandemia de la Covid-19, el e-commerce ha experimentado un gran crecimiento en Chile, convirtiéndose en el quinto mercado electrónico más grande de Latinoamérica. Pese al negativo contexto económico, ha conseguido adaptarse a los cambios de comportamiento de los diversos sectores del mercado. A finales de 2022 suponía un 13% de las ventas totales. Según la Cámara de Comercio de Santiago, se prevé un crecimiento de hasta el 10% en 2023, después de la caída del 8% que experimentó en 2022. El mercado de e-commerce en Chile en 2023, se prevé que cierre el año cerca de los 11.000 millones de dólares. Las categorías que más compran los chilenos online son vestuario, con un 47 %, calzado con el 30 %, alimentación con el 25% y tecnología con el 24%. Por último, respecto a los e-commerce con más visitas a la web, en el primer semestre de 2023, el orden es el siguiente: Mercado Libre (30,7 millones), Falabella (30,1 millones), Ripley (12,6 millones), Paris (11,8 millones), Líder (8,8 millones) y Yapo (5,8 millones). También hay otras grandes empresas, que presentan visitas en torno a los 4 millones como Amazon, Easy o Jumbo. No obstante, respecto al nivel de compras efectivas, según un reporte realizado por Kawesqar Lab, en 2021 Mercado Libre obtenía el quinto lugar del ranking con un 4% de las ventas online y un crecimiento del 66% respecto al año anterior, superando a Jumbo con un 3,7% de la cuota, y por detrás de otros retailers tradicionales como Falabella, líder del mercado con un 9%, Líder con un 5,8%, Paris con un 4,7% y Ripley con el 4,5%.

Fuente: icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/CL/inicio

Tendencias de consumo

Las consultoras que analizan la industria de alimentos a nivel global, han notado que el segmento que más crece, es el segmento de salud y bienestar.

Según un estudio denominado “Preferencias y Tendencias del Consumo de Alimentos en Chile”, realizado por la consultora Deloitte Touche Tohmatsu Limited en noviembre 2021 (contó con la participación de más de 1.000 personas, tomadores de decisión de compra de alimentos dentro del hogar, mayores de 18 años), en los últimos años el consumo ha evolucionado de manera acelerada y junto con él la cadena de valor de los alimentos se está transformando, impulsadas por los nuevos comportamientos y expectativas de los consumidores.

En la actualidad, los consumidores chilenos exhiben un nivel de conciencia y reflexión más elevado en relación con sus elecciones alimentarias. En este contexto, el perfil del comprador de alimentos en Chile se encuentra profundamente influenciado por las preferencias en materia de sostenibilidad, el compromiso con la protección del medio ambiente y la voluntad de contribuir al cambio. Es evidente que aquellos productores que adopten una comunicación activa respecto a sus prácticas sostenibles obtendrán una preferencia más rápida por parte de estos consumidores.

Por otro lado, los consumidores chilenos están más abiertos a probar nuevos alimentos y recetas de diferentes culturas. Existe una tendencia hacia la diversificación de la dieta y la incorporación de ingredientes y platos internacionales en la alimentación cotidiana.

Los consumidores valoran la transparencia en la información sobre los alimentos, incluyendo etiquetados claros que proporcionen detalles sobre los ingredientes, el origen y los valores nutricionales de los productos. Estas tendencias están moldeando el mercado alimentario chileno y están impulsando a los productores y comerciantes a adaptarse a las nuevas demandas y preferencias de los consumidores.

Las tendencias de consumo de alimentos en Chile han evolucionado significativamente en los últimos años, impulsadas por varios factores clave:

1. **Preferencias de los consumidores:** Los consumidores chilenos están cada vez más interesados en productos frescos y saludables. Hay una creciente demanda por alimentos orgánicos y libres de aditivos¹.
2. **Tecnología y datos:** La tecnología está jugando un papel crucial en la transformación del consumo de alimentos. Las plataformas de entrega a domicilio y las aplicaciones de compra en línea han aumentado su popularidad, facilitando el acceso a una variedad de productos¹.
3. **Sustentabilidad:** Existe una mayor conciencia sobre el impacto ambiental de los alimentos. Los consumidores prefieren productos con empaques reciclables y prácticas de producción sostenibles².
4. **Seguridad alimentaria:** La pandemia de COVID-19 ha reforzado la importancia de la seguridad e inocuidad de los alimentos. Los consumidores buscan productos que garanticen altos estándares de higiene y calidad³.
5. **Desperdicio de alimentos:** La gestión de los desperdicios de alimentos es un tema importante. Hay iniciativas para reducir el desperdicio a través de mejores prácticas de producción y consumo¹.

Fuentes: deloitte.com | thetop.cl³ radioagricultura.cl⁴ minsal.cl

Oportunidades:

Las plantas y las flores están cada vez más presentes en alimentos y bebidas.

Los vegetales se han transformado en grandes protagonistas en la industria de alimentos. Desde el año 2011 el número de lanzamientos al mercado en base a ingredientes vegetales ha aumentado casi 7 veces. Las categorías que han experimentado mayor crecimiento son las bebidas a base de vegetales (bebida a base de almendras, arroz) que se combinan para realizar diferentes preparaciones.

Los sabores auténticos de las culturas del mundo se han vuelto sumamente populares entre los consumidores que cada día buscan nuevas experiencias a través de los alimentos. Ingredientes de la cocina india, thai o mexicana son ejemplos de sabores que hoy florecen en el mercado. Cada día aparecen más productos que apuntan a ocasiones específicas del día de los consumidores. Ejemplo de esto son los infinitos snacks pensados para consumir “on the-go” (sin necesidad de hacer una pausa de las actividades, trabajando, viajando, etc.), Smoothies o yogurts que incorporan ingredientes energéticos.

La agricultura orgánica –que también plantea fuertes problemas en la sustentabilidad de su producción– ganan cada vez más adeptos, incluso cuando continúan siendo un mercado aún de nicho.

Requisitos de acceso

Guía informativa para la exportación de alimentos y bebidas

ÍNDICE

Introducción.....	24
Guía informativa para la exportación de alimentos y bebidas	25
1. Organismos aduaneros intervinientes en el proceso de exportación.....	26
2. Requisitos sanitarios y fitosanitarios	28
3. Etiquetado y rotulado.....	29
4. Organismos involucrados	31

Introducción

La exportación de productos es un componente crucial para el crecimiento económico de cualquier empresa y país. La posibilidad de expandir los mercados más allá de las fronteras nacionales abre nuevas oportunidades de negocio y permite alcanzar un nivel superior de competitividad en el escenario global.

Sin embargo, para muchas empresas, especialmente las pequeñas y medianas (PYMES), el proceso de exportación puede resultar abrumador y lleno de desafíos desconocidos.

Este documento tiene como objetivo proporcionar información clara y práctica, con el apoyo de enlaces de ruta a sitios webs útiles y de interés, para ayudar a las empresas a comenzar a navegar por el complejo mundo de la exportación.

A lo largo de estas páginas, encontrarán información valiosa, consejos prácticos y recursos útiles para hacer que su viaje hacia la exportación sea lo más fluido y exitoso posible.

Ya sea que esté considerando la exportación por primera vez o buscando mejorar sus operaciones existentes, esta guía está diseñada para ser una herramienta indispensable para cualquier empresa o productor que aspire a alcanzar nuevos horizontes y aprovechar al máximo las oportunidades globales que el comercio internacional ofrece.

Guía informativa para la exportación de alimentos y bebidas

En el ámbito de la exportación de alimentos y bebidas, el entendimiento sólido de los principios básicos y la búsqueda de asesoramiento especializado son elementos fundamentales para alcanzar el éxito. Tanto las pequeñas y medianas empresas (PYMES) como los productores individuales tienen la oportunidad de mejorar su preparación para este desafío, asegurando así una entrada exitosa en el mercado internacional.

Para aquellos que aspiran a iniciar un proceso de exportación, es esencial contar previamente con una serie de conocimientos básicos. A continuación, se presenta una lista de puntos importantes que deberían ser considerados:

- **Investigación de mercado:** Antes de comenzar el proceso de exportación, es indispensable realizar una investigación exhaustiva de los mercados objetivo. Esto implica comprender en detalle las preferencias del consumidor, las regulaciones locales, el panorama competitivo y las tendencias del mercado en los países de interés para la exportación.
- **Certificaciones y regulaciones:** Es imperativo adquirir un conocimiento profundo de los requisitos de certificación y las regulaciones alimentarias, tanto en el país de origen como en los mercados de destino. Esto incluye comprender en detalle certificaciones de seguridad alimentaria, etiquetado nutricional, así como las regulaciones de importación y exportación pertinentes para garantizar el cumplimiento normativo integral.
- **Logística y cadena de suministro:** Poseer un entendimiento profundo de la logística internacional y la gestión de la cadena de suministro es fundamental. Esto abarca desde la selección del embalaje adecuado hasta el transporte, almacenamiento y gestión eficiente del inventario, con el fin de asegurar que los productos sean entregados de manera puntual y en óptimas condiciones a los mercados correspondientes.
- **Incoterms:** Es de vital importancia adquirir un conocimiento detallado acerca de los Incoterms (Términos Internacionales de Comercio) para comprender las responsabilidades y los costos asociados con la entrega de productos en transacciones comerciales a nivel internacional.
- **Cultura empresarial y etiqueta:** Contar con un entendimiento fundamentado sobre la cultura empresarial y la etiqueta comercial en los mercados de destino es indispensable para forjar relaciones comerciales exitosas y evitar posibles malentendidos culturales.
- **Asociaciones y apoyo gubernamental:** Explorar oportunidades de asociación con entidades gubernamentales, cámaras de comercio, asociaciones comerciales y otros actores clave puede proporcionar un respaldo estratégico y recursos adicionales, facilitando así el camino hacia la exportación de manera más eficaz y sostenible.
- **Marketing internacional:** La concepción y ejecución de una estrategia de marketing internacional, adaptada detalladamente a los mercados de destino, es un pilar fundamental. Esto puede incluir desde la adaptación del embalaje y etiquetado hasta la participación en ferias comerciales internacionales, misiones comerciales y la implementación de herramientas de marketing digital efectivas.

- **Gestión financiera:** Comprender de manera integral los aspectos financieros inherentes a la exportación, como los costos asociados, la gestión de divisas, los términos de pago y las opciones de financiamiento comercial, es esencial para garantizar la rentabilidad y la sostenibilidad financiera de las operaciones de exportación.

Organismos aduaneros intervinientes en el proceso de importación

En Chile, el Ministerio de Salud (MINSAL) es el encargado de fiscalizar y supervisar

la actividad de la industria alimentaria. Actualmente el Reglamento Sanitario de los Alimentos (RSA), es uno de los principales instrumentos para proteger la salud y nutrición de la población y así garantizar el suministro de alimentos sanos e inocuos. El reglamento tiene el objetivo de establecer condiciones sanitarias de un producto alimenticio, en relación a la producción, importación, elaboración, envase, almacenamiento, distribución y venta para consumo humano.

Más información:

- Inocuidad de los alimentos
- Reglamento Sanitario de los Alimentos

El PRSP proporciona directrices técnicas para el cumplimiento de metas de fiscalización a diversas regiones del país. La Autoridad Sanitaria Regional (ASR) o Secretaría Regional Ministerial (SEREMI) de Salud están facultadas legalmente para garantizar la inocuidad de los alimentos consumidos por la población. En cuanto a los productos alimenticios importados, estos también están sujetos al control de la SEREMI.

Normas sobre importación

El proceso de importación de cualquier categoría de alimentos, conlleva la realización de dos procedimientos ante la Autoridad Sanitaria: Secretaría Regional Ministerial de Salud, SEREMI de Salud, Región Metropolitana:

- Certificado de Destinación Aduanera (CDA)
- Autorización de Uso y Disposición de Alimentos Importados

Ambas solicitudes pueden ser autorizadas o rechazadas, dependiendo si los productos que conforman la partida de importación, cumplen o no con los requerimientos o exigencias de la reglamentación sanitaria vigente.

- Procedimiento para importación de alimentos

Autorización de importación de Alimentos (uso y disposición):

- SEREMI en Línea
- Trámite en línea
- Manual autoridad sanitaria digital Donde realizar el trámite presencial: AQUÍ

Certificado de destinación aduanera (CDA)

La resolución emitida por la Secretaría Regional Ministerial de Salud (SEREMI de Salud), correspondiente al lugar en que se encuentra ubicada la Aduana por la cual ingresaron los productos,

otorga la autorización para el retiro y transporte de las mercancías desde los recintos aduaneros hasta la bodega o depósito debidamente autorizado para su almacenamiento. Esta resolución debe precisar la dirección de la bodega autorizada, la ruta a seguir y las condiciones del traslado de las mercancías. En la SEREMI de Salud Región Metropolitana, existen dos procedimientos disponibles para llevar a cabo esta gestión: trámite en línea y/o en las Oficinas de Atención de Usuario.

En cualquier de los casos es necesario contar con:

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

El importador asume una serie de obligaciones y responsabilidades que incluyen el traslado de los productos alimenticios a la bodega designada en el Certificado de Depósito Aduanero (CDA), así como la preservación de dichos productos en dicha bodega. Debe abstenerse de utilizarlos, consumirlos, venderlos, cederlos o disponer de ellos de cualquier manera antes de obtener la autorización correspondiente de uso y disposición por parte de la Secretaría Regional Ministerial de Salud (SEREMI de Salud) de la jurisdicción donde se localiza la bodega de destino. Esta solicitud debe ir acompañada de una copia del CDA.

Autorización de uso y disposición

La autorización de uso y disposición es otorgada a través de una resolución emitida por la SEREMI de Salud correspondiente a la jurisdicción donde se encuentra ubicada la bodega que almacena las mercancías. Esta resolución es un instrumento mediante el cual se autoriza o se niega al importador el uso, venta, consumo, cesión y disposición de los productos importados. Antes de emitir dicha autorización, la SEREMI procederá a inspeccionar y/o someter a análisis de laboratorio los productos con el fin de verificar su cumplimiento con la normativa sanitaria vigente.

Se requiere contar con la siguiente documentación:

- Certificado de Destinación Aduanera.
- Copia de Factura de Compra.
- Copia de Resolución Sanitaria de la Bodega o Depósito autorizado.
- Certificado Sanitario del país de origen del producto, válido para cada partida de importación.
- Certificado de libre venta de los productos.
- Ficha Técnica emitida por el fabricante del producto en español, para los productos importados por primera vez al país o con cambio de formulación respecto a los importados previamente.
- Rótulo o proyecto de rotulación con el formato que permita dar cumplimiento a lo dispuesto en el Reglamento Sanitario de los Alimentos (Decreto 977/96 Minsal).

Sistema de Autoridad Sanitaria Digital - Plataforma digital:

Registrarse e ingresar con su clave. Seleccionar: Comercio Exterior y luego Autorización de Uso y Disposición.

- Trámites de alimentos

Procedimiento técnico

- Trámite directo sin inspección: la Autoridad Sanitaria de la jurisdicción donde se encuentra la bodega de destino resuelve emitir la Resolución de autorización sin mediar inspección del producto.
- Trámite con inspección sin toma de muestra: Se inspecciona el producto en su lugar de almacenaje, para verificar: Identificación incluyendo el CDA, características físicas al momento de la inspección, rótulo, condiciones de estiba, inspección de los registros de temperatura y medición de la temperatura del producto, cuando corresponda. La Autoridad Sanitaria, puede proceder a la toma de muestra y su posterior análisis.
- Trámite con inspección con toma de muestra. Se toman muestras de la mercancía para ser analizada con respecto a los parámetros establecidos para el tipo de alimento que se trate.

Requisitos sanitarios

El Reglamento Sanitario de los Alimentos (RSA) establece las condiciones sanitarias a las que deberá ceñirse la producción, importación, elaboración, envase, almacenamiento, distribución y venta de alimentos para uso humano, con el objeto de proteger la salud y nutrición de la población y garantizar el suministro de alimentos sanos e inocuos.

Marco Legal

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 (DFL) N° 1, de 2005, del Ministerio de Salud.

Decreto Supremo (DS) N° 3, de 2010, del Ministerio de Salud.

Resolución exenta N° 473, de 2008, y sus modificaciones.

Decreto Supremo (DS) N° 16, de 1995, del Ministerio de Relaciones Exteriores.

Ley N° 19.799, de 2002, sobre documentos electrónicos, firma electrónica, entre otros.

Ley N° 19.880, de 2003, que establece la base de los procedimientos administrativos que rigen los actos de los órganos de la administración del Estado.

Requisitos de etiquetado/Rotulado

Ley de Etiquetado de Alimentos 20.060

La ley rige desde el 27 de junio de 2016, en virtud de las disposiciones establecidas en la modificación al Reglamento Sanitario de los Alimentos. Conforme a estas normativas, los envases o etiquetas de los productos alimenticios destinados al consumo humano (excluyendo aquellos destinados a animales) deben obligatoriamente incluir la lista de ingredientes, detallando todos

los aditivos presentes en orden decreciente de proporciones, así como proporcionar información nutricional. Además, se requiere la indicación de al menos los contenidos de energía, azúcares, sodio y grasas saturadas, y cualquier otro componente que el Ministerio determine.

Los fabricantes, productores, distribuidores e importadores de alimentos deben encargarse o velar por que la información requerida esté debidamente incluida en los envases de los productos alimenticios.

En este sentido, se prohíbe la adición de ingredientes o aditivos a los alimentos y comidas preparadas que puedan inducir a equívocos, representen un riesgo para la salud, den lugar a engaños o falsedades, o de alguna manera puedan generar una impresión errónea sobre la verdadera naturaleza, composición o calidad del alimento. Asimismo, está prohibido agregar ingredientes o aditivos en concentraciones que puedan resultar perjudiciales para la salud, de acuerdo con los lineamientos establecidos por el Ministerio de Salud.

La información que debe incluirse en los envases o etiquetas de los productos alimenticios, así como sus contenidos, formatos, dimensiones, mensajes, símbolos o ilustraciones, proporciones y otras características pertinentes, queda a cargo del Ministerio de Salud mediante el Reglamento Sanitario de los Alimentos. Además, esta normativa puede establecer límites en cuanto al contenido de energía y nutrientes.

En el ejercicio de sus atribuciones, la Autoridad Sanitaria está facultada para verificar mediante análisis propios la precisión de la información proporcionada en el etiquetado de los alimentos, sin perjuicio de su función de fiscalización.

Por otra parte, se estipula que en el envase o etiqueta de todo producto alimenticio comercializado en Chile que contenga entre sus ingredientes o haya sido elaborado con soja, leche, maní, huevo, mariscos, pescado, gluten o frutos secos, deberá obligatoriamente indicarse tal circunstancia.

Se prohíbe la distribución, venta, promoción y publicidad de alimentos con elevados niveles de calorías, grasas, grasas saturadas, azúcar y sal en los establecimientos educativos de preescolar, básica y media. Conforme a la reciente normativa, se impone la obligatoriedad de incluir un etiquetado frontal en todos los alimentos con alto contenido de calorías, azúcares, sodio y grasas saturadas. Esta medida requiere la colocación de una advertencia en la parte principal del envase, la cual informará sobre la elevada concentración de dichos nutrientes. Dicha advertencia se materializa mediante la impresión de un logotipo en forma de octágono, con fondo negro y letras blancas, acompañado de la leyenda “Alto en...”. Las dimensiones de este logotipo deben adecuarse al tamaño del envoltorio conforme a lo estipulado por la legislación vigente.

Con el propósito de brindar orientación acerca del correcto etiquetado nutricional de los alimentos, incluyendo la nueva rotulación de los símbolos de advertencia “ALTO EN” cuando sea necesario, así como otros temas relacionados con la producción y etiquetado de alimentos, se pone a disposición el Manual de Etiquetado Nutricional.

Ley de Alimentos: Manual de Etiquetado Nutricional

Ley de Alimentos. Límites de contenido de energía, sodio, azúcares totales y grasas saturadas en alimentos sólidos.



Fuente: Ministerio de Salud, Chile

Ley de Alimentos. Límites de contenido de energía, sodio, azúcares totales y grasas saturadas en alimentos líquidos

Fuente: Ministerio de Salud, Chile

Ley de Alimentos – Nuevo etiquetado de alimentos



Sellos “ALTO EN”, con los que se deben rotular cuando el alimento supere los límites establecidos para calorías, azúcares totales, sodio y grasas saturadas.



Fuente: Ministerio de Salud, Chile

- Normativa
- Manuales gráficos
- Informe sobre evaluaciones de la ley N° 20.606 sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad

Alimentos libres de gluten

Un producto alimenticio certificado como libre de gluten, según las regulaciones argentinas puede ser puesto a la venta en Chile, bajo la condición

de que cumpla con el umbral crítico establecido por la normativa chilena, el cual fija un límite de gluten inferior a 3 partes por millón (ppm). Esta condición debe ser respaldada por un certificado de análisis de gluten o prolaminas, que puede ser emitido tanto en el país de origen del producto como en Chile.

Más información en: Fundación Convivir

Organismo involucrado

- Secretarías Regionales Ministeriales de Salud (Chile)
minsal.cl/secretarias-regionales-ministeriales-de-salud/

Informe Preferia Espacio Food & Service República de Chile

Anexo

Información útil

Embajada en Chile	
Embajador	Jorge Marcelo Faurie
Dirección	Miraflores N° 285, Santiago Centro.
Código postal	8320188
Ciudad	Santiago
Correo electrónico	ehile@mrecic.gov.ar
Teléfono	+562582 2500
Celular de guardia	+56-9-9333 0101
Sitio Web	ehile.cancilleria.gob.ar
Redes sociales	twitter.com/EmbArgEnChile facebook.com/EmbArgentinaEnChile instagram.com/embargenchile/
Sección Económica y Comercial	
Titular	Maximiliano G. Gianmichelli
Posición	Jefa de Sección Económica y Comercial
Teléfono	+56 2 2582 2505/35/37
Correo electrónico	secom_ehile@mrecic.gov.ar
Consulado general	
Titular	Patricia Noemí Salomone
Posición	Cónsul General
Dirección	Vicuña Mackenna 41, Santiago
Teléfono	00 562 2582 2606 00 562 2582 2607 00 562 2582 2608 00 562 2582 2609
Correo electrónico	csigo@mrecic.gov.ar
Celular de Guardia	(56-9) 95336170
Sitio Web	csigo.mrecic.gov.ar

