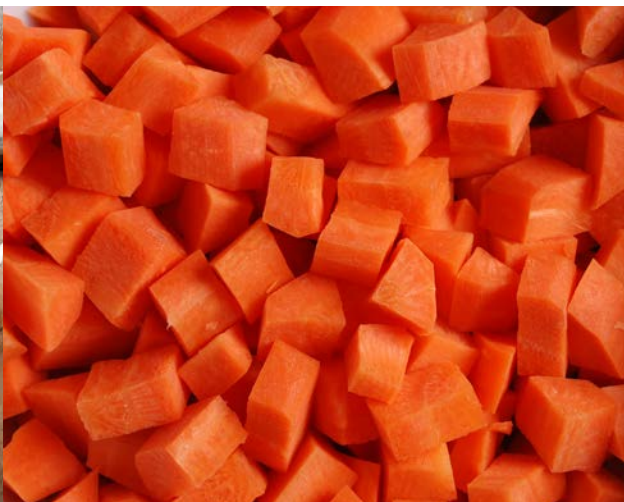


# SERIE ESTUDIOS PARA LA INNOVACIÓN FIA

## OPORTUNIDADES DE MERCADO, PRODUCTIVAS Y TECNOLÓGICAS PARA AMPLIAR Y DIVERSIFICAR LA OFERTA EXPORTABLE DE HORTALIZAS FRESCAS Y CON MÍNIMO PROCESO



Fundación para la  
Innovación Agraria  
MINISTERIO DE AGRICULTURA









---

**Serie Estudios para la Innovación FIA**  
**Oportunidades de mercado, productivas y tecnológicas para ampliar y diversificar la oferta exportable de hortalizas frescas y con mínimo proceso**

---

Esta investigación fue encargada por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA). Los comentarios y conclusiones emitidos en este documento no representan necesariamente la opinión de la institución contratante.

Fundación para la Innovación Agraria  
Santiago, Chile

Primera edición, agosto de 2017  
Registro de Propiedad Intelectual  
N° 273171  
ISBN N° 978-956-328-192-7


Equipo autores y editores:  
Biotecnología Agropecuaria S.A.:  
Rodrigo Navarro Silva  
Loreto Arancibia Flaneigs  
Implantaciones Exteriores:  
Eduardo Ubide Bosque

Supervisión técnica:  
Fundación para la Innovación Agraria:  
Rodrigo Gallardo Flores  
M<sup>a</sup> Soledad Hidalgo Guerra  
Paulina Erdmann Fuentes  
Francisca Fresno Rivas

Diseño Gráfico:  
Paula Jaramillo

Impresión: Barclau  
N° de ejemplares: 200

Permitida su reproducción parcial o total  
citando la fuente.



**SERIE ESTUDIOS PARA LA INNOVACIÓN FIA**  
OPORTUNIDADES DE MERCADO, PRODUCTIVAS Y TECNOLÓGICAS  
PARA AMPLIAR Y DIVERSIFICAR LA OFERTA EXPORTABLE DE  
HORTALIZAS FRESCAS Y CON MÍNIMO PROCESO





## PRESENTACIÓN

La **Fundación para la Innovación Agraria (FIA)** es la agencia del Ministerio de Agricultura que tiene por misión fomentar una cultura de innovación en el sector agrario, agroalimentario y forestal, promoviendo y articulando iniciativas de innovación que contribuyan a mejorar las condiciones de vida de las agricultoras y agricultores, en todas las regiones del territorio nacional.

Uno de los elementos centrales de FIA es la focalización de su acción a través de Programas de Innovación en temas, rubros y territorios, que generan o potencian plataformas de colaboración público-privadas, tanto a nivel nacional, regional como local.

Los Programas de Innovación cuentan con una agenda clara que da cuenta de las prioridades específicas para fortalecer los procesos de innovación en el sector agrario, agroalimentario y forestal del país.

Como parte del trabajo desarrollado por los Programas de Innovación y en respuesta a los desafíos que enfrentan cada uno de ellos, FIA desarrolla estudios para difundir y transferir conocimiento e información prospectiva y estratégica a los distintos actores del sector, contribuyendo a dinamizar los procesos de innovación en los ámbitos productivos, de gestión, asociativos y de comercialización, principalmente para que tengan impacto en las unidades económicas de pequeña y mediana escala.

El presente estudio **“Oportunidades de mercado, productivas y tecnológicas para ampliar y diversificar la oferta exportable de hortalizas frescas y con mínimo proceso”** tiene por objeto analizar la factibilidad técnica y económica de ampliar y diversificar la exportación de hortalizas con foco en hortalizas frescas y/o con mínimo proceso.

La metodología utilizada consideró el levantamiento de información desde fuentes secundarias y primarias, combinó análisis de oportunidad a nivel de mercado global y mercado nacional, incorporó matrices de posición de productos en el mercado, identificó brechas y construyó matrices de decisión para identificar estrategias de mediano y largo plazo.

Una de las conclusiones que cabe destacar de este estudio es la gran cantidad de mercados de destino presentes actualmente en la exportación de hortalizas nacionales, y cuya materialización se realiza por contactos y oportunidades detectadas por los propios clientes, y básicamente orientadas al abastecimiento de contraestación.

El estudio entrega un análisis de los potenciales mercados de oportunidad donde Chile puede ser competitivo. Se presenta una estrategia en el corto, mediano y largo plazo para dotar al rubro hortícola de herramientas que le permita un mejor desarrollo, a partir de la definición de estrategias comerciales para satisfacer con mayor éxito las demandas de la población mundial.

Esperamos que este estudio sea la base y contribuya con información relevante para un futuro exportador de las hortalizas chilenas emulando, ¿porqué no? a la fruticultura de exportación.

**MA JOSÉ ETCHEGARAY ESPINOSA**

DIRECTORA EJECUTIVA

FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA (FIA)





# ÍNDICE

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>14</b>		
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>17</b>		
<b>SECCIÓN 1. MERCADO INTERNACIONAL DE HORTALIZAS FRESCAS Y CON MÍNIMO PROCESO</b>	<b>19</b>		
<b>1. ANÁLISIS DEL MERCADO INTERNACIONAL POR PRODUCTOS</b>	<b>20</b>		
1.1. Datos mundiales de producción por detalle de hortalizas	20		
1.2. Comercio internacional por grupos de productos	22		
<b>2. ANÁLISIS DEL MERCADO INTERNACIONAL POR PAÍSES</b>	<b>25</b>		
2.1 Datos mundiales de producción por países	25		
2.2 Flujos de importaciones y exportaciones de grupos de hortalizas por países	26		
2.2.1. Importación mundial de hortalizas por mercados	26		
2.2.2. Exportaciones de hortalizas por mercados a nivel mundial	29		
<b>3. ANÁLISIS CRUZADO DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS Y MERCADOS HORTICOLAS A NIVEL MUNDIAL</b>	<b>31</b>		
3.1 Los 5 principales productos y sus 10 primeros productores	31		
		3.2 Los 5 principales grupos de productos del comercio internacional y sus 10 importadores y exportadores más relevantes	35
		3.3 Tendencias entre los principales importadores y exportadores a nivel mundial	43
		<b>SECCIÓN 2. CLASIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LOS TIPOS DE MERCADO DE PRODUCTOS HORTÍCOLAS EN EL MUNDO</b>	<b>45</b>
		<b>1. IDENTIFICACIÓN DE LOS GRUPOS DE HORTALIZAS DE OPORTUNIDAD Y EMERGENTES</b>	<b>46</b>
		1.1. Tendencias de los grupos de hortalizas en el comercio internacional	46
		1.2. Descripción de los grupo hortícolas prioritarios y emergentes	49
		1.2.1. Grupos de hortalizas PRIORITARIOS	49
		1.2.2. Grupos de hortalizas EMERGENTES	53
		1.3. Identificación de productos hortícolas de interés o potencial en el comercio internacional	56
		<b>2. IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LOS MERCADOS PRIORITARIOS Y EMERGENTES EN LA IMPORTACIÓN DE HORTALIZAS</b>	<b>60</b>
		2.1. Descripción de los mercados IMPORTADORES de hortalizas: prioritarios y emergentes	64

# ÍNDICE

2.1.1. Mercados PRIORITARIOS	64	<b>SECCIÓN 4. ANÁLISIS COMPARATIVO DEL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL</b>	<b>95</b>
2.1.2. Mercados EMERGENTES	66		
2.2. Resumen de la relevancia de los mercados hortícolas importadores de interés mundial	71		
<b>SECCIÓN 3. ANÁLISIS DE ENTORNO DEL SECTOR HORTÍCOLA EN CHILE</b>	<b>73</b>	<b>1. ESCENARIO DE OPORTUNIDAD DE LAS HORTALIZAS FRESCAS Y CON MÍNIMO PROCESO EN EL MERCADO INTERNACIONAL</b>	<b>96</b>
<b>1. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES SILVOAGROPECUARIAS CHILENAS</b>	<b>74</b>	1.1. Mercado Latinoamericano	96
1.1. Acuerdos comerciales	74	1.2. Mercados internacionales con acuerdos comerciales vigentes	99
<b>2. BALANZA COMERCIAL DE HORTALIZAS</b>	<b>80</b>	1.3. Matriz de decisiones	100
2.1. Hortalizas frescas	80	1.3.1. Criterios de priorización utilizados	100
2.2. Hortalizas procesadas	81	1.3.2. Proveedores del producto para los mercados priorizados	103
<b>3. SITUACIÓN ACTUAL DE LA EXPORTACIÓN HORTÍCOLA EN CHILE Y PROYECCIONES EMPRESAS EXPORTADORAS</b>	<b>83</b>	1.3.3. Productos exportados a los destinos priorizados	104
3.1. Caracterización de la exportación hortícola nacional	83	1.4. Análisis y matriz de desición por producto y/o grupos de productos hortícolas	106
3.2. Búsqueda de nuevos mercados y/o productos para incorporar a las exportaciones	89	1.4.1. Grupo 70310 Cebollas y chalotes	107
3.2.1. Proyecciones a mediano plazo	89	1.4.2. Grupo 070320 Ajos: Orgánicos; Los demás	110
3.2.2. Nuevos mercados y/o productos	90	1.4.3. Grupo 070410 Coliflores y brócolis	113
		1.4.4. Grupo 070490 Los demás: Coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles similares del género Brassica, frescos o refrigerados	117

# ÍNDICE

1.4.5. Grupo 070519 Las demás: Lechugas (Lactuca sativa) y achicorias, comprendidas la escarola y la endibia (Cichorium spp.), frescas o refrigeradas	121
1.4.6. Grupo 070529 Las demás: Achicorias (Cichorium endibia), radicchios (Cichorium spp.)	124
1.4.7. Grupo 070610 Zanahorias y nabos	127
1.4.8. Grupo 070690 Los demás: Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifés, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados	129
1.4.9. Grupo 070700 Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados	132
1.4.10 Grupo 070920 Espárragos: Orgánicos, Los demás	136
1.4.11 Grupo 070951 Hongos del género Agaricus	139
1.4.12 Grupo 070991 Alcachofas (alcauciles)	141
1.4.13 Grupo 070992 Aceitunas	144
1.4.14 Grupo 071029 Las demás: Habas (Vicia faba)	147
1.4.15 Grupo 071159 Los demás: Hortalizas conservadas provisionalmente	150
1.4.16 Grupo 071290 Las demás hortalizas; mezclas de hortalizas	153

<b>2. PRINCIPALES DESTINOS SEGÚN VALOR UNITARIO DE COMPRA</b>	<b>156</b>
<b>SECCIÓN 5. CONCLUSIONES</b>	<b>166</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA</b>	<b>168</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>169</b>
Anexo 1. Mercado internacional de hortalizas frescas y con mínimo proceso	170
Anexo 2. Descripción del sistema armonizado	176
Anexo 3. Empresas nacionales exportadoras de hortalizas encuestadas	182

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>CUADRO 1.</b>	<b>50</b>	<b>CUADRO 6.</b>	<b>55</b>	<b>CUADRO 11.</b>	<b>101</b>
Importaciones de cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas		Importaciones de pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados (miles de USD)		Primera etapa de la matriz de decisiones diseñada para cada producto*	
<b>CUADRO 2.</b>	<b>51</b>	<b>CUADRO 7.</b>	<b>56</b>	<b>CUADRO 12.</b>	<b>103</b>
Importaciones de las demás hortalizas, frescas o refrigeradas (miles de USD)		Productos hortícolas de interés y/o con potencial, de acuerdo con importaciones.		Proveedores del producto código aduanero 070200, para los mercados priorizados	
<b>CUADRO 3.</b>	<b>53</b>	<b>CUADRO 8.</b>	<b>75</b>	<b>CUADRO 13.</b>	<b>104</b>
Importaciones de las hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas		Acuerdos comerciales vigentes que mantiene Chile		Productos agrícolas exportados desde Chile a los destinos priorizados en 2014	
<b>CUADRO 4.</b>	<b>54</b>	<b>CUADRO 9.</b>	<b>85</b>	<b>CUADRO 14.</b>	<b>105</b>
Importaciones de las coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, colinabos		Detalle de productos según el número de empresas que los exportan		Matriz de decisiones: condiciones de exportación para Japón en 2014	
<b>CUADRO 5.</b>	<b>55</b>	<b>CUADRO 10.</b>	<b>97</b>	<b>CUADRO 15.</b>	<b>158</b>
Importaciones de zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos		Relación entre productos (códigos aduaneros) y destinos en Latinoamérica		Países priorizados con mayores valores de compra en destino, acuerdo comercial	

**CUADRO 16.** **170**  
Producción mundial de hortalizas  
por productos (miles toneladas)

**CUADRO 17.** **171**  
Importaciones de hortalizas por  
grupos de productos (miles de USD)

**CUADRO 18.** **172**  
Producción mundial de hortalizas  
por mercado (miles toneladas)

**CUADRO 19.** **174**  
Importaciones de hortalizas por  
mercados (miles de USD)

**CUADRO 20.** **175**  
Exportaciones de hortalizas por  
mercados (miles de USD)



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO 1.</b>	<b>21</b>	<b>GRÁFICO 7.</b>	<b>81</b>	<b>GRÁFICO 13.</b>	<b>90</b>
Producción mundial de hortaliza por productos en 2012 (% del total)		Valor de exportaciones e importaciones de hortalizas frescas		Búsqueda de nuevos mercados y/o productos para incorporara a las exportaciones.	
<b>GRÁFICO 2.</b>	<b>23</b>	<b>GRÁFICO 8.</b>	<b>82</b>	<b>GRÁFICO 14.</b>	<b>91</b>
Importaciones de hortalizas a nivel mundial por grupos de productos (% del tota)		Volumen de exportaciones e importaciones de hortalizas procesadas		Búsqueda de nuevos mercado y/o nuevos productos para incorporar	
<b>GRÁFICO 3.</b>	<b>25</b>	<b>GRÁFICO 9.</b>	<b>82</b>	<b>GRÁFICO 15.</b>	<b>92</b>
Producción mundial de hortalizas por mercados en 2012 (% del total)		Valor de exportaciones e importaciones de hortalizas procesadas		Identificación de nuevos mercados a los que decaas ingresar (%).	
<b>GRÁFICO 4.</b>	<b>27</b>	<b>GRÁFICO 10.</b>	<b>84</b>	<b>GRÁFICO 16.</b>	<b>93</b>
Importación mundial de hortalizas por mercado en 2013 (% del total)		Distribución empresas exportadoras entrevistadas según código aduanero 2014.		Últimas incorporaciones de mercados a las exportaciones (%).	
<b>GRÁFICO 5.</b>	<b>29</b>	<b>GRÁFICO 11.</b>	<b>88</b>	<b>GRÁFICO 17.</b>	<b>94</b>
Exportación mundial de hortalizas por mercado en 2013 (% del total)		Orientación de las exportaciones (%)		Productos con que llegaron a los últimos mercados incorporados (%).	
<b>GRÁFICO 6.</b>	<b>80</b>	<b>GRÁFICO 12.</b>	<b>89</b>	<b>GRÁFICO 18.</b>	<b>157</b>
Volumen de exportaciones e importaciones de hortalizas frescas		Proyecciones a mediano plazo de las empresas exportadoras (%)		Países ubicados entre los 5 destinos con mayor valor de compra para productos	

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA 1.</b>	<b>18</b>	<b>FIGURA 6.</b>	<b>48</b>
Hoja de ruta metodológica para elaboración de matriz de decisiones		Grupos de productos de oportunidad y emergentes	
<b>FIGURA 2.</b>	<b>30</b>	<b>FIGURA 7.</b>	<b>61</b>
Países exportadores para el producto seleccionado en 2015		Matriz de posicionamiento de los mercados importadores de hortalizas a nivel mundial	
<b>FIGURA 3.</b>	<b>32</b>	<b>FIGURA 8.</b>	<b>62</b>
Top 5 cultivadas a nivel mundial y sus principales países productores (2012)		Mercados importadores de hortalizas: emergentes y de oportunidad	
<b>FIGURA 4.</b>	<b>36</b>	<b>FIGURA 9.</b>	<b>87</b>
Mapa de proveedores y compradores internacionales de los top 5 (2013)		Porcentaje de exportación hortícola según origen regional de los productos.	
<b>FIGURA 5.</b>	<b>47</b>	<b>FIGURA 11.</b>	<b>177</b>
Matriz de posicionamiento de los grupos de hortalizas en el mercado internacional		Estructura del Sistema Armonizado (HS) (a partir del 1 de enero del 2012)	



# RESUMEN EJECUTIVO

En Octubre de 2014, la Fundación para la Innovación Agraria, FIA, licitó varios estudios para generar información estratégica en diversos temas, rubros y/o cadenas, que permitan dinamizar la incorporación de innovación en los procesos productivos, de gestión y de comercialización, principalmente en la mediana y pequeña agricultura del sector agrario, agroalimentario y forestal del país.

En el marco de dicha licitación, en el presente documento se presentan en forma consolidada los resultados del Estudio “Oportunidades de mercado, productivas y tecnológicas para ampliar y diversificar la oferta exportable de hortalizas frescas o con mínimo proceso”.

El propósito general del estudio, tal como lo señala su nombre, fue analizar la factibilidad técnica y económica de ampliar y diversificar la exportación de hortalizas con foco en hortalizas frescas y/o con mínimo proceso.

Los objetivos específicos estuvieron orientados a:

- Describir el modelo internacional de las hortalizas frescas y con mínimo proceso, considerando criterios de agrupación en cuanto a especies y/o grupos de producto y mercados.

- Clasificar y caracterizar los tipos de mercado y grupos de productos a nivel internacional en función de las características de Chile como potencial exportador de hortalizas.
- Identificar y caracterizar aquellos tipos de mercados y grupos de productos en base a los cuales Chile podría desarrollar una oferta de exportación.
- Identificar y caracterizar la experiencia exportadora nacional de hortalizas frescas y/o con mínimo proceso, rescatando las facilidades y las dificultades.
- Identificar los diferentes requerimientos, productivos, normativos, comerciales y de mercado, necesarios de abordar para el desarrollo de la oferta exportadora de hortalizas frescas o con mínimo proceso identificadas.

Para el logro de los objetivos se trabajó con una metodología que consideró el levantamiento de información desde fuentes secundarias y primarias, combinó análisis de oportunidad a nivel de mercado global y mercado nacional, incorporó matrices de posición de productos en el mercado, identificó brechas y construyó matrices de decisión para identificar estrategias de mediano y largo plazo.



Como una manera de conocer la experiencia exportadora nacional de hortalizas frescas y/o con mínimo proceso, se diseñó una encuesta que fue aplicada a los representantes de distintas empresas nacionales que exportan hortalizas, identificando sus sistemas de trabajo, proyecciones comerciales y dificultades en el proceso de exportación, entre otros aspectos.

Para ello, se realizó una identificación de las empresas exportadoras del territorio nacional que realizaron alguna exportación hortícola durante el año 2014, se ubicaron geográficamente y se procedió a la actualización de sus contactos e información de productos exportados y mercados de destino, antecedentes que se anexan detalladamente en el presente documento.

De los resultados obtenidos a partir del análisis de las encuestas, cabe destacar el bajo nivel de asociatividad y/o colaboración entre las empresas nacionales para identificar oportunidades de mercados internacionales y definir estrategias comerciales para el abordar dichos mercados.

Lo anterior se verifica por la gran cantidad de mercados de destino presentes actualmente en la exportación de hortalizas nacionales, y cuya materialización se realiza por contactos y oportunidades detectadas por los propios clientes, y básicamente orientadas al abastecimiento de contraestación, sin un análisis de potenciales mercados de oportunidad donde Chile puede ser competitivo.

Una vez identificados y caracterizados aquellos tipos de mercados y grupos de productos en base a los cuales Chile podría desarrollar una oferta de exportación, y con el objetivo de facilitar la toma de decisiones respecto de algún producto en particular, se estimó su posición competitiva en los mercados desde

el conocimiento de aspectos tales como: costo de producción (parámetro de venta interna que permite conocer lo atractivo que puede ser para el productor nacional para tomar la iniciativa de formar parte del mercado externo); conocimiento de las normativas de los mercados de destino a los que actualmente llegan productos nacionales; y requisitos de acceso de nuevos productos a los mercados de alto potencial.

Para cada uno de los productos analizados se recopiló información nacional e internacional y se generó una matriz de toma de decisiones donde, según su interés, la empresa podrá evaluar la factibilidad de alguna alternativa en particular.

En un importante número de casos, una alternativa interesante es dar mayor crecimiento a mercados ya conocidos, junto con ampliar las entregas de los mismos productos a países vecinos, orientando la estrategia hacia la utilización de canales ya conocidos.

Algunos de los destinos que el año 2014 concentraron los mayores valores unitarios son: Luxemburgo, Noruega, Japón, Islandia, Suiza y Nueva Zelanda, donde ya se encuentran productos agrícolas chilenos y existen acuerdos comerciales vigentes en funcionamiento, exceptuando el caso de Luxemburgo donde la vigencia del respectivo acuerdo comenzará el año 2023.



# INTRODUCCIÓN

La alta competitividad actual en el comercio internacional de hortalizas ha producido un endurecimiento del mercado que, además, se ha combinado con los últimos cambios políticos y la crisis económica que se inició en 2008.

Frente a este panorama, los mercados necesitan cambiar y adaptar sus estrategias comerciales, ya sea identificando nuevos mercados, nuevos clientes o nuevos productos, pero también, con la necesidad de revisar y ajustarse a nuevas condiciones comerciales.

Por ello, la primera parte de este estudio se orienta a presentar lo más fielmente posible, el “tablero” actual del comercio internacional de hortalizas frescas o mínimamente procesadas. Es así como, se puede apreciar quienes son los agentes decisivos actuales y cuáles se proyectan que lo serán en un futuro: tanto demandantes como oferentes de los productos de interés.

Este puesto en escena juega con una perspectiva global donde se trata de revelar donde se guardan las oportunidades y amenazas actuales y a mayor plazo de este sector en el marco mundial.

En la segunda parte del estudio, se abordó este “tablero”, sus agentes y sus oportunidades y amenazas desde la perspectiva

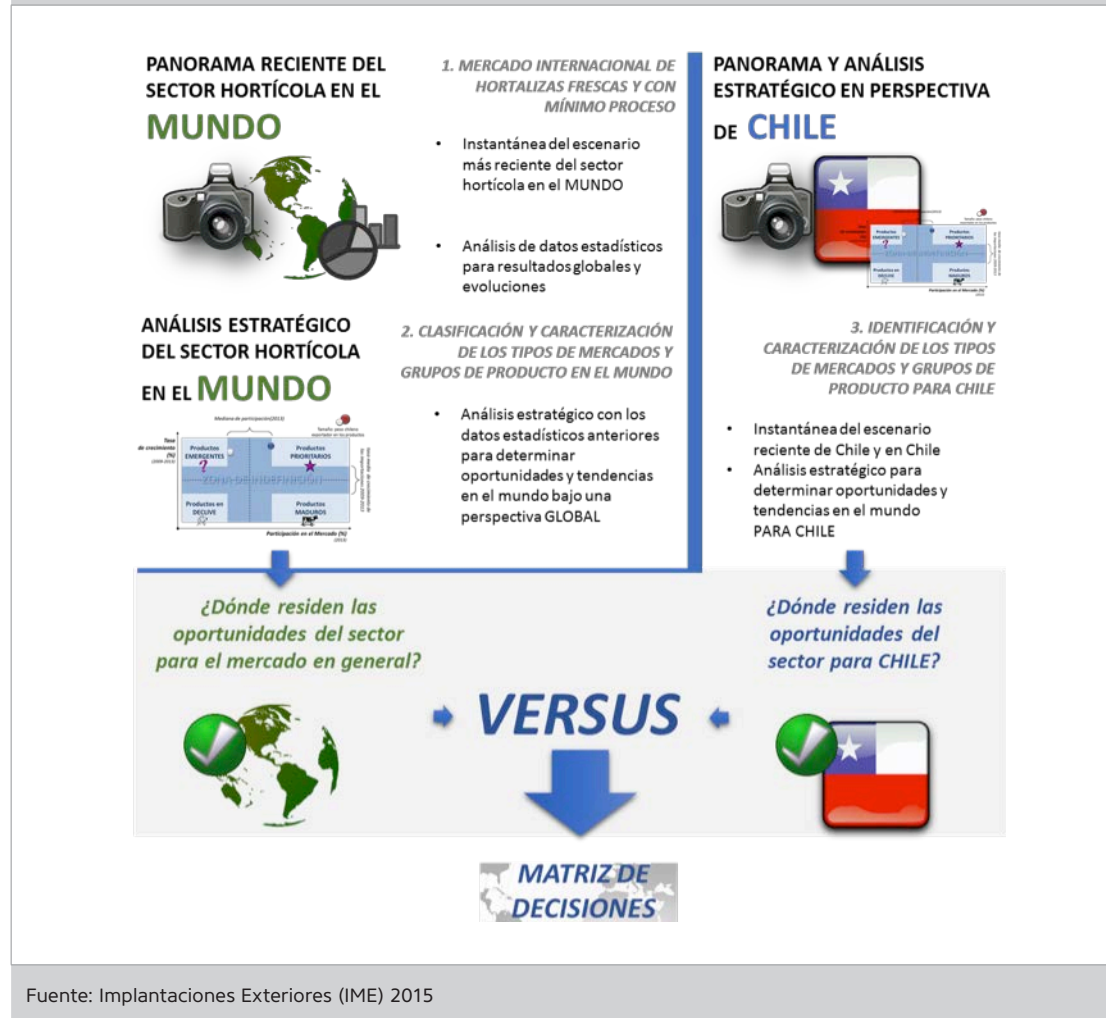
chilena; por lo que se tuvo en consideración sus valores internos y entorno propio del sector hortícola del país.

Posteriormente, se cruzaron los resultados de los dos análisis y se generó una matriz comparativa de oportunidades y tendencias entre ambas perspectivas que replantee la estrategia y toma de decisiones a mediano y largo plazo en torno a diversas cuestiones:

- ¿Dónde están actualmente las oportunidades de Chile?
- ¿Qué otras opciones (de producto y mercados) deben ser tenidas en cuenta por su tendencia hacia una mayor grado de oportunidad para Chile en un plazo más lejano?
- ¿Estas oportunidades coinciden con las detectadas en el panorama global?
- En caso negativo ¿Cuál es la brecha competitiva que impide alcanzar dichas oportunidades?
- ¿Se podría desarrollar un plan de acción a largo plazo para, en un futuro, poder aprovechar dichas oportunidades?

A continuación, se presenta una figura que describe las etapas de la metodología utilizada en el presente estudio, para describir y discriminar los mercados y productos de interés de las hortalizas frescas y con mínimo proceso.

Figura 1. Hoja de ruta metodológica para elaboración de matriz de decisiones



Fuente: Implantaciones Exteriores (IME) 2015

La evaluación de cada una de estas alternativas se presenta detalladamente, reflejando opciones tentativas que se evaluaron con mayor detenimiento una vez priorizados los mercados como parte de las conclusiones del estudio.

## SECCIÓN 1. MERCADO INTERNACIONAL DE HORTALIZAS FRESCAS Y CON MÍNIMO PROCESO



Este capítulo describe el mercado internacional de las hortalizas frescas y con mínimo proceso clasificadas en grupos de productos, con el propósito de identificar por una parte, las hortalizas mayormente producidas y compradas internacionalmente y por otra, los países que producen y comercializan las hortalizas a nivel mundial.

Posteriormente, se cruzan ambos análisis para determinar los países de mayor relevancia en los principales productos producidos y en los más importantes grupos comercializados en el mundo.

# 1. ANÁLISIS DEL MERCADO INTERNACIONAL POR PRODUCTOS

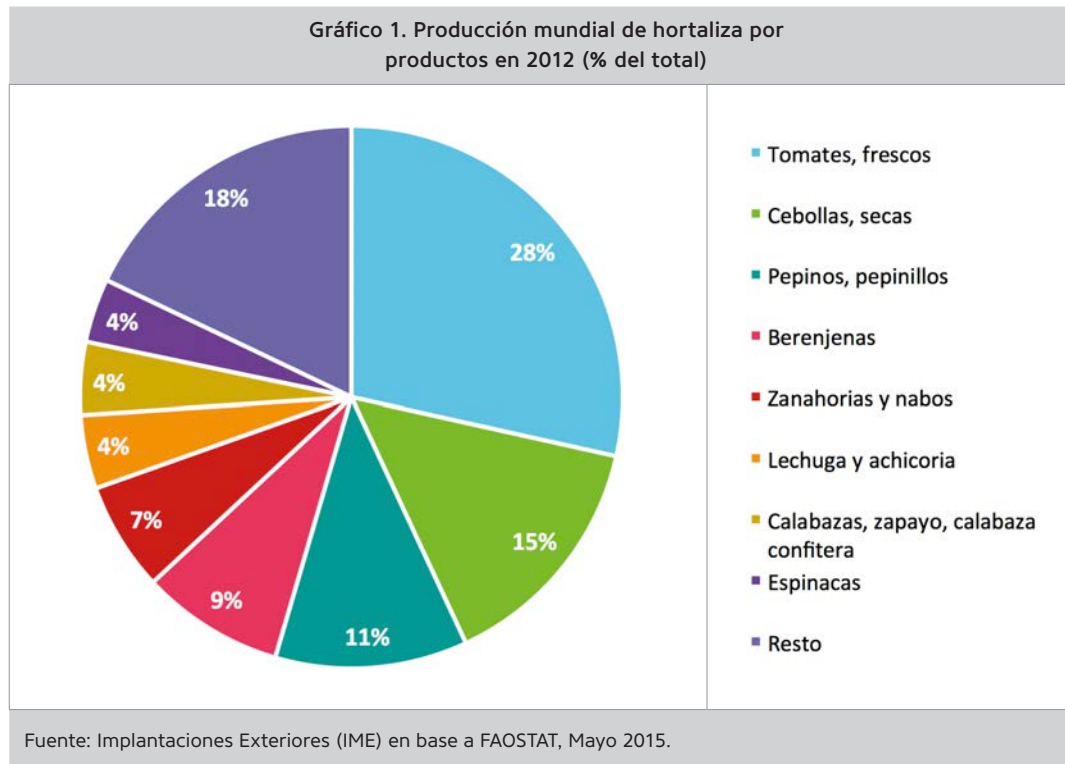
## 1.1 DATOS MUNDIALES DE PRODUCCIÓN POR DETALLE DE HORTALIZAS

En 2012, últimos datos completos<sup>1</sup>, la producción mundial alcanzó un total de 568 millones de toneladas de hortalizas, un 13,08% más de lo obtenido en el año 2008 (ver Cuadro 5 en Anexo 1).

El tomate fresco fue el cultivo con mayor producción con casi 162 millones de toneladas, equivalente a un 28,48% del total de hortalizas producidas en el mundo (Gráfico 1). En 2008, la producción de tomates fue de 141 millones de toneladas, lo que muestra un incremento de 14,58% entre ambos años.



1. El año 2012, es el último del que FAOSTAT dispone de datos completos a nivel mundial, al momento de realizar el estudio. FAOSTAT el organismo de estadística de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).



**Gráfico 1.** Producción mundial de hortaliza por productos en 2012 (% del total)

Estadísticas / Producción rendimiento consumo pc/ Archivo: 111

La producción mundial de cebollas secas en 2012 fue superior a los 82 millones de toneladas, con un incremento considerable respecto al año 2008 (11,23%). Un crecimiento similar alcanzó la producción de pepinos y pepinillos con 65 millones de toneladas, un 11,3% más que en 2008, siendo el tercer cultivo de importancia a nivel mundial con un 11,47% del total de hortalizas producidas en el mundo.

El crecimiento más fuerte ha sido en la producción de hojas de yuca, cuyo incremento en la producción fue de un 25,93% entre el año 2008 y 2012. Los guisantes verdes también registraron un incremento significativo en el mismo periodo, alcanzado un aumento de un 23,07% que lo convierte en el segundo cultivo con mayor crecimiento.

Otra especie que registró un crecimiento importante en su producción a nivel mundial para el mismo periodo, fueron las berenjenas con 21% de incremento. Hongos y trufas, espárragos, espinacas, los tomates frescos o la coliflor y brécol, aumentaron su producción por encima de la media de hortalizas, entre un 13,1% y un 16,7%. Solo la producción de judías verdes registró una disminución de un 9,63% entre los años 2008 – 2012.

## 1.2 COMERCIO INTERNACIONAL POR GRUPOS DE PRODUCTOS

Para el análisis del comercio internacional (venta/compra) de las hortalizas frescas y/o con mínimo proceso, se utilizó la información de los productos agrupados y clasificados bajo el Sistema Armonizado (HS por sus siglas en inglés)<sup>2</sup>, cuyos códigos y detalle se presenta en el *Anexo 2*.

En forma resumida, los códigos y grupos de productos considerados en el análisis son:

- **0702** Tomates frescos o refrigerados
- **0703** Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados
- **0704** Coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles similares del género Brassica, frescos o refrigerados

2. El sistema de clasificación del Sistema Armonizado (HS por sus siglas en inglés) ha sido desarrollado y es actualizado por la Organización Mundial de Aduanas [www.wcoomd.org](http://www.wcoomd.org). El HS es un número de código de reconocimiento internacional. Se utiliza sobre todo en el establecimiento de las clasificaciones nacionales de aduanas y la recopilación de las estadísticas del comercio mundial.

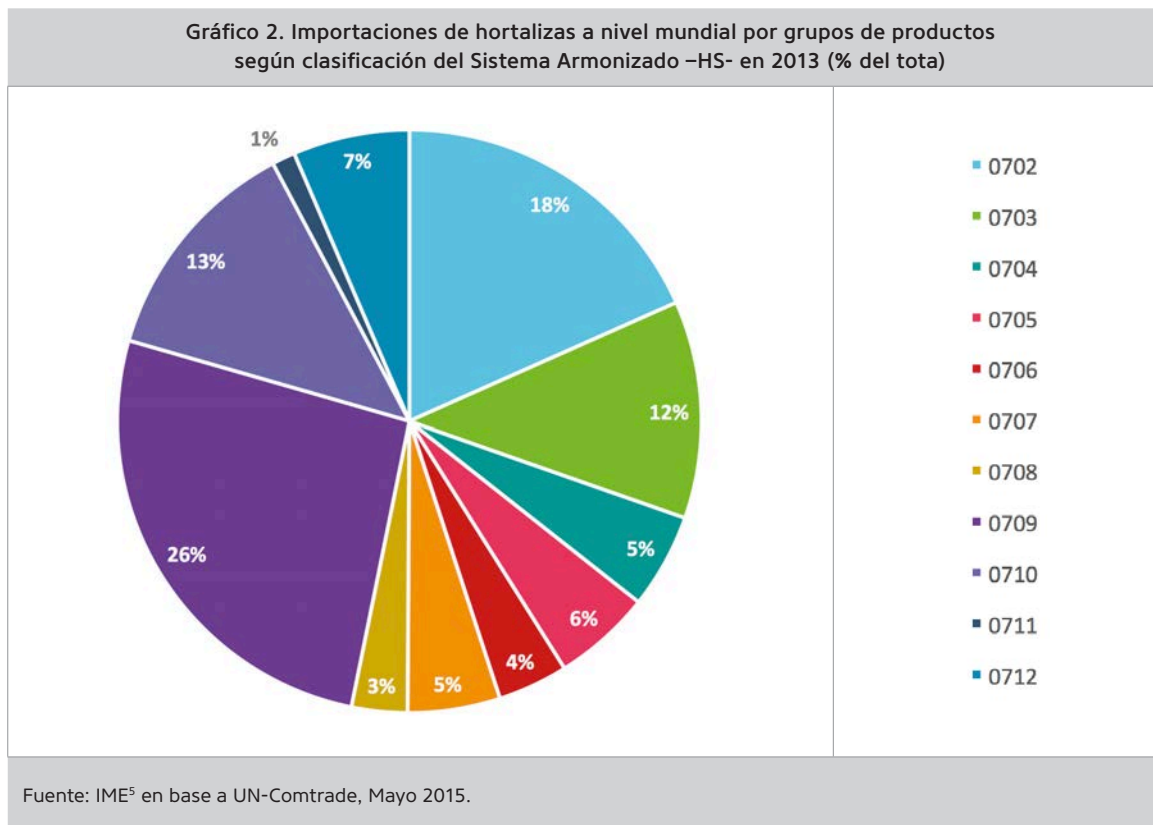
- **0705** Lechugas (*Lactuca sativa*) y achicorias, comprendidas la escarola y la endibia (*Cichorium spp.*), frescas o refrigeradas
- **0706** Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados
- **0707** Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados
- **0708** Hortalizas de vaina, aunque estén desvainadas, frescas o refrigeradas
- **0709** Las demás hortalizas, frescas o refrigeradas. Incluye: espárragos, berenjenas, apio (excepto el apionabo), pimenta, espinacas, armuelles, alcachofas, aceitunas, calabazas y calabacines
- **0710** Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas
- **0711** Hortalizas conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar dicha conservación), pero todavía impropias para consumo inmediato
- **0712** Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación

En 2013, último año completo con datos de FAO, la importación mundial de hortalizas alcanzó un valor de 50.243 millones de dólares<sup>3</sup>. En los 9 primeros meses de 2014, la cifra ya superaba los 34.000 millones de USD (*ver Cuadro 6 en Anexo 1*).

3. En adelante la palabra dólares se abreviará como USD, correspondiente a dólares estadounidenses.



Si se analiza por producto, la clasificación 0709 (espárragos, berenjenas, apio<sup>4</sup>, pimenta, espinacas, armuelles, alcachofas, aceitunas, calabazas y calabacines en fresco o refrigerado) alcanzó un valor cercano a los 13.200 millones de USD en 2013, equivalente al 26,27% del comercio total el mismo año (Gráfico 2). A continuación le sigue los tomates frescos o refrigerados (HS 0702) con 10.692 millones de USD, equivalente al 18,33% del comercio total.



4. Excepto el apionabo

5. Implantaciones Exteriores (IME) es una organización fundada en 2000, por profesionales procedentes de diferentes áreas de gestión de empresa con un enfoque internacional, con dilatada experiencia en el ámbito de la Inteligencia de Mercados e Internacionalización de Pymes. Ver <http://implantacionesexteriores.com/productos-y-servicios/>.



Respecto de la evolución del comercio internacional, en el periodo 2009 – 2013 se aprecia un incremento en la compra de hortalizas en el mundo de un 38,46%. El crecimiento más fuerte lo registró el grupo HS 0712 (Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación) cuyas importación se incrementó en un 76,06% para el mismo periodo.

El grupo HS 0703 que considera las cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados, aumentó su partida de importación en un 60,5%. Le sigue el grupo de coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles similares del género *Brassica*, frescos o refrigerados (HS 0704), que registró un aumento del 45,1% en sus importaciones a nivel mundial.

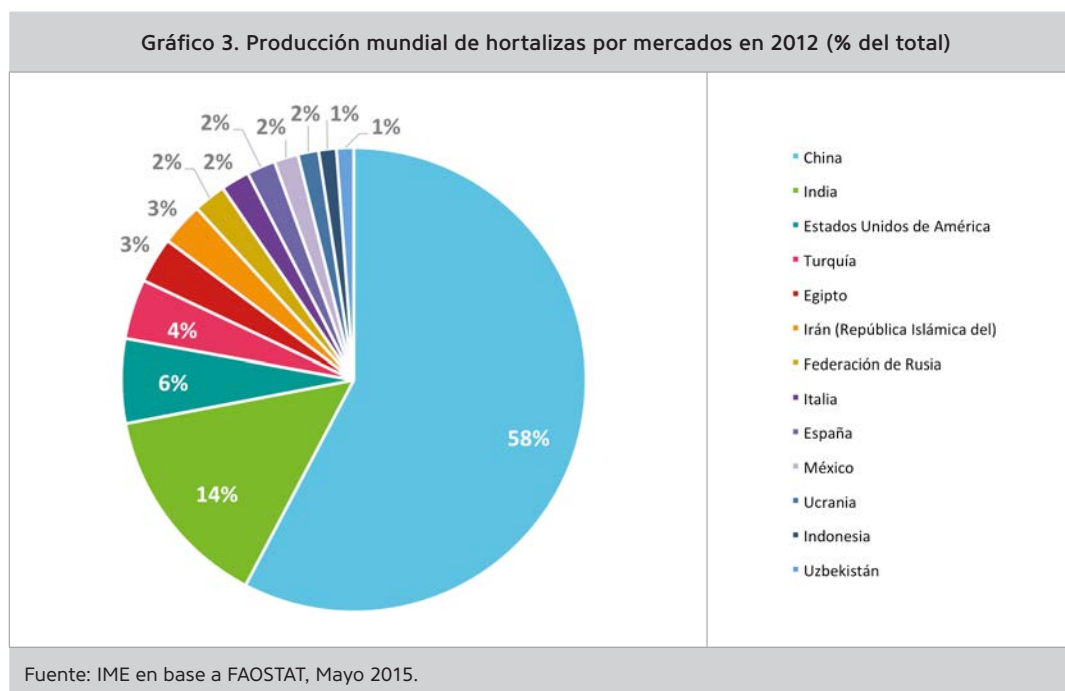
Otros grupos de productos que crecieron por encima de la media en sus importaciones a nivel mundial para el mismo periodo (2009 – 2013), fueron: HS 0709 (Las demás hortalizas, frescas o refrigeradas); HS 0706 (Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados); y el HS 0707 (Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados). Los tres grupos registraron incrementos que variaron entre el 39% y 41%.

Crecimientos inferiores entre 2009 y 2013 se registraron en los grupos HS 0711 (Hortalizas conservadas provisionalmente) con un 20,19%, y en el grupo HS 0710 (Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas) con un 23,06%.

## 2. ANÁLISIS DEL MERCADO INTERNACIONAL POR PAÍSES

### 2.1 DATOS MUNDIALES DE PRODUCCIÓN POR PAÍSES

Tal como se puede observar en el siguiente gráfico, China se posiciona como el principal país productor de hortalizas en el mundo. El gigante asiático abarcó el 46% del total de la producción mundial (568 millones de t) en el año 2012 concretamente, más de 260 millones de toneladas (ver Cuadro 7 en Anexo 1).





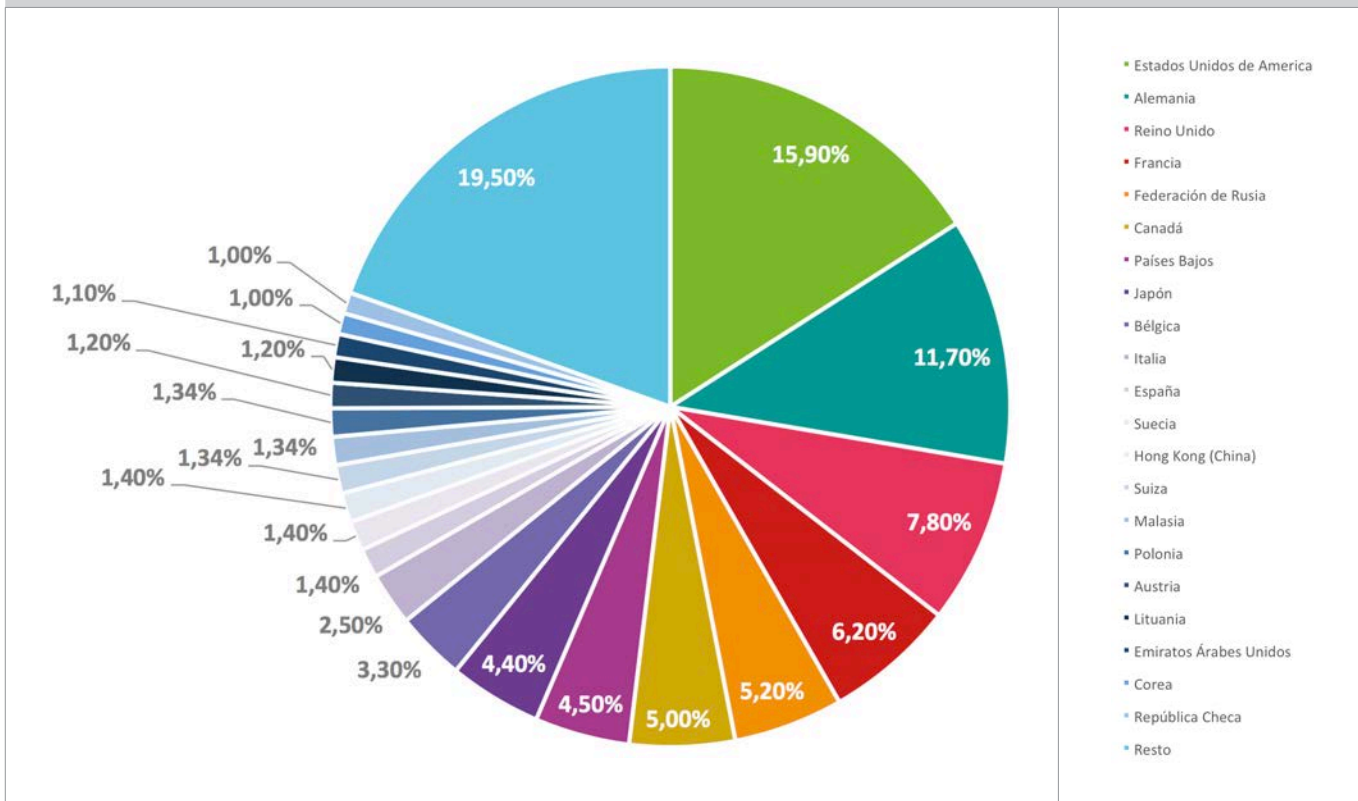
Le sigue India que produjo casi 65 millones de toneladas en dicho año, con lo que obtuvo una cuota de participación del 11%. En tercer lugar, Estados Unidos cubrió el 5% de la producción de hortalizas, lo que representó unos 26 millones de toneladas.

## 2.2 FLUJOS DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE GRUPOS DE HORTALIZAS POR PAÍSES

### 2.2.1 Importación mundial de hortalizas por mercados

Un total de 21 países abarcaron el 80% del valor de las importaciones de 2013 (50.243 millones de USD), liderando Estados Unidos con una cuota de 15,9% y Alemania con un 11,7% del total (Gráfico 4). Le siguen muy por debajo Reino Unido (7,8%), Francia (6,2%) y Rusia (5,2%), sin embargo será interesante revisar los datos de 2014 cuando se completen y analizar cómo el veto de Rusia a la Unión Europea ha modificado esta cuota, aunque se espera que afecte más a los mercados oferentes.

Gráfico 4. Importación mundial de hortalizas por mercado en 2013 (% del total)



Fuente: IME en base a UN-Comtrade, Mayo 2015.

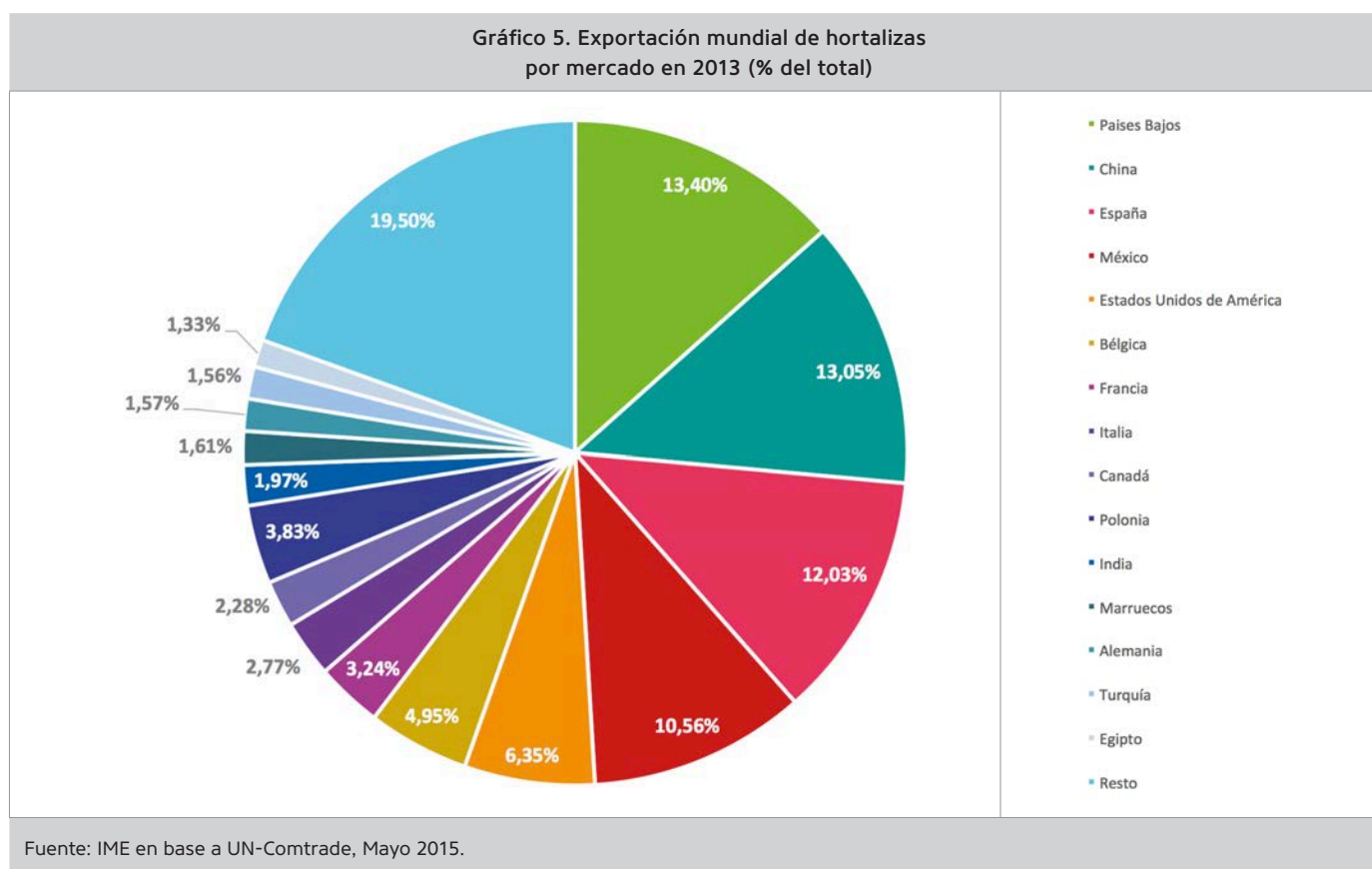
Respecto de la evolución de las importaciones a nivel mundial en el periodo 2009 – 2013, tal como se señaló en la sección de comercio internacional, se aprecia un incremento en la compra de hortalizas en el mundo de un 38,46%. Los mercados que registraron mayores incrementos para el mismo periodo, fueron Lituania con un 212,6% y Hong Kong con un 152,3%, y les siguen la República de Corea (98,6%) y Rusia (75,9%). Por el contrario, de los principales mercados importadores, España redujo la compra internacional de hortalizas entre 2009 y 2013 en un 1,3%, e Italia sólo aumentó su valor de importaciones en un 0,7% (ver Cuadro 8 en Anexo 1).



## 2.2.2 Exportaciones de hortalizas por mercados a nivel mundial

En el año 2013 el 80% del valor de las exportaciones (50.243 millones de USD) fue abarcado por un total de 15 países, liderando los Países Bajos con una cuota de 13,4% y China con el 13,05% del total. España les sigue de cerca con un 12,3% de la venta internacional y México con un 10,6%. Estados Unidos, Bélgica, Francia y el resto, se sitúan por debajo del 7% de cuota (Gráfico 5).

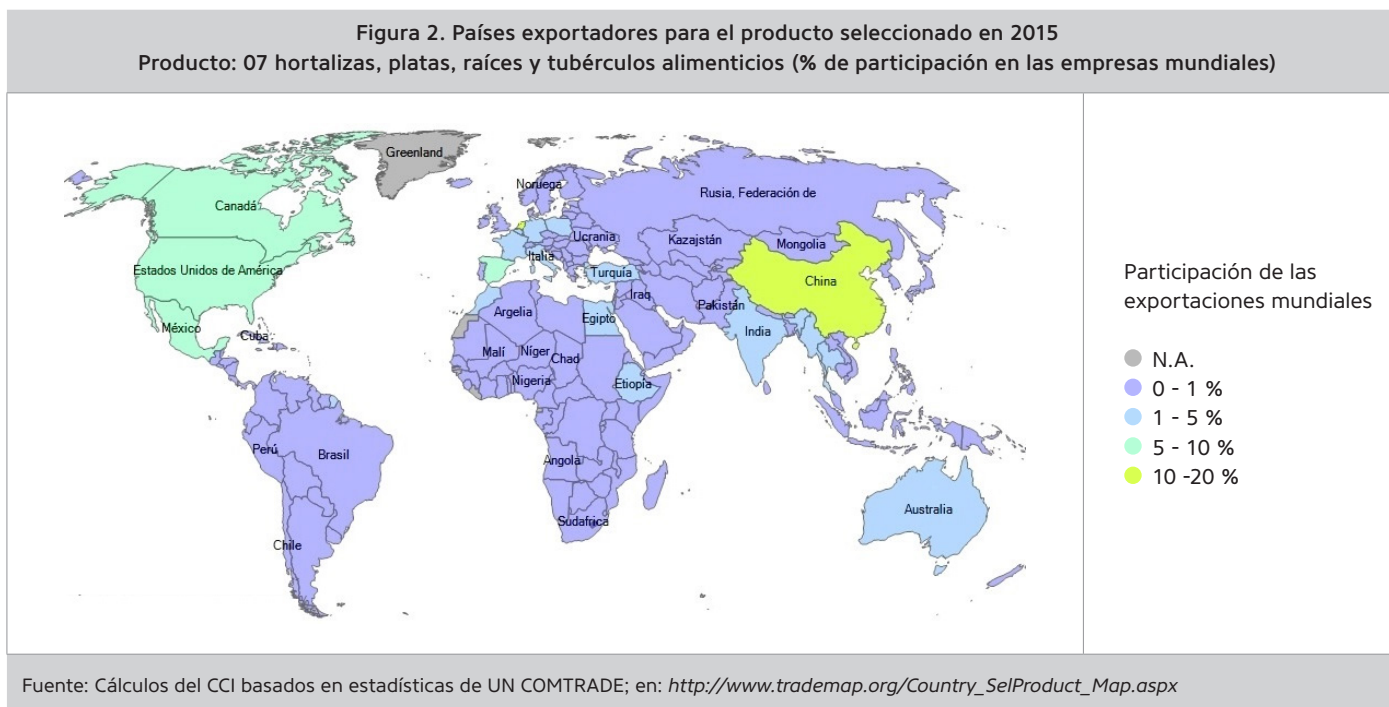
Tal como se señaló antes, esta cuota seguramente variará en 2014 con el veto ruso en hortalizas frescas a la Unión Europea ya que Rusia es el quinto mercado importador de estos productos.



La evolución por mercados revela que, de los principales exportadores del mundo, China obtuvo el mayor incremento de venta entre 2009 y 2013 que alcanzó a un 72,12%. Le sigue Canadá y México con un aumento respectivo del 51,38% y 50,35%, y luego India y Marruecos que crecieron alrededor de un 40% (ver Cuadro 9 en Anexo 1).

Las cifras de exportación de hortalizas a nivel mundial en 2015 dan cuenta de este crecimiento (Figura 2), pasando a ser China el principal mercado exportador con un 14% de participación, seguida de Países Bajos (11%), México (9%), España (9%), Canadá (7%) y Estados Unidos (7%).

Ninguno de los principales proveedores mundiales de hortalizas ha registrado evoluciones negativas en este periodo de tiempo. Si es cierto que Turquía, sólo elevó sus exportaciones un 5,27% en 2013 respecto a 2009 y que mercados como España, Francia y Bélgica han aumentado a menor ritmo que la media mundial con evoluciones entre el 14% y el 18%.





### 3. ANÁLISIS CRUZADO DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS Y MERCADOS HORTICOLAS A NIVEL MUNDIAL



El objetivo de esta sección es crear un escenario donde interactúan los grupos de productos analizados y los agentes tanto en la producción como en el comercio internacional.

#### 3.1 LOS 5 PRINCIPALES PRODUCTOS Y SUS 10 PRIMEROS PRODUCTORES

De acuerdo con la información de producción a nivel mundial, los 5 principales grupos de hortalizas (top 5) cultivados en 2012, son: tomate fresco, cebolla seca, pepinos y pepinillos, berenjenas, y zanahorias y nabos.

A continuación (Figura 3) se identifican para cada uno de estos cultivos, los 10 principales países productores (top 10) con la información de volumen, evolución y porcentaje de producción, finalizando con las conclusiones más interesantes de este cruce de datos.

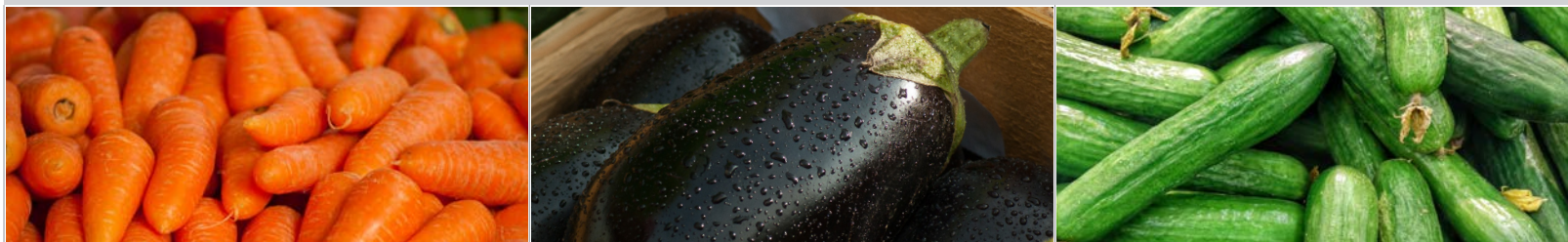
Figura 3. Top 5 cultivadas a nivel mundial y sus principales países productores (2012)



TOMATES FRESCOS	MILES TM. EN 2012	EVOLUCIÓN 2008-2012	CUOTA 2012
Mundo	161.794	14,68%	100,00%
China	50.125	25,50%	30,98%
India	17.500	69,85%	10,82%
Estados Unidos de América	13.207	3,70%	8,16%
Turquía	11.350	3,32%	7,02%
Egipto	8.625	-6,29%	5,33%
Irán	6.000	24,32%	3,71%
Italia	5.132	-14,14%	3,17%
España	4.007	-1,06%	2,48%
Brasil	3.874	0,16%	2,39%
México	3.434	19,53%	2,12%

CEBOLLAS SECAS	MILES TM. EN 2012	EVOLUCIÓN 2008-2012	CUOTA 2012
Mundo	82.852	11,23%	100,00%
China	22.667	8,86%	27,36%
India	16.309	20,23%	19,68%
Estados Unidos de América	3.277	-3,81%	3,96%
Irán	2.260	22,21%	2,73%
Federación de Rusia	2.081	21,51%	2,51%
Egipto	2.025	3,90%	2,44%
Turquía	1.819	-9,37%	2,20%
Pakistán	1.692	-16,02%	2,04%
Brasil	1.519	11,12%	1,83%
Países Bajos	1.353	9,47%	1,63%

Figura 3. Top 5 cultivadas a nivel mundial y sus principales países productores (2012)



ZANAHORIAS Y NABOS	MILES TM. EN 2012	EVOLUCIÓN 2008-2012	CUOTA 2012
Mundo	36.917	11,90%	100,00%
China	16.907	13,78%	45,80%
Federación de Rusia	1.565	2,28%	4,24%
Estados Unidos de América	1.346	-8,97%	3,65%
Uzbekistán	1.300	42,86%	3,52%
Ucrania	916	23,84%	2,48%
Polonia	835	2,16%	2,26%
Turquía	714	20,70%	1,93%
Marruecos	707	151,72%	1,92%
Reino Unido	664	-7,73%	1,80%
Japón	619	-5,76%	1,68%

BERENJENAS	MILES TM. EN 2012	EVOLUCIÓN 2008-2012	CUOTA 2012
Mundo	48.424	21,64%	100,00%
China	28.825	21,38%	59,53%
India	12.200	26,06%	25,19%
Irán	1.300	193,41%	2,68%
Egipto	1.194	-3,93%	2,47%
Turquía	799	-1,77%	1,65%
Indonesia	519	21,46%	1,07%
Irak	460	13,28%	0,95%
Japón	327	-10,52%	0,68%
España	247	24,06%	0,51%

PEPINOS Y PEPINILLOS	MILES TM. EN 2012	EVOLUCIÓN 2008-2012	CUOTA 2012
Mundo	65.134	11,30%	100,00%
China	48.049	13,75%	73,77%
Turquía	1.742	3,76%	2,67%
Irán	1.600	9,65%	2,46%
Federación de Rusia	1.282	13,44%	1,97%
Ucrania	1.021	35,81%	1,57%
Estados Unidos de América	901	-1,58%	1,38%
España	713	6,42%	1,09%
México	641	-15,72%	0,98%
Egipto	614	3,05%	0,94%
Japón	587	-6,52%	0,90%

Fuente: IME en base a FAOSTAT, Mayo 2015.



#### **\*China, principal productor de los top 5**

Se aprecia que China es el primer productor mundial de las 5 hortalizas con mayor cultivo del mundo. Cabe destacar que en algunos cultivos genera gran parte de la producción mundial, como es el caso del pepino y pepinillo, de los que China obtuvo el 73,77% del total de su producción con más de 48 millones de toneladas. En berenjenas también obtuvo la mayoría de la producción mundial, un 59,53% con cerca de 29 millones de toneladas.

No obstante, cabe mencionar que observando la evolución de la producción de China entre 2008 y 2012, se identifica una tendencia a favor de otros mercados con crecimientos más fuertes que

el gigante asiático. Sólo en la producción de tomate fresco, China ha aumentado un 25,50% en el mismo periodo, bastante por encima de la tendencia mundial (14,68%).

#### **\*India, Estados Unidos e Irán, otros productores destacados**

India ocupa el segundo lugar como mayor productor en tres de las cinco hortalizas más relevantes: tomate fresco, cebolla seca y berenjenas. Deja su segunda posición en la producción de pepinos y pepinillos, donde aparece Turquía aunque con un 2,67% y en zanahorias y nabos donde aparece Rusia con un 4,24% de la producción.

Estados Unidos e Irán son países que también destacan por ocupar lugares importantes en la producción de las top 5, con dos excepciones: Irán no aparece entre los principales productores de zanahorias y nabos, y Estados Unidos no se encuentra entre los diez primeros productores de berenjenas.

#### **\*De los 10 principales productores algunos tienden a ganar cuota**

Países como Marruecos, India, Irán, Ucrania, Marruecos o Uzbekistán registran evoluciones muy por encima de la media mundial y de China (primer productor de los top 5 y con una elevada cuota del total de toneladas producidas en 2012).

De las mejores evoluciones, destaca Irán con 193,41% de incremento en la producción de berenjenas (en 2012 se situó como tercer productor de esta hortalizas). Marruecos aumentó un 151,72% la producción de zanahorias y nabos y la India un 69,85% la producción de tomates.

#### **\*Otros países reducen su producción y, por tanto, pierden posiciones en el ranking**

Entre los 10 principales productores de los top 5, encontramos mercados que han registrado una evolución negativa entre 2008 - 2012. Es el caso de países como Italia (-14,14%), Egipto (-6,29%) y España (-1,06%) en tomates frescos. En cebollas secas, Pakistán (-16,02%), Turquía (-9,37%) y Estados Unidos (-3,81%).

En pepinos y pepinillos, México ha reducido su producción en este periodo un 15,72%, Japón un 6,52% y Estados Unidos un 1,58%. En el caso de las berenjenas, destaca Italia con un -32,35%, Japón con -10,52%, Egipto (-3,93%) y Turquía (-1,77%).

Por último, Estados Unidos (-8,97%), Reino Unido (-7,73%) y Japón (-5,76%), tres países de los principales productores, han reducido su producción de zanahorias y nabos.

### **3.2 LOS 5 PRINCIPALES GRUPOS DE PRODUCTOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL Y SUS 10 IMPORTADORES Y EXPORTADORES MÁS RELEVANTES**

De acuerdo con la información disponible sobre el comercio mundial de hortalizas en 2013, los 5 principales grupos de productos (top 5) que se comercializan internacionalmente, son:

- ✓ **0709** Las demás hortalizas, frescas o refrigeradas
- ✓ **0702** Tomates frescos o refrigerados
- ✓ **0710** Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas
- ✓ **0703** Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados
- ✓ **0712** Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las tritурadas o pulverizadas, pero sin otra preparación

Como se señaló en la sección 2 del documento, para la codificación y agrupación de productos se utilizó la clasificación del Sistema Armonizado (Anexo 2).

A continuación (Figura 4) se identifican para cada uno de los top 5, los diez principales importadores y exportadores con información de intercambio comercial en miles de USD, la evolución 2009 -2013 y el porcentaje de cuota 2013 respecto del total.

Figura 4. Mapa de proveedores y compradores internacionales de los top 5 (2013)

Importaciones				Exportaciones			
HORTALIZAS FRESCAS Y REFRIGERADAS HS0709	MILES USD 2013	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013	HORTALIZAS FRESCAS Y REFRIGERADAS HS0709	MILES USD 2013	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013
Estados Unidos de América	2.787.937	61,99%	21,13%	Países Bajos	2.068.478	21,33%	16,37%
Alemania	1.665.756	31,79%	12,62%	España	1.835.477	0,20%	14,52%
Reino Unido	1.263.320	35,18%	9,57%	México	1.800.015	56,26%	14,24%
Francia	951.537	18,65%	7,21%	Estados Unidos de América	855.058	43,49%	6,77%
Canadá	734.272	39,99%	5,56%	Italia	566.926	44,14%	4,49%
Países Bajos	666.305	35,46%	5,05%	Canadá	467.677	63,80%	3,70%
Federación de Rusia	487.003	80,59%	3,69%	Polonia	445.405	36,45%	3,52%
Japón	447.095	29,72%	3,39%	Perú	415.209	64,16%	3,29%
Bélgica	356.841	64,31%	2,70%	China	385.745	63,52%	3,05%
Italia	312.312	-10,51%	2,37%	Francia	360.444	12,21%	2,85%

HS0709	MILES USD 2013	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013
Total comercio	13.196.875	40,85%	26,27%

Figura 4. Mapa de proveedores y compradores internacionales de los top 5 (2013)

Importaciones				Exportaciones			
TOMATES FRESCOS REFRIGERADOS HS0702	MILES USD 2013	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013	TOMATES FRESCOS REFRIGERADOS HS0702	MILES USD 2013	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013
Estados Unidos de América	2.066.432	40,50%	22,44%	Países Bajos	1.843.255	17,95%	20,77%
Alemania	1.376.638	16,19%	14,95%	México	1.835.175	51,57%	20,68%
Federación de Rusia	1.104.455	70,21%	12,00%	España	1.312.687	15,27%	14,79%
Reino Unido	654.134	1,98%	7,10%	Marruecos	434.268	42,86%	4,89%
Francia	597.457	10,52%	6,49%	Francia	406.738	35,92%	4,58%
Países Bajos	385.225	37,87%	4,18%	Turquía	391.230	-3,76%	4,41%
Canadá	301.983	19,21%	3,28%	Canadá	381.249	28,72%	4,30%
Lituania	197.611	325,37%	2,15%	Estados Unidos de América	340.596	7,53%	3,84%
Bélgica	189.125	54,44%	2,05%	Jordanía	316.319	87,17%	3,56%
Polonia	179.612	40,57%	1,95%	Bélgica	297.895	24,62%	3,36%

HS0702	MILES USD 2013	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013
Total comercio	9.207.208	28,22%	18,33%

Figura 4. Mapa de proveedores y compradores internacionales de los top 5 (2013)

Importaciones				Exportaciones			
HORTALIZAS, COCIDAS, CONGELADAS HS0710	MILES USD 2013	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013	HORTALIZAS, COCIDAS, CONGELADAS HS0710	MILES USD 2013	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013
Estados Unidos de América	843.407	24,06%	13,11%	Bélgica	1.422.552	17,05%	23,21%
Japón	811.672	50,44%	12,61%	China	948.332	45,98%	15,47%
Alemania	643.596	7,82%	10,00%	España	447.914	17,88%	7,31%
Francia	582.624	6,07%	9,05%	México	372.006	23,78%	6,07%
Reino Unido	538.123	22,16%	8,36%	Países Bajos	365.353	38,98%	5,96%
Bélgica	437.019	11,91%	6,79%	Polonia	331.423	40,91%	5,41%
Italia	276.269	4,29%	4,29%	Francia	295.557	1,46%	4,82%
España	220.592	6,06%	3,43%	Estados Unidos de América	207.020	28,14%	3,38%
República de Corea	185.846	78,36%	2,89%	Egipto	185.218	37,26%	3,02%
Países Bajos	163.769	20,28%	2,54%	Canadá	137.933	10,15%	2,25%

HS0710	MILES USD 2013	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013
Total comercio	6.435.585	23,06%	12,81%



Figura 4. Mapa de proveedores y compradores internacionales de los top 5 (2013)

Importaciones				Exportaciones			
CEBOLLAS, CHALOTES, AJOS, PUERROS HS0703	MILES USD 2013	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013	CEBOLLAS, CHALOTES, AJOS, PUERROS HS0703	MILES USD 2013	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013
Estados Unidos de América	569.986	73,80%	9,43%	China	1.819.296	43,31%	30,40%
Indonesia	428.921	105,48%	7,09%	Países Bajos	825.602	62,66%	13,80%
Reino Unido	335.576	44,84%	5,55%	India	612.218	27,06%	10,23%
Brasil	328.360	103,31%	5,43%	España	384.076	52,21%	6,42%
Alemania	312.003	38,00%	5,16%	México	381.452	30,81%	6,37%
Malasia	304.020	51,97%	5,03%	Estados Unidos de América	280.610	50,08%	4,69%
Japón	282.106	85,19%	4,66%	Argentina	225.952	40,64%	3,78%
Vietnam	218.461	708,64%	3,61%	Egipto	210.541	21,53%	3,52%
Federación de Rusia	203.176	37,48%	3,36%	Francia	171.742	41,33%	2,87%
Países Bajos	202.647	75,02%	3,35%	Bélgica	122.014	-2,45%	2,04%

HS0703	MILES USD 2013	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013
Total comercio	6.047.525	60,50%	12,04%

Figura 4. Mapa de proveedores y compradores internacionales de los top 5 (2013)

Importaciones				Exportaciones			
HORTALIZAS SECAS CORTADAS HS0712	MILES USD 2013	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013	HORTALIZAS SECAS CORTADAS HS0712	MILES USD 2013	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013
Japón	326.937	29,47%	10,07%	China	2.303.167	121,31%	62,68%
Alemania	251.995	21,36%	7,76%	Estados Unidos de América	215.121	6,73%	5,86%
Estados Unidos de América	249.760	44,29%	7,70%	Alemania	199.852	43,31%	5,44%
Países Bajos	144.632	37,13%	4,46%	Países Bajos	120.978	109,55%	3,29%
Francia	132.246	37,44%	4,08%	India	118.804	294,92%	3,23%
Canadá	93.247	25,19%	2,87%	Francia	87.192	19,10%	2,37%
Reino Unido	92.955	19,81%	2,86%	Turquía	78.105	24,84%	2,13%
Italia	92.533	6,65%	2,85%	Polonia	66.317	41,42%	1,81%
República de Corea	76.573	43,23%	2,36%	Italia	54.577	29,23%	1,49%
Tailandia	71.614	67,95%	2,21%	España	51.277	37,90%	1,40%

HS0712	MILES USD 2013	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013
Total comercio	3.245.277	76,06%	6,46%

Fuente: IME en base a UN-Comtrade, Mayo 2015.



**\*Estados Unidos como principal comprador internacional de hortalizas y destacado exportador**

El país norteamericano ha sido el primer importador de los principales grupos, excepto en hortalizas cortadas (HS 0712) donde se sitúa en tercer lugar con un 7,7% de cuota respecto del total. En algunos grupos, este país ha importado más del 20% de la demanda mundial, como en hortalizas frescas (HS 0709) o los tomates frescos (HS 0702).

Respecto de la evolución, Estados Unidos se posiciona como líder de las importaciones de los 4 principales grupos de hortalizas y se estima que seguirá así en los próximos años ya que su valor de importación aumenta considerablemente por encima de la media mundial.

Estados Unidos también se sitúa entre los 10 principales exportadores de estos grupos de productos, sin embargo, su participación dentro de esas exportaciones no son muy elevadas (entre un 3% y 7% de cuota) y sus evoluciones para el periodo 2009-2013 revelan que no habrá grandes cambios en los próximos años.

**\*Países Bajos, Bélgica y China son los principales exportadores de los top 5**

La oferta exportadora de los top 5 es diversa en proveedores aunque ciertos grupos de productos son exportados en forma significativa por China, como es el caso de las hortalizas cortadas (HS0712) de las cuales este país exportó en 2013 el 62,68% del valor total, aproximadamente unos 2.300 millones de dólares.

Respecto de la evolución de las exportaciones del mismo grupo por parte de China, se observa un fuerte incremento de 121,31% respecto a 2009, lo que hace pronosticar que en los próximos

años será exportador mundial dominante de las hortalizas en rodajas y/o trozos.

Destaca también Países Bajos, que fue el primer exportador mundial de las hortalizas frescas varias (apio, berenjena, espárragos...), con un 16,37% de cuota y de tomate frescos (20,77% del valor total exportador), aunque con unos valores muy similares a los siguientes exportadores: España y México que se reparten el segundo y tercer puesto en estos dos grupos.

Por su parte, Bélgica fue el primer exportador de hortalizas cocidas o congeladas, con 1.422 millones de dólares, un 23,21% de participación sobre el total exportado de este grupo.

Tanto Países Bajos como Bélgica están aumentando sus exportaciones mundiales a menor ritmo que la media mundial, lo que revela una tendencia a perder su primer puesto como vendedor internacional de los respectivos grupos de hortalizas.



### 3.3 TENDENCIAS ENTRE LOS PRINCIPALES IMPORTADORES Y EXPORTADORES A NIVEL MUNDIAL

En la Figura 2 se puede apreciar la evolución que han tenido las importaciones y exportaciones de los 5 principales grupos de hortalizas (top 5) entre el periodo 2009 – 2013. Se observa como algunos países registran incrementos muy por encima de la media mundial, mientras otros muestran evoluciones negativas o crecimientos muy por debajo de la media, perdiendo posiciones como agentes importadores/exportadores a favor de los que están creciendo más.

Se estima que para el caso de los importadores, engrosarán su porción en el mercado de las importaciones de hortalizas los siguientes países:

- En el grupo HS0709 (hortalizas varias frescas y refrigeradas) Rusia, Bélgica y Estados Unidos registraron incrementos de 80%, 64% y 61% respectivamente, todos muy superiores a la evolución media observada en el periodo 2009 - 2013 que llegó a un 40,85%.
- En tomates (HS0702) Lituania destaca con un crecimiento del 325,37% frente a la media de 28,22%. Otros países como Rusia o Bélgica también aumentarán su cuota previsiblemente.
- En hortalizas cocidas, congeladas (HS0710) destacan República de Corea y Japón con incrementos de 78,36% y 50,44% respectivamente, versus un 23,06% registrado como media.
- En cebollas y demás, Vietnam ha comenzado a importar este producto de forma masiva con un crecimiento de 708% frente al 60,5% de media. Brasil e Indonesia también han obtenido incrementos de 3 dígitos, en torno al 100%.

- En el grupo de hortalizas secas cortadas (HS 0712) ninguno de los 10 principales importadores ha superado la media de 76,06%, lo que hace suponer que en los próximos años algún importador emergente desplace a alguno de estos mercados de la lista de los top 10 importadores de este grupo.

Respecto de los exportadores que fortalecerán su competitividad en la oferta internacional, cabe destacar:

- En el primer grupo de hortalizas frescas y refrigeradas (HS0709) predomina Perú, Canadá y China, con incrementos superiores al 60% versus el 40,85% de la media.
- En el grupo de los tomates se estima que Jordania, México y Marruecos aumentarán sus exportaciones futuras, aunque a ritmos distintos por las diferencias registradas en sus incrementos. Jordania ha aumentado un 87,17% sus exportaciones versus la media que llega a un 28%, mientras que México y Marruecos lo han hecho en un 52% y 43%, respectivamente.
- En hortalizas cocidas, congeladas (HS0710), China y Polonia destacan entre los principales exportadores con incrementos del orden de un 46% y casi un 41%, respectivamente, por encima de la media del comercio mundial para este grupo que llega a un 23,06%.
- En el grupo HS 0703 (cebollas, chalotes, ajos) sólo los Países Bajos incrementaron sus exportaciones por encima de la media con un 62,66%, dos puntos porcentuales por encima de la media.
- En el grupo de hortalizas secas cortadas (HS 0712) resaltan tres mercados con buenas expectativas: India, China y Países Bajos con 294,92%, 121,31% y 109,55% de incremento en sus exportaciones, respectivamente.

A continuación, se identifican aquellos importadores y exportadores que probablemente perderán cuota de mercado si se mantiene la tendencia de las evoluciones que registraron.

- En el grupo HS 0709 (hortalizas varias frescas y refrigeradas) se prevé que Italia perderá fuerza como importador ya que su evolución muestra una reducción de casi un 11% en sus importaciones. Por otra parte, España sólo ha crecido un 0,2% en sus exportaciones entre 2009 y 2013, situación que posiblemente le haga perder posición frente a México o Estados Unidos.
- Para el caso de tomates frescos refrigerados (HS0702), de los 10 importadores más relevantes (top 10), Reino Unido tan sólo incrementó sus importaciones en un 2%, por lo que se prevé que en los próximos años descenderá su posición en el ranking de los top 10. Por otra parte, respecto de la oferta, Turquía registró una evolución negativa en sus exportaciones, con un 3,76% menos en 2013 de lo exportado en 2009, lo que probablemente permita que Canadá o Jordania se posicionen en su sexto puesto de exportador.
- En hortalizas cocidas, congeladas (HS0710), países europeos como Italia, España, Francia y Alemania están importando a un ritmo muy inferior a la media (23,06%), lo que hace preveer una posible pérdida de cuota de participación sobre el total en los próximos años. Con relación a las exportaciones, Francia es el mercado que registró un incremento muy por debajo de la media, alcanzando solo un aumento de 1,46%, a diferencia de Estados Unidos y Egipto que probablemente le harán descender en el ranking de los top10.
- En el grupo HS 0703 (cebollas, chalotes, ajos) Rusia está posicionado en el noveno lugar dentro del ranking de los importadores top 10, sin embargo el incremento que

registró fue de un 37,48%, un incremento considerable pero lejos del 60,5% de la media del comercio. En consecuencia, probablemente en los próximos años deje su noveno puesto como importador frente a Países Bajos (en 10º lugar) y otros mercados emergentes fuera de este listado. En el sector de los exportadores, Bélgica ha reducido su oferta internacional un 2,45% de su valor y por lo tanto, está cerca de abandonar el grupo de exportadores top 10 en los próximos periodos.

- En el caso de las hortalizas secas cortadas (HS 0712), Italia se aleja de sus compañeros importadores del grupo top 10, dado el bajo incremento de sus importaciones (6,65%) muy alejado de la media del comercio internacional que llegó a un 76,06%. Una situación similar se identifica en las exportaciones con Estados Unidos, país que incrementó la oferta en menos de un 7% frente a los fuertes incrementos de otros países en este grupo de hortalizas.



## SECCIÓN 2. CLASIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LOS TIPOS DE MERCADO DE PRODUCTOS HORTÍCOLAS EN EL MUNDO



# 1. IDENTIFICACIÓN DE LOS GRUPOS DE HORTALIZAS DE OPORTUNIDAD Y EMERGENTES



## 1.1 TENDENCIAS DE LOS GRUPOS DE HORTALIZAS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

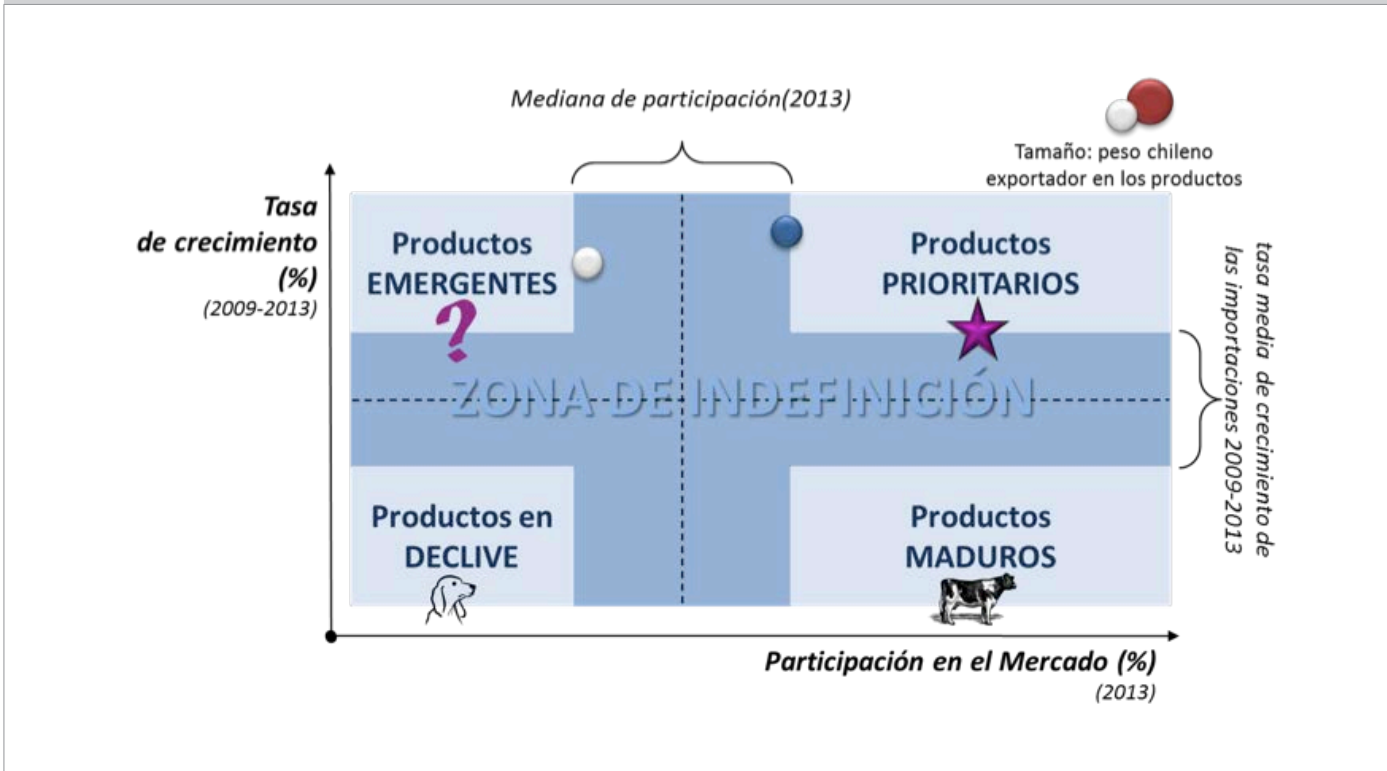
En esta sección se analizan los distintos grupos de hortalizas identificados anteriormente en el análisis del comercio internacional, para determinar su posición estratégica en el mercado a nivel mundial y su grado de oportunidad.

En la siguiente figura se grafica la matriz metodológica de 2x2 que se utilizó para determinar el posicionamiento de los distintos grupos de hortalizas, considerando el valor de su participación en el total del comercio internacional en 2013, así como la tasa de crecimiento respecto del año 2009.

La posición de la participación del mercado aparece en el eje X y el eje Y representa la tasa de crecimiento en el periodo 2009 – 2013. Con esta distribución, los grupos HS identificados en 2013 se posicionan en el comercio exterior y se clasifican por grado de interés y con ello, es posible decidir los enfoques y estrategias a seguir para cada segmento: invertir, desinvertir o incluso abandonar.



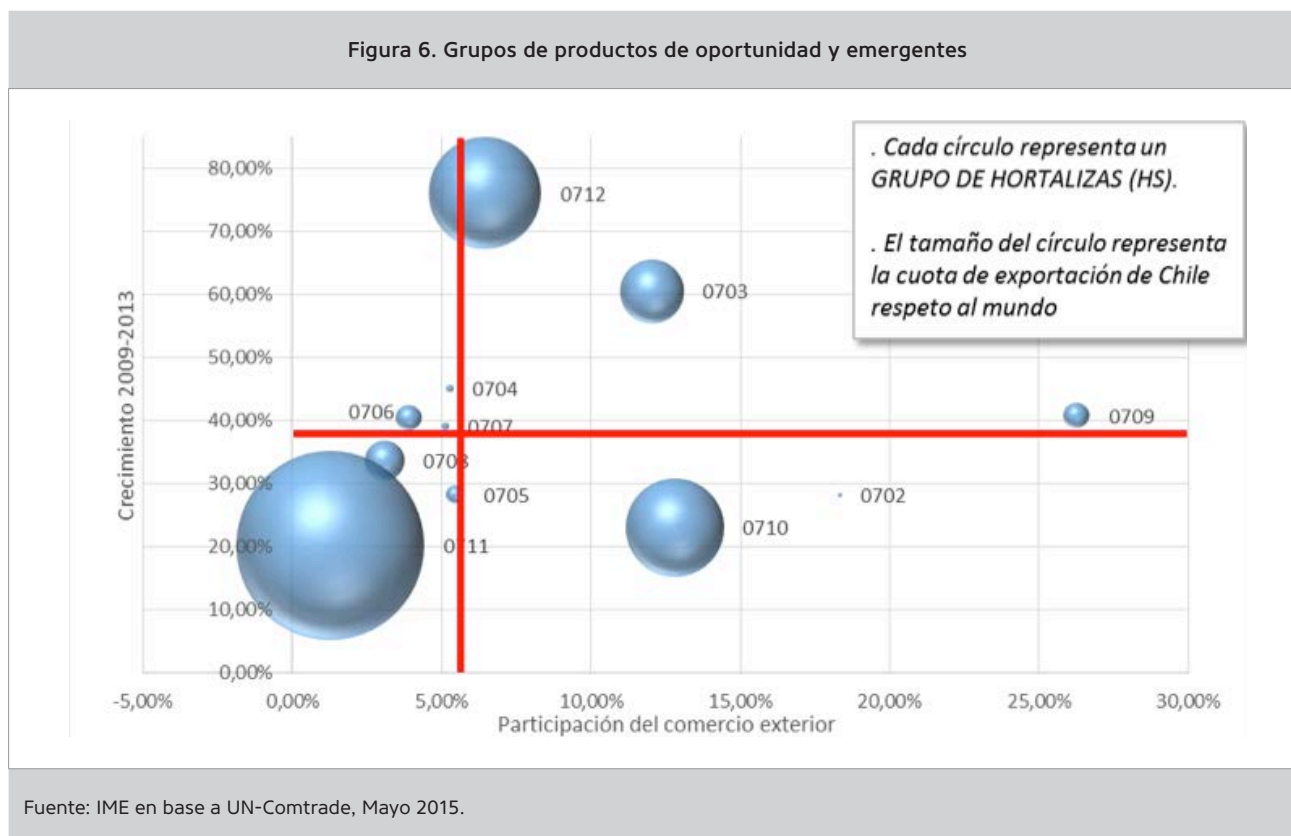
Figura 5. Matriz de posicionamiento de los grupos de hortalizas en el mercado internacional



Fuente: Elaborado por IME, Mayo 2015

- En el cuadrante superior izquierdo se ubican los productos emergentes, caracterizados por participaciones reducidas de mercado pero con un fuerte crecimiento. Su baja participación puede deberse a una incorporación reciente en la demanda o por responder a un carácter de nicho, con un volumen limitado pero de productos de alto valor añadido.
- En el cuadrante superior derecho se ubican los productos prioritarios, los que muestran una mayor potencialidad y generan más interés por su importante participación en el mercado mundial y por sus altas tasas de crecimiento, ofreciendo mejores oportunidades para su abordaje.

- En el cuadrante inferior derecho se sitúan los productos maduros, aquellos productos con poco crecimiento y alta participación de mercado. Genera pocas utilidades o pérdidas, con bajo o nulo potencial de crecimiento y por lo tanto, los esfuerzos y la inversión para afrontar este grupo de productos debieran ser mínimos.
- Por último, en el cuadrante inferior izquierda, están los productos en declive, caracterizados por un bajo crecimiento y poca participación de mercado, con baja rentabilidad o incluso negativa.
- A continuación se grafican los resultados del análisis de posición estratégica de los distintos grupos de hortalizas a nivel mundial (Figura 6). Para dividir los dos ejes y formar los cuadrantes (líneas rojas) se utilizó el valor del crecimiento medio del comercio exterior 2009 - 2013 (38,46%) y la media en cuota de participación de los grupos de productos del total del comercio (5,45%).



Como resultado de la matriz anterior, se identifican a continuación los grupos de hortalizas (HS) clasificados según el tipo de mercado en el que se ubican:

#### Grupos Prioritarios:

- ✓ **0703** Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados (TN701).
- ✓ **0709** Las demás hortalizas, frescas o refrigeradas (TN701). Incluye espárragos, berenjenas, apio (excepto el apionabo), pimenta, espinacas, armuelles, alcachofas, aceitunas, calabazas y calabacines.
- ✓ **0712** Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación (TN701).

#### Grupos Emergentes:

- ✓ **0704** Coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles similares del género *Brassica*, frescos o refrigerados (TN701) (TN084).
- ✓ **0706** Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifés, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados (TN084) (TN701).
- ✓ **0707** Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados (TN084) (TN701).

#### Grupos Maduros y en Declive:

- ✓ **0702** Tomates frescos o refrigerados (TN701) (TN084).
- ✓ **0705** Lechugas (*Lactuca sativa*) y achicorias, comprendidas la escarola y la endibia (*Cichorium spp.*), frescas o refrigeradas (TN084) (TN701).

- ✓ **0708** Hortalizas de vaina, aunque estén desvainadas, frescas o refrigeradas (TN701) (TN084).
- ✓ **0710** Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas (TN701) (TN084).
- ✓ **0711** Hortalizas conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar dicha conservación), pero todavía no aptas para consumo inmediato (TN701) (TN084).

Los grupos prioritarios y emergentes reúnen las características de interés para el presente estudio, especialmente los prioritarios que se recomienda potenciarlos al máximo por su gran crecimiento y participación en el mercado.

## 1.2 DESCRIPCIÓN DE LOS GRUPO HORTÍCOLAS PRIORITARIOS Y EMERGENTES

### 1.2.1 Grupos de hortalizas PRIORITARIOS

- ✓ **0703** Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados

Destacan en este grupo las cebollas y chalotes que abarcaron el 57,89% del total de sus importaciones, le siguen los ajos con un 34,03% y más alejados, los puerros que sólo representan el 8,09% del total del grupo.

Entre los años 2009 y 2013, los ajos han registrado el mayor incremento del total de importaciones del grupo, con un crecimiento cercano al 71% (Cuadro 1). Los otros dos grupos (0703.10 y 0703.9000) también registran incrementos significativos, ambos sobre el 50%.

**Cuadro 1.** Importaciones de cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados (miles USD)

CÓDIGO HS 6	PRODUCTO	2013 (MILES DE USD)	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013
070310	Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados	3.500.820	56,13%	57,89%
070320	Ajos frescos o refrigerados	2.057.689	70,64%	34,03%
070390	Puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados.	489.017	52,85%	8,09%
<b>TOTAL HS0703</b>	<b>Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados</b>	<b>6.047.525</b>	<b>60,5%</b>	<b>100%</b>

Fuente: IME en base a UN-Comtrade, Mayo 2015.

✓ **0709** Las demás hortalizas, frescas o refrigeradas

De los 14 productos que comprenden el grupo 0709 (ver Anexo 2), los pimientos abarcaron casi el 39% del total del valor importado en 2013 con más de 5.000 millones de dólares. Le siguen más alejados los productos hortícolas restantes (quingombó, perejil, cebollas salvajes de la especie *Muscari comusum*, hojas de cilantro, entre otros) que obtuvieron una cuota de 15,79% y los espárragos con casi un 11% del total importado para este grupo (Cuadro 2).

Destaca también el comercio de calabazas que alcanzó casi los 1.300 millones de dólares (9,85% de cuota) y las callampas que superaron los 1.100 millones de dólares (8,35% del total del grupo).

Los 5 productos señalados representaron el 83% del total del valor importado del grupo de hortalizas 0709.

**Cuadro 2.** Importaciones de las demás hortalizas, frescas o refrigeradas (miles de USD)

CÓDIGO HS 6	PRODUCTO	2013 (MILES DE USD)	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013
'070960	Pimientos del genero capsicum o del genero pimenta	5.052.621	44,21%	38,29%
'070999	Hortalizas frescas o refrigeradas ncop	2.083.611	nd	15,79%
'070920	Espárragos frescos o refrigerados	1.416.763	49,56%	10,74%
'070993	Calabazas frescas o refrigeradas, la calabaza y calabazas	1.299.893	nd	9,85%
'070951	Callampas frescas o refrigeradas	1.101.931	29,95%	8,35%
'070959	Setas y demás hongos, comestibles, frescas o refrigeradas (exc. hongos del género Agaricus	727.270	33,85%	5,51%
'070930	Berenjenas, frescas o refrigeradas.	537.329	37,80%	4,07%
'070990	Las demás hortalizas frescas o refrigeradas	310.039	-88,88%	2,35%
'070940	Apio, excepto el apinabo, frescos o refrigerados.	281.284	47,45%	2,13%
'070970	Espinacas y armuelles, frescas o refrigeradas.	235.059	54,00%	1,78%
'070991	Alcachofas, frescas o refrigeradas	89.393	nd	0,68%
'070992	Aceitunas frescas o refrigeradas	61.261	nd	0,46%
'070952	Trufas, frescas o refrigeradas.	2.178	-52,89%	0,00%
TOTAL HS0709	Las demás hortalizas, frescas o refrigeradas	<b>13.196.875</b>	<b>40,85%</b>	<b>100%</b>

Fuente: IME en base a UN-Comtrade, Mayo 2015.



La tendencia en la evolución de las importaciones es dispar en los distintos productos e incluso la falta de datos en fechas anteriores a 2013, imposibilita identificar claramente el crecimiento registrado por este grupo entre 2009 y 2013. Pese a ello, se identificaron a las espinacas, los espárragos y el apio con incrementos significativos en sus importaciones del orden del 50%.

A pesar del gran crecimiento de este grupo, se identificaron dos productos que han reducido considerablemente el valor de importación en el periodo analizado. El primero son las “demás hortalizas frescas o refrigeradas (HS070990)” con una disminución que alcanzó al 89%. Esta categoría comprende tanto las ensaladas, excepto las lechugas (*Lactuca sativa*), y achicorias comprendidas la escarola y la endivia; Acelgas y cardos; Alcaparras; Hinojo; etc.

En segundo lugar, las trufas, frescas o refrigeradas, han reducido más de un 52% el valor de importación entre 2009 - 2013, alcanzando un valor aproximado de 2 millones de dólares.

- ✓ 0712 Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación

Dentro de la partida HS0712, el grupo 071290 de “Las demás hortalizas; mezclas de hortalizas” (Ver Anexo 2) representa el 47% del total de productos considerados, con un valor de importación superior a los 1.500 millones de dólares en 2013. Las setas y hongos cortados superaron los 1.000 millones de dólares, lo que representó el 33,29% del total importado por el grupo 0712.

Con una participación del 11,33%, las cebollas fueron el tercer producto más importado con 367 millones de dólares (Cuadro 3).

La tendencia en la evolución muestra a tres productos con un fuerte incremento entre 2009 y 2013. El mayor registro lo obtienen las orejas de *Judas Auricularia* con casi un 300%. Las setas y demás hongos y trufas troceadas le siguen con un aumento de 248,19% y los hongos gelatinosos *Tremella spp* con 203,27%.

**Cuadro 3.** Importaciones de las hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación (miles de USD)

CÓDIGO HS 6	PRODUCTO	2013 (MILES DE USD)	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013
'071290	Las demás legumbres y hortalizas; mezclas de hortalizas y/o legumbres	1.525.325	38,74%	47,00%
'071239	Setas y demás hongos y trufas, secas, incl. las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas	1.080.504	248,19%	33,29%
'071220	Cebollas, incluso en trozos o rodajas, sin otra preparación, secas.	367.535	13,11%	11,33%
'071232	Orejas de Judas <i>Auricularia</i> spp., secas, incl. las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas	165.612	296,85%	5,10%
'071231	Hongos del género <i>Agaricus</i> , secos, incl. los cortados en trozos o en rodajas o los triturados	71.590	33,33%	2,21%
'071233	Hongos gelatinosos <i>Tremella</i> spp., secos, incl. los cortados en trozos o en rodajas o los triturados	34.688	203,27%	1,07%
TOTAL HS0712	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos	3.245.277	76,06%	100%

Fuente: IME en base a UN-Comtrade, Mayo 2015.

### 1.2.2 Grupos de hortalizas EMERGENTES

- ✓ **0704** Coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles similares del género *Brassica*, frescos o refrigerados

El grupo HS 0704 abarca 3 subgrupos (Tabla 1 Anexo 2) que en su conjunto alcanzaron cerca de 2.650 millones de dólares de valor de importación en 2013. Destaca en primer lugar el producto 070490 “Los demás” que incluyen las coles blancas y rojas (lombardas), con un valor de comercio internacional que superó los 1.500 millones de dólares (Cuadro 4).

Las coliflores y brócolis le siguen con más de 1.000 millones USD y a bastante distancia, las coles de Bruselas con más de 367 millones de dólares.

Respecto de la evolución registrada para el periodo 2009 – 2013, la coliflor y brócolis han obtenido un incremento de casi un 250%. Con un crecimiento mucho más moderado están las demás coles y productos similares cuyo valor en 2013 representó un 38,74% superior a 2009. El último grupo, coles de Bruselas aumentó un 13,11% su valor de importación.

**Cuadro 4.** Importaciones de las coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles similares del género *Brassica*, frescos o refrigerados (miles de USD)

CÓDIGO HS 6	PRODUCTO	2013	EVOLUCIÓN 2009-2013	CUOTA 2013
'070490	Los demás coles y productos similares, frescos o refrigerados.	1.525.325	38,74%	47,00%
'070410	Coliflores y brécoles, frescos o refrigerados.	1.080.504	248,19%	33,29%
'070420	Coles de Bruselas, frescos o refrigerados.	367.535	13,11%	11,33%
<b>TOTAL HS0704</b>	<b>Coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, colinabos</b>	<b>2.646.131</b>	<b>45,10%</b>	<b>100%</b>

Fuente: IME en base a UN-Comtrade, Mayo 2015.

- ✓ **0706** Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados

Las zanahorias y nabos (0706.10.00) alcanzan el 70% del valor que llega a 1.358 millones USD. Los demás (0706.90.00) obtuvieron 600 millones de dólares, es decir, un 30,49% de la cuota del valor de importación total del HS 0706 (Cuadro 5).

Respecto de la evolución registrada para el periodo 2009 – 2013, se destaca que ambos productos obtuvieron buenos resultados, en especial “Los demás” (las remolachas, salsifíes, apionabos...) cuyo valor de importación se incrementó un 56,81% por encima del valor obtenido en 2009. Las zanahorias y nabos crecieron un 34,36%.



**Cuadro 5.** Importaciones de zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifés, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados (miles de USD)

CÓDIGOHS 6	PRODUCTO	2013	EVOLUCIÓN2009-2013	CUOTA 2013
'070610	zanahorias y nabos frescos o refrigerados	1.358.305	34,36%	69,51%
'070690	remolachas para ensalada, salsifés, apionabos, rábanos, frescos o ref	595.852	56,81%	30,49%
TOTAL HS0706	Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifés, apionabos	1.954.164	40,50%	100%

Fuente: IME en base a UN-Comtrade, Mayo 2015.

✓ **0707** Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados

El grupo 0707 comprende sólo a los “Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados” (0707.00.00) que alcanzaron un valor de importación de más de 2.500 millones de dólares (Cuadro 6).

Respecto de la evolución registrada para el periodo 2009 – 2013, la variación para este grupo fue de un 39,19%, valor por encima de la media mundial en comercio internacional de hortalizas (38,46%).

**Cuadro 6.** Importaciones de pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados (miles de USD)

CÓDIGOHS 6	PRODUCTO	2013	EVOLUCIÓN2009-2013	CUOTA 2013
'070700	Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados.	2.574.438	39,19%	100%
TOTAL HS0707	Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados.	2.574.438	39,19%	100%

Fuente: IME en base a UN-Comtrade, Mayo 2015.

### 1.3 IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS HORTÍCOLAS DE INTERÉS O POTENCIAL EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

A partir del análisis de los 6 grupos de hortalizas prioritarios y emergentes realizado en la sección anterior (3.5), se identifican a continuación los productos en detalle que guardan mayor oportunidad en el mercado internacional de hortalizas (Cuadro 7). Se consideran 30 productos destacados del análisis anterior, los cuales se ordenan en función del mayor peso de sus importaciones y en aquellos que guardan, a priori, un fuerte potencial para los próximos años.

**Cuadro 7.** Productos hortícolas de interés y/o con potencial, de acuerdo con importaciones y evolución 2009-2013.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CÓDIGO DEL PRODUCTO	VALOR IMPORTADO EN 2013(MILES USD)	EVOLUCIÓN 2009/2013
Pimientos del genero capsicum o del genero pimenta	'070960	5.052.621	44,21%
Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados	'070310	3.500.820	56,13%
Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados.	'070700	2.574.438	39,19%
Hortalizas frescas o refrigeradas ncop	'070999	2.083.611	nd
Ajos frescos o refrigerados	'070320	2.057.689	70,64%
Las demás legumbres y hortalizas; mezclas de hortalizas y/o legumbres	'071290	1.525.325	38,74%
Demás coles y productos similares, frescos o refrigerados.	'070490	1.460.508	46,42%
Espárragos frescos o refrigerados	'070920	1.416.763	49,56%

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CÓDIGO DEL PRODUCTO	VALOR IMPORTADO EN 2013(MILES USD)	EVOLUCIÓN 2009/2013
zanahorias y nabos frescos o refrigerados	'070610	1.358.305	34,36%
Calabazas frescas o refrigeradas, la calabaza y calabazas	'070993	1.299.893	nd
Callampas frescas o refrigeradas	'070951	1.101.931	29,95%
Setas y demás hongos y trufas, secas, incl. las cortadas en trozos o en rodajas	'071239	1.080.504	248,19%
Coliflores y brécoles, frescos o refrigerados.	'070410	1.053.185	45,80%
Remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos, rábanos, frescos o ref	'070690	595.852	56,81%
Puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados.	'070390	489.017	52,85%
Apio, excepto el apinabo, frescos o refrigerados.	'070940	281.284	47,45%
Espinacas y armuelles, frescas o refrigeradas.	'070970	235.059	54,00%
Orejas de Judas Auricularia spp., secas, incl...	'071232	165.612	296,85%
Hongos gelatinosos Tremella spp., secos, incl. los cortados en trozos...	'071233	34.688	203,27%
Setas y demás hongos, comestibles, frescas o refrigeradas...	'070959	727.270	33,85%

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CÓDIGO DEL PRODUCTO	VALOR IMPORTADO EN 2013(MILES USD)	EVOLUCIÓN 2009/2013
Berenjenas, frescas o refrigeradas.	'070930	537.329	37,80%
Cebollas, incluso en trozos o rodajas, sin otra preparación, secas.	'071220	367.535	13,11%
las demás hortalizas frescas o refrigeradas	'070990	310.039	-88,88%
Coles de Bruselas, frescos o refrigerados.	'070420	132.444	27,52%
Alcachofas, frescas o refrigeradas	'070991	89.393	nd
Hongos del género Agaricus, secos, incl. los cortados en trozos o en rodajas...	'071231	71.590	33,33%
Aceitunas frescas o refrigeradas	'070992	61.261	nd
Trufas, frescas o refrigeradas.	'070952	2.178	-52,89%
Alcachofas frescas o refrigeradas	'070910	36	-82,35%

Fuente: IME en base a UN-Comtrade, Mayo 2015.

Los códigos etiquetados en color rojo son los 19 productos que estarían dentro de los siguientes criterios:

- ✓ Productos que representan el 80% del total de los 30 productos hortícolas analizados previamente.
- ✓ Productos cuya evolución revela una tendencia al crecimiento por encima del resto de hortalizas del mundo.

De estos 19, cabe destacar **7 productos** que cumplen con ambos requisitos lo que puede representar **importantes oportunidades comerciales**.

1. Pimientos del genero capsicum o del genero pimenta
2. Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados
3. Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados.
4. Ajos frescos o refrigerados
5. Las demás legumbres y hortalizas; mezclas de hortalizas y/o legumbres
6. Demás coles y productos similares, frescos o refrigerados.
7. Espárragos frescos o refrigerados

**Cuatro productos** cuenta con un **alto valor de importación** pero sus cifras respecto a 2009 no revelen fuertes incrementos o no existen datos:

1. Hortalizas frescas o refrigeradas ncop
2. Zanahorias y nabos frescos o refrigerados
3. Calabazas frescas o refrigeradas, la calabaza y calabazas
4. Callampas frescas o refrigeradas

Por último, existen **8 productos** importantes de destacar en este posicionamiento, que a pesar de no manejar grandes valores de importación, están marcando una **fuerte tendencia al crecimiento** y en consecuencia son productos con fuerte potencial.

1. Setas y demás hongos y trufas, secas, incl. Las cortadas en trozos o en rodajas
2. Coliflores y brécoles, frescos o refrigerados.

3. Remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos, rábanos, frescos o ref
4. Puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados.
5. Apio, excepto el apinabo, frescos o refrigerados.
6. Espinacas y armuelles, frescas o refrigeradas.
7. Orejas de Judas Auricularia spp., secas, incl...
8. Hongos gelatinosos Tremella spp., secos, incl. los cortados en trozos...



## 2. IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LOS MERCADOS PRIORITARIOS Y EMERGENTES EN LA IMPORTACIÓN DE HORTALIZAS

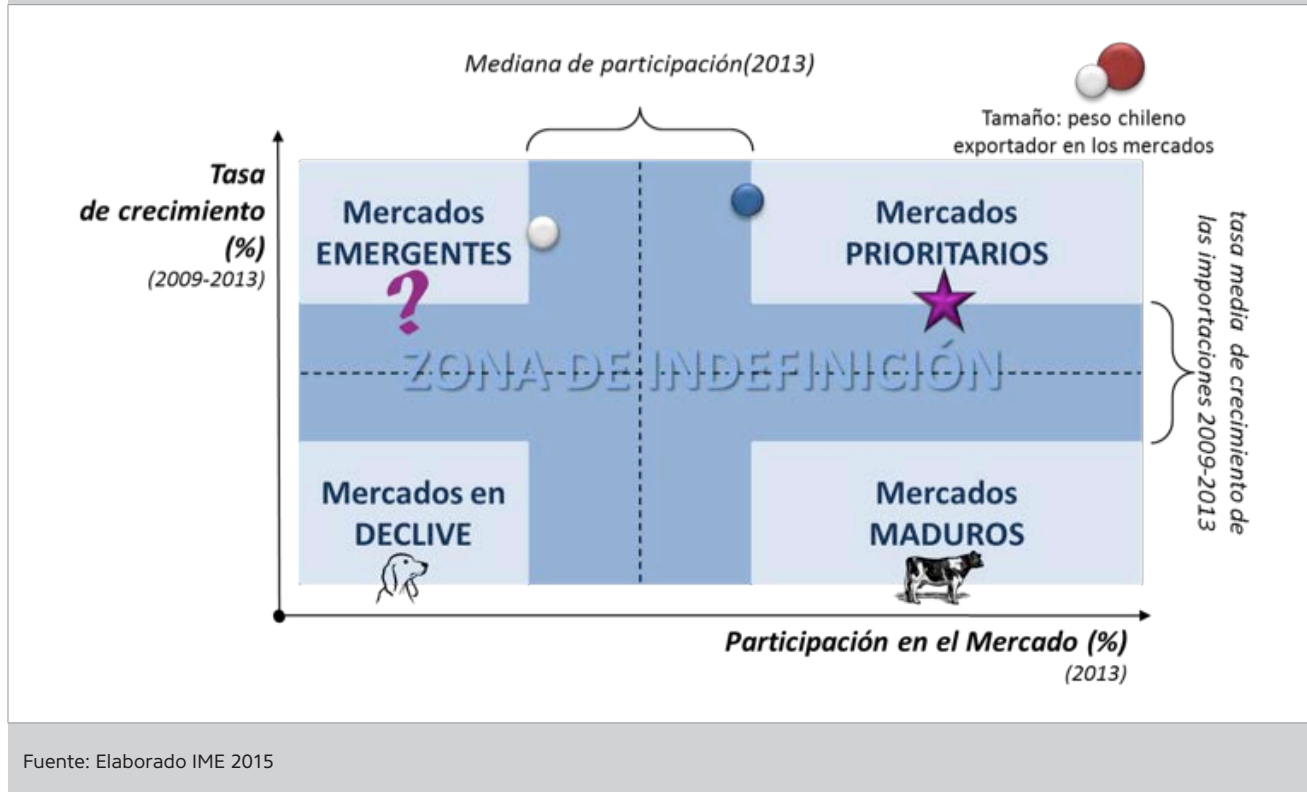


En este apartado se analizan los distintos mercados importadores identificados anteriormente en el análisis del comercio internacional, para determinar su posición estratégica a nivel mundial, y decidir los enfoques y estrategias a seguir en función de las oportunidades que éstos representan.

Se utiliza para determinar el posicionamiento estratégico de estos mercados, una matriz de 2x2 que considera el valor de sus importaciones en el total del comercio internacional y el crecimiento que han registrado en el periodo 2009 – 2013 (Figura 7).

La posición de la participación en mercado aparece en el eje X y el eje Y representa la tasa de crecimiento en el periodo 2009 – 2013.

Figura 7. Matriz de posicionamiento de los mercados importadores de hortalizas a nivel mundial



Fuente: Elaborado IME 2015

Situado en el cuadrante superior izquierdo se ubican los mercados emergentes; que muestran participaciones reducidas pero un fuerte crecimiento. Su baja participación puede deberse a una incorporación reciente en la demanda o por responder a un carácter de nicho, con un volumen limitado pero de productos de alto valor añadido

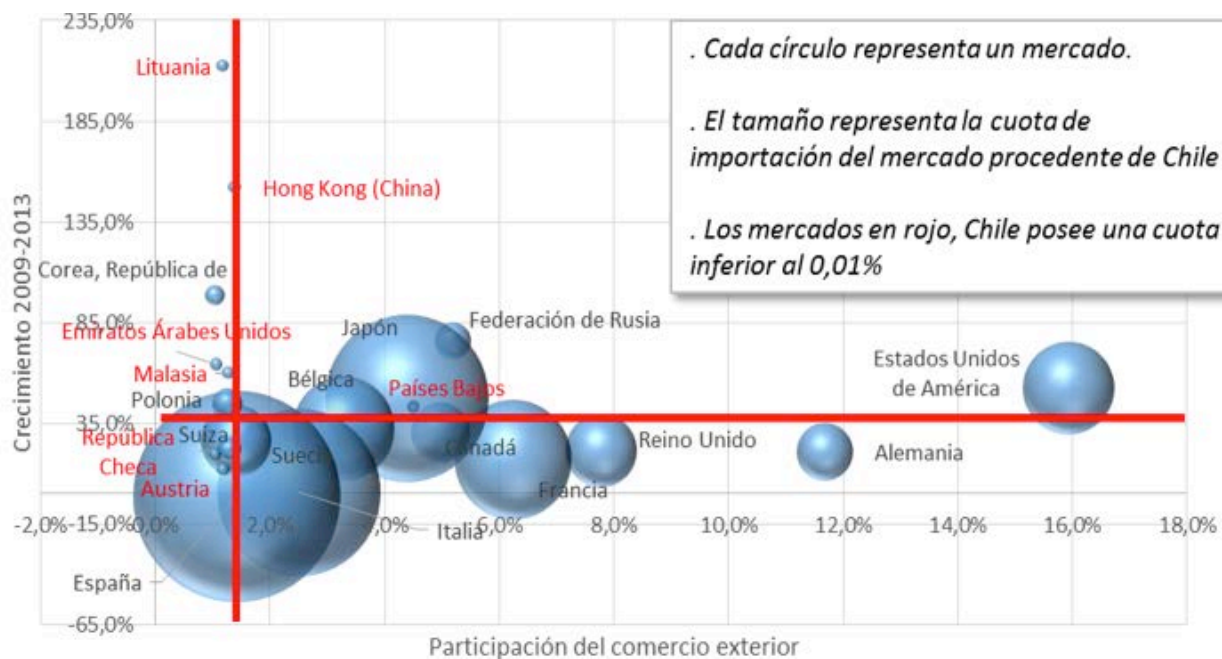
Respecto a los mercados prioritarios (cuadrante superior derecho), son considerados los mercados más atractivos y de mayor potencialidad. Un mercado grande y en crecimiento que ofrece más y mejores oportunidades para su abordaje.

Bajo los mercados prioritarios se encuentran los mercados maduros, que representan aquellos que están en decadencia y en consecuencia, los esfuerzos por afrontar estos mercados debieran ser mínimos.

Por último, en el cuadrante inferior izquierdo, están los mercados en declive o ralentizándose. Se trata de la demanda cuya posición y expectativas para el producto están en fase de deterioro o creciendo a un ritmo inferior a la dinámica mundial.

A continuación se grafican los resultados del análisis de posición estratégica de los distintos mercados importadores de hortalizas a nivel mundial.

Figura 8. Mercados importadores de hortalizas: *emergentes y de oportunidad*



Fuente: Comtrade-UN. Elaboración IME



Como resultado de la matriz anterior, se identifican y describen a continuación los mercados importadores de hortalizas (HS) clasificados según su grado de oportunidad y relevancia en el contexto mundial.

**\* Mercados Prioritarios**

- ✓ Estados Unidos de América
- ✓ Federación de Rusia
- ✓ Países Bajos
- ✓ Japón

**\* Mercados Emergentes**

- ✓ Hong Kong (China) (situado en zona de incertidumbre entre mercado prioritario y emergente, se ha ubicado en este último debido al poco peso que poseen las exportaciones chilenas de hortalizas en esta Región Administrativa Especial)
- ✓ Malasia
- ✓ Polonia
- ✓ Lituania
- ✓ Emiratos Árabes Unidos
- ✓ República de Corea

**\* Mercados Maduros**

- ✓ Alemania
- ✓ Reino Unido
- ✓ Francia
- ✓ Canadá

✓ Bélgica

✓ Italia

**\* Mercados en Declive o en Ralentización**

✓ España

✓ Suecia

✓ Suiza

✓ Austria

✓ República Checa



## 2.1 DESCRIPCIÓN DE LOS MERCADOS IMPORTADORES DE HORTALIZAS: PRIORITARIOS Y EMERGENTES

### 2.1.1 Mercados PRIORITARIOS

Cuatro importadores se han clasificado con una tendencia prioritaria en la compra internacional de hortalizas. A continuación se describen sus proveedores, los productos y grado de concentración de las importaciones.

#### Estados Unidos de América



Mayor importador mundial de hortalizas en 2013 con más de 8.000 millones de dólares, casi un 16% de la sumatoria mundial. Respecto a 2009, ha aumentado dicho valor un 52,5%.

El producto más importado por este país son los tomates con más de 2.066 millones de dólares, equivalente a un 26% del valor total importado de hortalizas, un 40% más que en 2009. Le siguen los pimientos con casi 1.374 millones de dólares, un 16% de las importaciones estadounidenses y los pepinos y pepinillos con 677 millones dólares y los espárragos con 609 millones USD (ambos con un 8% de la cuota).

Respecto de la evolución registrada para el periodo 2009 – 2013, se destaca un fuerte incremento en varios productos. Los ajos frescos y refrigerados registraron un incremento de 154%; y las demás coles y productos similares lo hicieron un 95%.

Otro incremento destacable (y con un volumen de importaciones relevantes) lo muestran los pepinos y pepinillos, con un aumento de un 83% para alcanzar el 8% del valor de las importaciones

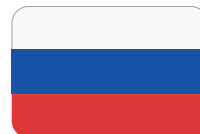
totales de Estados Unidos en 2013. Los espárragos han registrado una situación similar a los pepinos y pepinillos aunque su crecimiento se situó en un 75%.

#### **¿Quién provee de hortalizas a Estados Unidos?**

El principal proveedor de Estados Unidos en 2013 fue México que aportó el 65% de las hortalizas importadas y le sigue Canadá con un 15,3% del valor. El resto de los principales proveedores son: Perú (5,8%), China (5,2%), Guatemala (2,3%), Países Bajos (1,2%), Rep. Dominicana (0,6%), Honduras (0,5%), España (0,3%) y Ecuador (0,4%).

Cabe destacar que países como República Dominicana ha aumentado su cuota un 50% en 5 años; mientras que España, Países Bajos, o Ecuador están reduciendo considerablemente su porcentaje como proveedores en las importaciones estadounidenses de hortalizas. Por otra parte, México y China aumentan como principales proveedores del país.

#### Federación de Rusia



Rusia fue el quinto importador mundial de hortalizas en 2013 con más de 2.600 millones de dólares, un 5,2% de la sumatoria mundial. Respecto a 2009, ha aumentado dicho valor un 76%. El producto más importado por este país son los tomates con más de 1.104 millones de dólares (42% del valor total importado de hortalizas), un 70% más que en 2013.

Con un valor de importación mucho más reducido, los pepinos y pepinillos fueron la segunda categoría más importada con más

de 290 millones de dólares (un 11% del valor total de importaciones rusas de hortalizas). Con un 9% de cuota, los pimientos fueron el tercer producto con casi 244 millones de dólares de importación rusa.

Si se analizan las evoluciones 2009-2013, entre los principales productos importados, destacan las berenjenas que han aumentado su valor un 233% hasta superar los 50 millones de dólares.

Los ajos que casi alcanzaron los 70 millones de USD de importaciones rusas en 2013, han obtenido un incremento respecto a 2009 de un 156%.

Remolachas y pepinos han incrementado su valor alrededor de un 135%, aunque la primera sólo llegó a los 56 millones de dólares; mientras que los pepinos y pepinillos casi llegaron a los 292 millones de dólares.

Las zanahorias también obtuvieron un incremento por encima de la media de importación hortícola rusa. Concretamente superaron los 126 millones de dólares un 79% más que en 2009.

### ¿Quién provee de hortalizas a Federación Rusia?

El principal proveedor en 2013 fue Turquía que aportó el 21,8% de las hortalizas importadas. A distancia le sigue China con un 13,5% del valor. Polonia, Países Bajos y España han rondado casi el 10% de participación.

Respecto a evoluciones, destaca el fuerte incremento del peso de la hortalizas española en el país, que alcanzó a un 109,09% en 2013 respecto a 2009.

### Países Bajos



Países Bajos fue el séptimo importador mundial de hortalizas en 2013 con más de 2.260 millones de USD, un 4,5% de cuota. Respecto a 2009, ha aumentado dicho valor un 43,2%.

El producto más importado por este país son los tomates con más de 385 millones de dólares (17% del valor total importado de hortalizas), un 38% más que en 2013.

Los pimientos le siguen con un 11% del valor total, con unos 245 millones de dólares y los pepinos y pepinillos con 147 millones de dólares, un 7% del valor total importado en hortalizas por los Países Bajos.

Respecto de la evolución registrada para el periodo 2009 – 2013, se destaca el incremento de las lechugas en un 128%, las berenjenas en un 99%, las cebollas en un 89% o las coliflores en un 80%. Destacable es también que la importación de callampas se haya reducido un 13% o que el subgrupo de demás hortalizas y legumbre apenas haya variado su valor de importación en estos 5 años.

### ¿Quién provee de hortalizas a Países Bajos?

El principal proveedor internacional de hortalizas de Países Bajos en 2013 fue España que aportó el 38,1% de las hortalizas importadas. A distancia le sigue Bélgica con un 14,4% del valor. El resto de los principales proveedores son: Alemania, Francia e Italia con un 7,3%, 6,7% y 3,8%, respectivamente.

Respecto a evoluciones, lo más destacable es la reducción en la cuota de participación de Israel y Polonia con alrededor de un 33% de decrecimiento.

El mayor crecimiento que afianza su posición de principal proveedor es España que ha aumentado su cuota en las importaciones holandesas un 9,8%.

### Japón



Japón fue el octavo importador mundial de hortalizas en 2013 con más de 2.200 millones de USD, un 4,4% de cuota. Esta cantidad representa un 47,1% sobre el valor de 2009.

En 2013, dentro de las hortalizas cocidas, al vapor, el producto de “demás hortalizas y legumbres” fue el más importado por un valor de 377 millones de dólares, un 17% de todas las hortalizas importadas por Japón.

Las mezclas cortadas en rodajas, etc. de hortalizas y legumbres, alcanzaron los 207 millones de dólares, un 9% del total importado por Japón en hortalizas. Las cebollas alcanzaron casi los 172 millones de dólares en importación (8% de cuota).

Respecto de la evolución registrada para el periodo 2009 – 2013, se destaca que el país ha aumentado considerablemente (en más de un 100%) las importaciones tanto de cebollas (tercer producto importado en Japón) como de zanahorias.

Las espinacas, pimientos y puerros han aumentado su presencia en las importaciones entre un 69% y un 86%.

Las únicas importaciones que han reducido su valor han sido las setas y demás hongos, comestibles, frescas o refrigeradas, con una reducción de un 2%.

### **¿Quién provee de hortalizas a Japón?**

El principal proveedor internacional de hortalizas de Japón en 2013 fue China que aportó el 56,4% de las hortalizas importadas. A distancia le sigue Estados Unidos con un 11,9% del valor. El resto de los principales proveedores son Corea, Tailandia y Nueva Zelanda que han rondado el 5% de cuota en 2013.

Respecto a 2009, estos 2 últimos han empeorado su posicionamiento un 20,34% y un 31,75%. Los Países Bajos, noveno proveedor, han aumentado su cuota un 63,64% y Perú, en último lugar, lo ha hecho en un 40%.

Proveedores como Tailandia o Nueva Zelanda han perdido peso en las importaciones japonesa (-20,34% y -31,75%). Estados Unidos y Taipei también han perdido fuerza en este mercado aunque en menor medida (-7,75% y -5,0%)

### **2.1.2 Mercados EMERGENTES**

Seis importadores se han clasificado con una tendencia emergente en la compra internacional de hortalizas. A continuación se describen sus proveedores, los productos y grado de concentración de las importaciones.

### Hong Kong



Hong Kong alcanzó importaciones en 2013 de más de 691 millones de dólares, un 1,4% de la sumatoria mundial. Respecto a 2009, ha registrado un incremento de 152,3%.

El 63% del valor de importación de Hong Kong en 2013 se concentra en dos productos: las setas y demás hongos y trufas (288 millones de dólares); y las hortalizas frescas o refrigeradas (144 millones de dólares) que comprenden productos como: ensaladas [excepto las lechugas (*Lactuca sativa*)] y achicorias, comprendidas la escarola y la endivia (*Cichorium spp.*), acelgas y cardos, alcaparras, hinojo, maíz dulce.

Las demás coles fue el tercer producto importado con casi 72 millones de dólares (10% de cuota).

Hortalizas tan demandadas en otros mercados como las lechugas o tomates frescos sólo representaron el 9% de las importaciones, con 35 y 27 millones de dólares, respectivamente.

Respecto a las evoluciones, en 2013 se registró un elevadísimo incremento en varios productos respecto a 2009 porque los datos recopilados pertenecen a los valores declarados por los países que exportan a este país, lo que evidencia una desviación y que será corregida en los próximos años.

Teniendo en cuenta las evoluciones más fiables, se identifica que las lechugas y tomates han conseguido los crecimientos más destacados: 564% y 335%, respectivamente.

Algunos productos como las demás coles o las setas y hongos no *Agaricus*, han reducido levemente su valor de importación respecto a 2009, concretamente un 16% y un 33%, respectivamente.

### ¿Quién provee de hortalizas a Hong Kong?

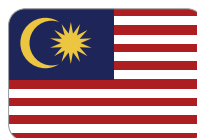
China controla la demanda internacional de Hong Kong en 2013 y la tendencia confirma que seguir en aumento con un 90%

del valor de importación. Esta cifra resulta lógica ya que Hong Kong es una región administrativa de este país por lo que resulta más interesante que otros países están entrando al mercado del gigante asiático por la puerta de Hong Kong.

Estados Unidos consiguió en 2013 llegar a un 3% de las importaciones de Hong Kong. Países Bajos o Tailandia sólo obtuvieron un 1,3% o un 1% de cuota.

La evolución revela claramente que China está aumentando su dominio en este mercado con un incremento de un 31,39%. El resto de mercado ha reducido su cuota visiblemente, como Estados Unidos que ha reducido su dominio más de un 71% o Países Bajos o Tailandia que lo hicieron alrededor de un 36%.

### Malasia



Malasia presenta un reducido valor de importación de hortalizas, de sólo un 1,3% del total, equivalente a 638 millones de dólares. No obstante, este país marca una tendencia a aumentar sus importaciones con una evolución respecto a 2009 de un 60%, situación que lo que la convierte en un país interesante.

El principal producto importado por Malasia fueron las cebollas y chalotes (213 millones de USD) con un 33% de la cifra total importada por el país. A distancia, le siguen los ajos con un 13% de cuota, equivalente a casi 86 millones de dólares. Con más de 60 millones de dólares importados, las coliflores se posicionaron en tercer lugar con un 10% y las zanahorias con un 9% en cuarto lugar (55 millones de dólares).

Respecto de la evolución registrada para el periodo 2009 – 2013, se destaca un considerable incremento en varios productos, siendo los productos de mejor evolución: las callampas (149%), las orejas de judas (133%) y los pimientos (119%).

Las coles, coliflores rondaron el 70% de crecimiento y las cebollas (primer producto importado por Malasia) aumentó un 61%.

El producto con menor crecimiento, aunque positivo, fueron las lechugas repolladas, con un 17% de aumento para obtener en 2013 un valor de más de 6 millones de dólares.

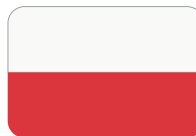
### ¿Quién provee de hortalizas a Malasia?

Nuevamente, China controla la demanda internacional de, en este caso, Malasia, aunque sin la fuerza que en Hong Kong. En 2013, proveía en un 52,4% de la demanda de este país y para septiembre de 2014 ya alcanzaba el 56,3%.

India obtuvo un 18,4% de cuota y otros países asiáticos, Tailandia y VietNam alcanzaron un 5,2% y un 4,2%. Fuera de Asia, Países Bajos alcanzó un 3,7% y Australia un 2,7%.

Respecto de las evoluciones sobre 2009, Vietnam y Nueva Zelanda han mejorado su posición en este mercado con incrementos del 207% y 171%, respectivamente. India ha perdido un 41% de su peso y Tailandia y Países Bajos un 9% y un 15%, respectivamente.

### Polonia



Polonia también se posicionó con 1,3% del valor total importado de hortalizas, unos 635 millones de dólares. Destaca por obtener una tendencia creciente sobre la media mundial del valor de importación, con una evolución 2009-2013 de un 45%.

Dos productos destacaron entre las importaciones polacas: los tomates frescos y los pimientos, con casi 180 y 98 millones de USD, respectivamente. Esto representó el 28% y 15% de cuota en 2013 para cada producto.

Los pepinos y la lechuga repollada fueron los siguientes. Polonia importó, respectivamente 50 y 36 millones de dólares de estos productos (un 8% y un 6% del total importado por este país). El resto de las importaciones queda muy repartido en coliflores, lechugas, cebollas, zanahorias, calabazas...etc.

Respecto de la evolución registrada para el periodo 2009 – 2013, se destacan las setas y hongos troceados y espinacas con más de un 120%; y las setas y demás hongos en entero y cebollas, con más de 100% de incremento.

Sólo las zanahorias han registrado una disminución entre los principales productos, que llegó a un -9%.

### ¿Quién provee de hortalizas a Polonia?

España se posicionó en 2013 como principal proveedor de hortalizas en Polonia con un 35,9% de su demanda. Países Bajos obtuvo un 16,7% y Alemania ocupa el tercer puesto con un 11,8%. Otro país europeo que le sigue es Italia con un 8,5%, hasta encontrar a China con 3,4% de esta demanda.

Respecto de las evoluciones sobre 2009, España pierde levemente fuerza como principal proveedor (-4,52% en participación en valor de las importaciones) aunque otros exportadores como China, Francia, Bélgica o Turquía lo hacen de forma más aguda.

Mientras tanto, Alemania ha mejorado su posicionamiento en este mercado en un 32,41% lo que augura que en pocos años suba en los puestos. Países Bajos también mejora aunque a menor ritmo (5,66%).

### Lituania



Lituania registró importaciones cercanas a los 586 millones de dólares, equivalente a un 1,2% de la sumatoria mundial. Si en algo destaca este país es por obtener el incremento más elevado respecto a 2009 de los principales compradores mundiales de hortalizas, concretamente un 213%.

Los tomates frescos y refrigerados representaron el 34% del total de las importaciones de hortalizas del país en 2013, casi 198 millones de dólares. A distancia le siguen los pimientos con más de 104 millones de USD (18% sobre el total).

Lechugas, callampas, o pepinos le siguen en la lista con 33, 31 y casi 30 millones de dólares, respectivamente.

Respecto a las evoluciones, se aprecia que varios productos han aumentado su demanda internacional en el país desde 2009. Destaca el crecimiento de las lechugas repolladas con un incremento de un 556%. Le siguen los pimientos con un incremento de 395%, los tomates y berenjenas que registraron ambos un crecimiento de 325%.

El único producto que ha obtenido un crecimiento leve han sido las callampas, con sólo un 13% de aumento respecto a 2009.

### **¿Quién provee de hortalizas a Lituania?**

Países Bajos abarcó el 68,9% del valor de las importaciones de Lituania de hortalizas en 2013. Polonia alcanzó un 8,5%, España le siguió con un 7,5%, luego Rusia (3,7%) y Reino Unido que ocupó el quinto puesto con un 3,2%.

Las evoluciones marcan grandes contrastes. El mercado alemán aumentó respecto a 2009 un 400% aunque con una cuota muy reducida. Italia ha incrementado su cuota un 60% hasta obtener el 1,6% de 2013 (y un 2% para septiembre de 2014) lo que pronostica que este exportador ganará dominio en los próximos años.

Contrariamente, Polonia ha reducido su fuerza un 68% y España un 36%, aunque para septiembre de 2014 este mercado ya representaba el 10% de la demanda de Lituania en hortalizas, lo que representa una mejora notable.

### Emiratos Árabe Unidos



Los Emiratos Árabes Unidos (Emiratos en adelante) superaron los 532 millones de dólares de importaciones, un 1,1% de la sumatoria mundial. Este país registró un 64% de incremento en el periodo 2009 – 2013, casi el doble que la tendencia mundial.

Los tomates y las cebollas fueron los dos principales productos importados por los Emiratos. El primero alcanzó los 111 millones de dólares (21% del valor de importación hortícola) y el segundo superó los 93 millones USD (18%).

El grupo de demás hortalizas al vapor (tomate, alcachofas, espárragos...) y el grupo de hortalizas frescas 070999 (acelga, cardo, ensaladas que no sean lechuga ni achicoria...) abarcaron ambos una cuota similar del 10% con cerca de 51 millones de dólares.

Respecto de la evolución registrada para el periodo 2009 – 2013, se destaca un considerable incremento año tras año de todos los productos hortícolas importados por este mercado. El producto que más ha aumentado sus importaciones ha sido las hortalizas al vapor y cocidas (tomate, espárrago, alcachofa...) que registraron un 426% de incremento. Les siguen los tomates, callampas y lechugas repolladas, que registraron un crecimiento superior al 110%:

Dos productos hortícolas importados por los Emiratos han reducido el valor de sus importaciones. Un grupo residual de hortalizas (quingombó, perejil, hojas de cilantro...) con un -85% y las coliflores con un -3%.

### ¿Quién provee de hortalizas a Emiratos Árabes Unidos?

Los Emiratos han resultado ser un mercado con unas importaciones bastante atomizadas. India fue el principal proveedor del país con un 21% de la demanda de hortalizas en este mercado. Jordania fue el siguiente país con 19,6% y China con 15,8% ocupó el tercer lugar. Países Bajos es el único proveedor europeo y sus sus hortalizas en los Emiratos representaron casi un 11% de la demanda internacional en este mercado.

Omán destacó por su fuerte incremento respecto a 2009: un 149,18% alcanzando el 8,55 de cuota en 2013. Estados Unidos también parece haber mejorado su presencia en el país con un incremento de un 50,61% de su cuota.

Por el contrario, India y Jordania están perdiendo posiciones ya que sus cuotas se han reducido un 8,75% y un 6,10% respectivamente.

### República de Corea



Las importaciones de República de Corea representaron el 1% del valor de demanda mundial de hortalizas, unos 526 millones de dólares. Su evolución respecto a 2009 le ha permitido posicionarse como un mercado emergente, con 99% de incremento en el valor de sus importaciones.

El principal producto importado por Corea (33% de cuota) lo abarcaron las legumbres y hortalizas cocidas o al vapor (tomates, alcachofas espárragos...) con 172 millones de dólares. Le siguen las hortalizas mezcladas y cortadas en rodajas o en trozos con casi 59 millones de dólares (un 11% de participación).

Las zanahorias enteras obtuvieron un valor similar, abarcando el 10% sobre el valor total importado por el país.

La falta de datos de años anteriores ha dejado varias categorías sin evoluciones analizables. De los que sí hay datos de 2009, se observa que las setas y hongos así como las coliflores han obtenido los incrementos más reseñables (377% y 291%, respectivamente).

Las mezclas de hortalizas en conserva o las remolachas también han aumentado sus importaciones en el país por encima del 121%.

### ¿Quién provee de hortalizas a República de Corea?



Al igual que sucedía en otros mercados importadores asiáticos, China es casi el proveedor en exclusiva de hortalizas en Corea del Sur. En 2013, su cuota equivalía al 90,6% del total importador por este país en hortalizas.

Nueva Zelanda y Estados Unidos obtuvieron un 2,8% y 2,4% de cuota y Vietnam un 1,6%. El resto de proveedores no alcanzaron el 1% de la demanda de hortalizas en este mercado.

Respecto de las evoluciones, China y Nueva Zelanda están perdiendo cuota mientras que otros países como Tonga o Perú aumentan un 300% y 200%, respectivamente. No obstante, su aportación a las importaciones de la República de Corea es muy residual.

Estados Unidos, tercer proveedor, ha aumentado su cuota un 33,33% respecto a 2009, lo que marca una tendencia favorable en el futuro para el país norteamericano en el país de Corea del Sur.

## 2.2 RESUMEN DE LA RELEVANCIA DE LOS MERCADOS HORTÍCOLAS IMPORTADORES DE INTERÉS MUNDIAL

A partir de la identificación y descripción de los 10 mercados hortícolas prioritarios y emergentes realizadas en la sección anterior, se analizan a continuación las principales características que permiten concluir su relevancia como mercados de interés.

- **Estados Unidos y Países Bajos** son los países que más veces se han situado a la cabeza de los mercados hortícolas importadores y por lo tanto de mayor oportunidad. Son mercados más “abiertos” al comercio exterior (menos limitaciones y

burocracia) y atractivos en sus variables socioeconómicas. Sin embargo, el país norteamericano ha concentrado su número de proveedores de hortalizas en el tiempo, es así como sólo dos mercados abastecen el 80% de lo que importa Estados Unidos en hortalizas. México es su principal vendedor de hortalizas (65%) seguido de Canadá, país que está perdiendo cuota en los últimos años a favor del país mexicano.

Países Bajos por su parte, es un mercado atomizado, donde el 80% de sus importaciones se reparten entre 9 mercados oferentes.

- **Hong Kong, Corea y Lituania** poseen también una concentración elevada del valor de sus importaciones en pocos proveedores. En casos como Hong Kong o Corea es claro puesto que más del 88% procede de China. En Lituania, un 66% procede de Países Bajos (y tiende a aumentar) y le siguen proveedores europeos quienes están registrando una tendencia a la baja.
- En el caso de **Hong Kong**, también se debe tener en cuenta su tamaño reducido, la distancia, pero sobre todo que es un mercado importador muy concentrado y sin cambios en la evolución.
- **Japón** también cuenta con una presencia muy fuerte del proveedor chino aunque de forma más moderada, siendo un mercado abierto a las importaciones procedentes de mercados americanos y europeos en menor medida. A Japón, le resta la distancia con Chile, así como la cantidad de documentos a presentar en las exportaciones y, sobre todo, la tasa arancelaria media simple.
- **Emiratos Árabes, Rusia, Polonia y Países Bajos** son los mercados que menor concentración de proveedores han registrado, de hecho el principal vendedor en estos países

no alcanza el 39% de cuota. Además, en los tres primeros, las evoluciones revelan que en el futuro habrá movimientos importantes en la lista de proveedores; mientras que en Países Bajos parecen más asentados. En el caso de Polonia, su bajo PIB per cápita o su baja calidad de infraestructura le ha perjudicado.

- **Emiratos Árabes** posee una permeabilidad interesante a la importación de hortalizas, tanto por estar bastante repartida en diferentes oferentes y por sus facilidades para la importación de productos. Sin embargo, Emiratos Árabes al igual que Lituania, pierden atractivo porque cuentan con una PIB per cápita inferior a los otros mercados y la población urbana es reducida lo que dificultaría la distribución.
- Los **mercados asiáticos** (Malasia, República de Corea, Hong Kong), además de encontrarse fuertemente controlados por un único proveedor (China), algunos de ellos poseen elevadas tasas arancelarias como es el caso de República de Corea.
- **Malasia** también cuenta con un bajo PIB per cápita en comparación con los otros 9 mercados y no hay registro de una tasa arancelaria media. No obstante, es el único importador que, a lo largo de los años, ha ampliado el número de países a los que compra más del 80% del valor total de importaciones.
- **Rusia** es un mercado complicado de penetrar pero que guarda interrogantes debido a su más reciente situación de relaciones internacionales con Europa. Cuenta con una tasa arancelaria media muy elevada y exige numerosos documentos en la gestión de importación de productos. Además, ha reducido el número de proveedores internacionales de hortalizas entre 2009 y 2013, no obstante, la situación

presente con la Unión Europea, prevé una apertura a los mercados exportadores fuera de la zona euro y del correspondiente veto ruso.

- Los mercados con **mayor variedad en sus importaciones** de hortalizas son: **Países Bajos, Japón, Emiratos, Estados Unidos y Polonia**. Por el contrario, aquellos que más concentran sus importaciones en pocos productos son: Rusia, Hong Kong, República de Corea, Lituania y Malasia.
- Los **tomates frescos o refrigerados** son el principal producto importado por estos mercados, concretamente por Estados Unidos, Lituania, Polonia, Países Bajos, Emiratos y de forma especial en Rusia (42% de sus importaciones hortícolas eran tomates). Los **pimientos, pepinos o cebollas** son, normalmente, el segundo producto más importado por estos países.
- Las **mezclas de hortalizas, setas y verduras troceadas** son el principal producto importado en los mercados asiáticos en general. El 42% de las importaciones de Hong Kong fueron setas troceadas (principal producto importado). La República de Corea y Japón también importaron en su mayoría de estos grupos.
- **Malasia** es la excepción en esta tendencia asiática, ya que su principal producto importado fueron las cebollas (33%) seguido de los ajos (13%).

Cabe decir que estos mercados no coinciden con los mercados prioritarios para Chile. Pero, he aquí el foco de interés de este análisis: la detección de los mercados de interés mundial y su enfrentamiento posterior a los mercados de interés chilenos para identificar nichos no cubiertos en la actualidad (por diversas razones), que podrían ser consideradas en un mediano a largo plazo.

## SECCIÓN 3. ANÁLISIS DE ENTORNO DEL SECTOR HORTÍCOLA EN CHILE



Se presenta en este capítulo un resumen de la situación nacional del sector productivo y comercial de las hortalizas frescas y con mínimo proceso. Para el levantamiento de esta información, se

utilizaron fuentes secundarias y primarias, entre estas últimas, se realizaron entrevistas y encuestas con instituciones públicas y empresas privadas.

# 1. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES SILVOAGROPECUARIAS CHILENAS

Las exportaciones agropecuarias y forestales nacionales aumentaron su valor desde USD 8.043 millones en 2005 a USD 15.936 millones en 2014, es decir, se incrementaron en un 98,1% durante el período, lo que equivale a una tasa de crecimiento anual promedio de 7,9%.

Los años 2010 y 2011 se caracterizaron por una recuperación de las exportaciones sectoriales, con aumentos de 15 y 16,8% respectivamente, y en 2011 se alcanzó el valor más alto post-crisis económica y financiera de 2009. No obstante, en 2012 se registró una leve disminución de 0,6%, debido principalmente a la caída del valor de los envíos a la Unión Europea (-8,7%) y Estados Unidos (-0,8%).

Finalmente, durante el año 2014 las exportaciones silvoagropecuarias chilenas mostraron un crecimiento de 2,8% respecto del año anterior.

## 1.1 ACUERDOS COMERCIALES

Los acuerdos comerciales preferenciales (ACP) cubren una dimensión significativa del comercio del sector. En el año 2005 Chile mantenía vigente nueve acuerdos que concentraban el 72,9% de

las exportaciones silvoagropecuarias, al año 2014 este porcentaje aumentó a 88%.

Dichas exportaciones, realizadas a diferentes socios comerciales, han mostrado una evolución positiva entre 2005 y 2014 y en general, el ritmo de crecimiento se ha incrementado luego de la entrada en vigencia de cada uno de los acuerdos respectivos. No obstante, esta tendencia se interrumpió producto de la crisis económica y financiera de 2009, salvo contadas excepciones que corresponden a los mercados de Canadá, China, Hong Kong, India, Vietnam y los países del P4 (Singapur, Nueva Zelanda y Brunei Darussalam).

Durante 2010 y 2011 se observó, en la mayoría de los casos, una recuperación de los montos exportados. En 2012, en tanto, la mayoría de los socios comerciales analizados en este estudio experimentó una disminución en sus importaciones desde Chile, lo que se tradujo en una baja de 0,6% en el monto total exportado por el sector. Este fenómeno se explicó, principalmente, por el descenso de los envíos a la Unión Europea (-8,7%). Sin embargo, durante 2013 se observó la recuperación de gran parte de los mercados, con la excepción de Venezuela (que volvió a disminuir en 23,3%), Japón, Colombia y Hong Kong.

Los mercados que registraron tasas más altas de crecimiento de las exportaciones sectoriales chilenas, durante la última década, correspondieron en la mayoría de los casos, a países con acuerdos comerciales firmados durante los últimos cinco años. La mayor expansión, con una gran distancia de los demás, se observó en las exportaciones a Turquía, que aumentaron cerca de 50 veces entre 2005 y 2014. Después destaca el crecimiento de las exportaciones a India (11 veces) y Vietnam (13,9). También destaca el aumento a China, que si bien ha sido menor que el de los países ya mencionados (seis veces), su envergadura hace que esta alza sea más significativa. En los últimos años también se han incrementado notablemente las exportaciones de otros socios comerciales: Mercosur (159%), Colombia (225%) y Corea del Sur (221%).

En el Cuadro 8 se identifican los acuerdos comerciales internacionales que mantiene Chile. Cabe señalar que nuevas alternativas de colocación para productos agrícolas se asocian, directamente, con la factibilidad de su ingreso a mercados donde se mantienen acuerdos comerciales vigentes, así como con la posibilidad de que sus envíos se realicen en forma permanente.

**Cuadro 8.** Acuerdos comerciales vigentes que mantiene Chile

PAÍS	ACUERDO COMERCIAL	ENTRADA EN VIGENCIA INTERNACIONAL
Australia	Acuerdo de Libre Comercio	2009 - Marzo 06
Bolivia	Acuerdo de Complementación Económica	1993 - Abril 06
Canadá	Acuerdo de Libre Comercio	1997 - Julio 05
Costa rica	Acuerdo de Libre Comercio	2003 - Febrero 14
El Salvador	Acuerdo de Libre Comercio	2004 - Febrero 14
Guatemala	Acuerdo de Libre Comercio	2005 - Febrero 14
Honduras	Acuerdo de Libre Comercio	2006 - Febrero 14
Nicaragua	Acuerdo de Libre Comercio	2007 - Febrero 14
China	Acuerdo de Libre Comercio	2006 - Octubre 01
Colombia	Acuerdo de Libre Comercio	2009 - Mayo 08

PAÍS	ACUERDO COMERCIAL	ENTRADA EN VIGENCIA INTERNACIONAL
Corea del sur	Acuerdo de Libre Comercio	2004 - Abril 02
Cuba	Acuerdo de Complementación Económica	2008 - Junio 27
Ecuador	Acuerdo de Complementación Económica	2010 - Enero 25
Islandia	Acuerdo de Libre Comercio	2005 - Diciembre 01
Liechtenstein	Acuerdo de Libre Comercio	2006 - Diciembre 01
Noruega	Acuerdo de Libre Comercio	2007 - Diciembre 01
Suiza	Acuerdo de Libre Comercio	2008 - Diciembre 01
Estados Unidos	Acuerdo de Libre Comercio	2004 - Enero 01
Hong Kong SAR	Acuerdo de Libre Comercio	2014 - Octubre 09
India	Acuerdo de Alcance Parcial	2007 - Agosto 17
Japón	Acuerdo de Asociación Económica	2007 - Septiembre 03
Malasia	Acuerdo de Libre Comercio	2012 - Febrero 25
Argentina	Acuerdo de Complementación Económica	1997 - Octubre 01
Paraguay	Acuerdo de Complementación Económica	1998 - Octubre 01
Venezuela	Acuerdo de Complementación Económica	1999 - Octubre 01
Brasil	Acuerdo de Complementación Económica	2000 - Octubre 01
Uruguay	Acuerdo de Complementación Económica	2001 - Octubre 01
México	Acuerdo de Libre Comercio	1999 - Julio 31

PAÍS	ACUERDO COMERCIAL	ENTRADA EN VIGENCIA INTERNACIONAL
Nueva Zelanda	Acuerdo de Asociación Económica	2007 - Noviembre 08
Singapur	Acuerdo de Asociación Económica	2008 - Noviembre 08
Brunei Darussalam	Acuerdo de Asociación Económica	2009 - Noviembre 08
Panamá	Acuerdo de Libre Comercio	2008 - Marzo 07
Perú	Acuerdo de Complementación Económica	2009 - Marzo 01
Turquía	Acuerdo de Libre Comercio	2011 - Marzo 01
Alemania	Acuerdo de Asociación	2004 - Febrero 01
Australia	Acuerdo de Asociación	2005 - Febrero 01
Bélgica	Acuerdo de Asociación	2006 - Febrero 01
Bulgaria	Acuerdo de Asociación	2007 - Febrero 01
Chipre	Acuerdo de Asociación	2008 - Febrero 01
Croacia	Acuerdo de Asociación	2009 - Febrero 01
Dinamarca	Acuerdo de Asociación	2010 - Febrero 01
Eslovaquia	Acuerdo de Asociación	2011 - Febrero 01
Eslovenia	Acuerdo de Asociación	2012 - Febrero 01
España	Acuerdo de Asociación	2013 - Febrero 01
Estonia	Acuerdo de Asociación	2014 - Febrero 01
Finlandia	Acuerdo de Asociación	2015 - Febrero 01

PAÍS	ACUERDO COMERCIAL	ENTRADA EN VIGENCIA INTERNACIONAL
Francia	Acuerdo de Asociación	2016 - Febrero 01
Grecia	Acuerdo de Asociación	2017 - Febrero 01
Hungría	Acuerdo de Asociación	2018 - Febrero 01
Irlanda	Acuerdo de Asociación	2019 - Febrero 01
Italia	Acuerdo de Asociación	2020 - Febrero 01
Letonia	Acuerdo de Asociación	2021 - Febrero 01
Lituania	Acuerdo de Asociación	2022 - Febrero 01
Luxemburgo	Acuerdo de Asociación	2023 - Febrero 01
Malta	Acuerdo de Asociación	2024 - Febrero 01
Países Bajos	Acuerdo de Asociación	2025 - Febrero 01
Polonia	Acuerdo de Asociación	2026 - Febrero 01
Portugal	Acuerdo de Asociación	2027 - Febrero 01
Reino Unido	Acuerdo de Asociación	2028 - Febrero 01
Republica Checa	Acuerdo de Asociación	2029 - Febrero 01
Rumania	Acuerdo de Asociación	2030 - Febrero 01
Suecia	Acuerdo de Asociación	2031 - Febrero 01
Venezuela	Acuerdo de Complementación Económica	1993 - Julio 01
Vietnam	Acuerdo de Libre Comercio	2014 - Enero 01

Fuente: Elaboración propia en base al Servicio Nacional de Aduanas.



A continuación se definen los distintos tipos de acuerdos:

- **Acuerdo Bilateral:** acuerdo entre dos países.
- **Acuerdo de Alcance Parcial (AAP):** acuerdo básico, ya que solo incluye materias arancelarias para solamente un grupo de bienes; es decir, se liberan o rebajan los aranceles de algunos de los productos del comercio entre los países que lo negocian. Normalmente se le concibe como una primera etapa en un proceso de apertura mayor a largo plazo.
- **Acuerdo de Asociación (AA):** este tipo de acuerdo es tan completo como los TLC, sin embargo, también incluye materias del ámbito político y de cooperación, por ejemplo, el caso del Acuerdo de Asociación entre Chile y la Unión Europea.
- **Acuerdo de Complementación Económica (ACE):** es una denominación que usan los países latinoamericanos en los acuerdos bilaterales que contraen entre sí para abrir recíprocamente sus mercados de bienes, los que se inscriben en el marco jurídico de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Se orientan hacia una apertura de mercados mayor a la de los acuerdos de alcance parcial, pero menor que los tratados de libre comercio. En este tipo de acuerdos se negocian todos los productos de ambos países.
- **Acuerdo de Libre Comercio (ALC):** acuerdo regional o bilateral que busca ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes.
- **Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI):** esta asociación, instituida por el tratado de Montevideo de 1980, es el mayor grupo latinoamericano de integración, conformado por 12 países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela, quienes representan, en conjunto, 20 millones de kilómetros cuadrados y más de 500

millones de habitantes. A su amparo, los países miembros pueden aprobar acuerdos de muy diversa naturaleza, sin necesidad de otro texto legal autorizante interno.

La ALADI propicia la creación de un área de preferencia económica en la Región, con el objetivo final de lograr un mercado común latinoamericano, mediante tres mecanismos:

- preferencia arancelaria regional que se aplica a productos originarios de los países miembros frente a los aranceles vigentes para terceros países;
- acuerdos de alcance regional (comunes a la totalidad de los países miembros);
- acuerdos de alcance parcial, con la participación de dos o más países del área.



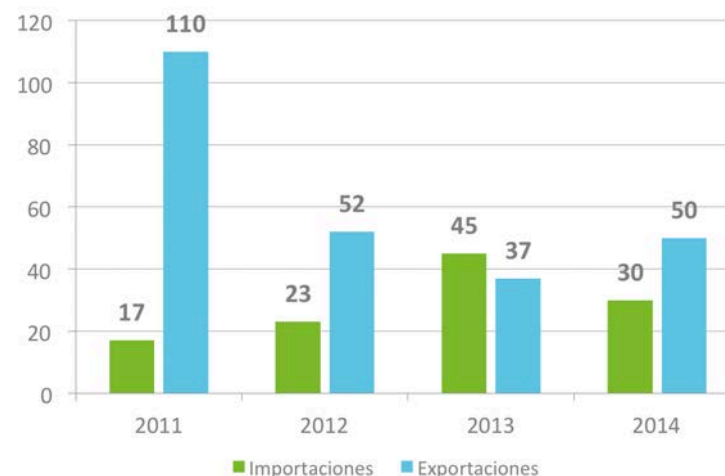
## 2. BALANZA COMERCIAL DE HORTALIZAS

### 2.1 HORTALIZAS FRESCAS

La tendencia entre los años 2011 y 2013 referida al volumen de hortalizas frescas importadas *versus* las exportadas, mostró un aumento sostenido de las importaciones y una baja importante de los volúmenes exportados.

En el año 2013 el volumen de las importaciones de hortalizas frescas sobrepasó a las exportaciones, situación que el año 2014 se revirtió, con un 35,1% de aumento de las exportaciones (Gráfico 6). En el caso del valor, el de las exportaciones sobrepasa ampliamente al de las importaciones y se observa una tendencia a la baja en los últimos cuatro años, con un 9,44% entre 2013 y 2014 (Gráfico 7).

Gráfico 6. Volumen de exportaciones e importaciones de hortalizas frescas (Miles de toneladas por año)



Fuente: ODEPA, 2015

Gráfico 7. Valor de exportaciones e importaciones de hortalizas frescas (Millones de USD por año)



Fuente: ODEPA, 2015

## 2.2 HORTALIZAS PROCESADAS

En los Gráficos 8 y 9 se observa que la exportación de hortalizas procesadas en los últimos cuatro años mantiene volúmenes y valores que duplican a las importaciones, aunque muestran una leve tendencia a la baja entre 2011 y 2013; sin embargo, en 2014 el volumen aumentó en 4% y el valor en 8,7%. Por otro lado, las importaciones presentan un constante crecimiento año a año.





**Gráfico 8. Volumen de exportaciones e importaciones de hortalizas procesadas (Miles de toneladas por año)**



Fuente: ODEPA, 2015

**Gráfico 9. Valor de exportaciones e importaciones de hortalizas procesadas (Millones de USD por año)**



Fuente: ODEPA, 2015

## 3. SITUACIÓN ACTUAL DE LA EXPORTACIÓN HORTÍCOLA EN CHILE Y PROYECCIONES EMPRESAS EXPORTADORAS

### 3.1 CARACTERIZACIÓN DE LA EXPORTACIÓN HORTÍCOLA NACIONAL

Como una manera de conocer la situación actual de la exportación hortícola en Chile desde la mirada de los mismos exportadores, se diseñó una encuesta que fue aplicada a los representantes de distintas empresas nacionales que exportan hortalizas, identificando sus sistemas de trabajo, proyecciones comerciales y dificultades en el proceso de exportación, entre otros aspectos.

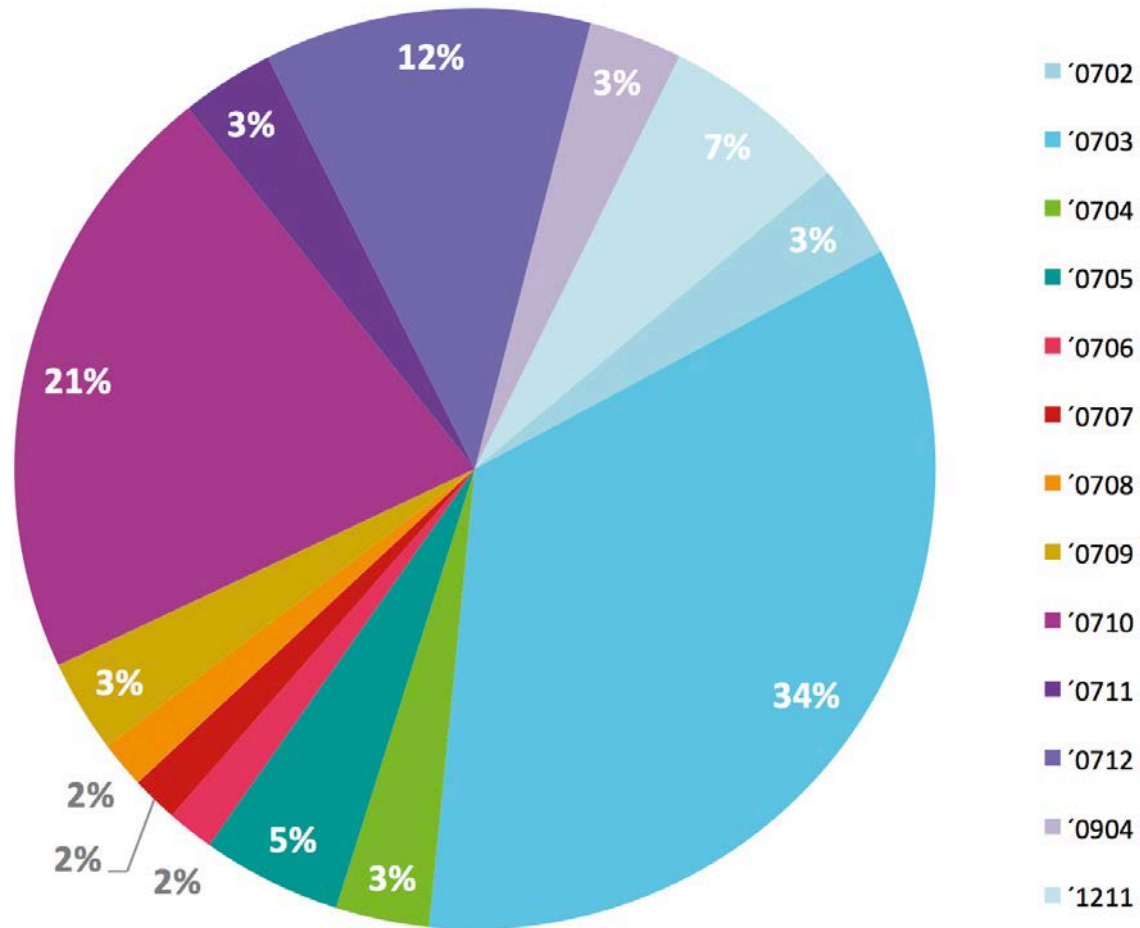
Para iniciar este levantamiento de información, se realizó una identificación de las empresas exportadoras del territorio nacional que realizaron alguna exportación hortícola durante el año 2014, se ubicaron geográficamente y se procedió a la actualización de sus contactos.

La búsqueda identificó en primera instancia un total de 133 empresas exportadoras de hortalizas (frescas o procesadas), de las cuales se logró concretar entrevistas con 54 representantes. En el Anexo 3 se entrega la información de las empresas entrevistadas, los productos que exportan y sus destinos.

El perfil de las empresas exportadoras entrevistadas corresponde a empresas con dedicación a la exportación de hortalizas (45,2%) y frutales (44,9%), y en algunos casos se incluye la exportación de otros productos no agrícolas (9,9%). Del total de empresas que exportan hortalizas, un 24% de las empresas encuestadas señalan exportar únicamente hortalizas, además existe un porcentaje no menor del 54% de las empresas que exportan hasta un 30% de productos hortícolas.

Al analizar la distribución que tienen los productos exportados (por su código aduanero) durante el 2014, se observa que el grupo de productos mayormente exportado es el 0703 (cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas) con un 34% del total. Le sigue con un 21% el grupo 0710 de hortalizas (incluso silvestres) aunque estén cocidas en agua o vapor y en tercer lugar, las hortalizas (incluso silvestres) secas, bien cortadas en trozos (0712) con el 12% de representación de las exportaciones. El detalle completo se aprecia en el Gráfico 10 y Cuadro 9.

Gráfico 10. Distribución empresas exportadoras entrevistadas según código aduanero 2014.



Fuente BTA S.A., 2015

**Cuadro 9.** Detalle de productos según el número de empresas que los exportan.

N° EMPRESAS	COD. ADUANA	PRODUCTO	DETALLE		
2	'0702	Tomates frescos o refrigerados	2	TOMATES FRESCOS	'0702.0000
21	'0703	Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas	12	CEBOLLAS FRESCAS	'0703.1019
			1	CHALOTAS	'0703.1020
			7	AJOS	'0703.2090
			1	PUERROS FRESCOS	'0703.9000
2	'0704	Coles, incluidos los repollos, coliflores	1	BRÓCOLI-COLIFLOR	'0704.1000
			1	REPOLLOS	'0704.9000
3	'0705	Lechuga y achicorias	2	LECHUGA FRESCA	'0705.1900
			1	RADICCHIO	'0705.2910
1	'0706	Zanahorias, nabos, remolachas, para ensaladas, sadifies, apio y nabos	1	ZANAHORIAS	'0706.1000
1	'0707	Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados	1	PEPINO	'0707.0000
1	'0708	Hortalizas (incluso silvestres) de vaina	1	POROTOS	'0708.2000
2	'0709	Las demás hortalizas (incluso silvestres) frescas o refrigeradas	1	ZAPALLOS	'0709.9330
			1	ACEITUNAS	'0709.9200

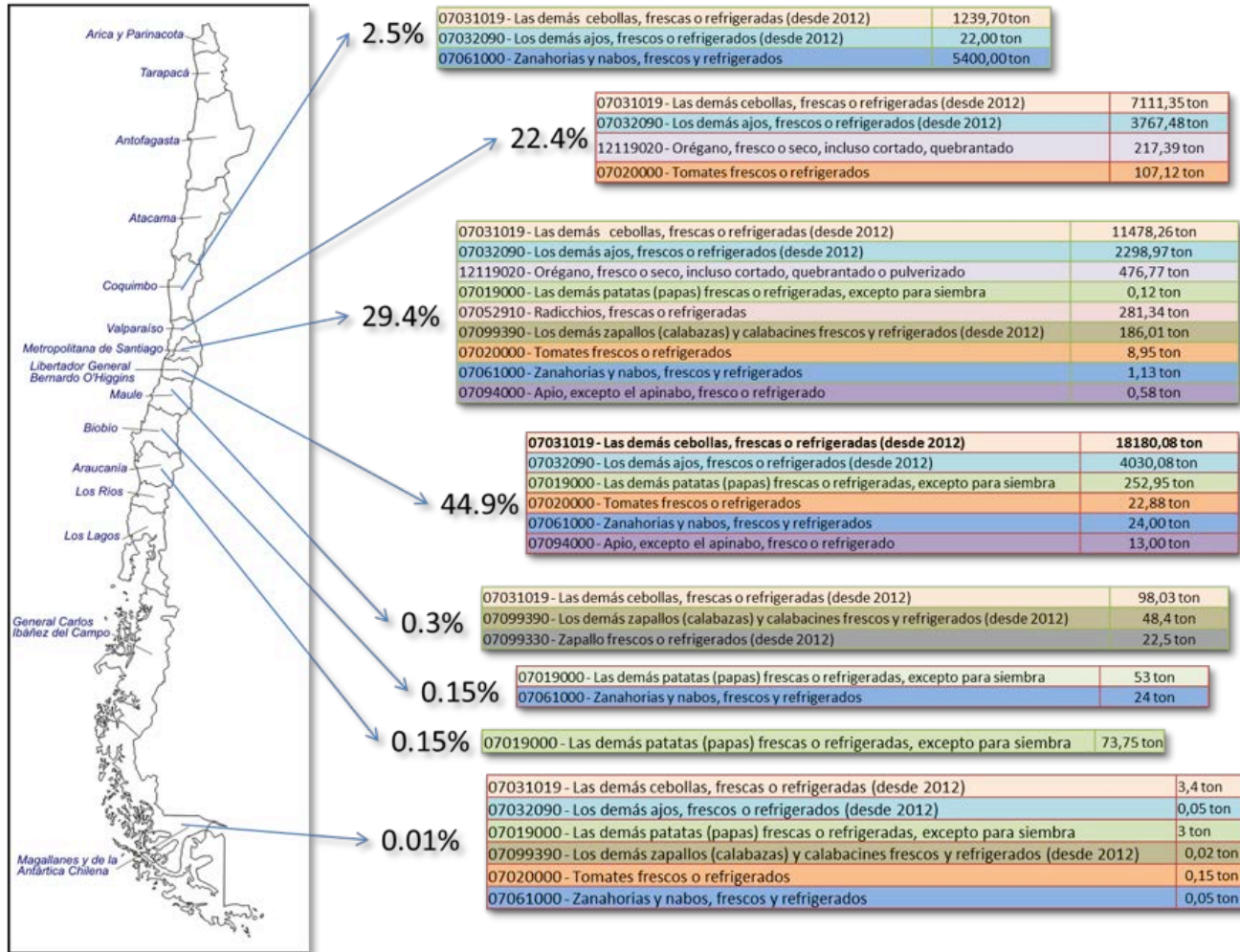
N° EMPRESAS	COD. ADUANA	PRODUCTO	DETALLE		
13	'0710	Hortalizas (incluso silvestres) aunque estén cocidas en agua o vapor	2	ALCACHOFA	'0710.8099
			6	ESPÁRRAGOS CONGELADOS	'0710.8049
			2	HONGOS CONGELADOS	'0710.8030
			1	PIMENTÓN ORGÁNICO	'0710.8091
			2	POROTITOS VERDES	'0710.2100
2	'0711	Hortalizas (incluso silvestres) conservadas provisionalmente	2	ACEITUNAS	'0711.2010
7	'0712	Hortalizas (incluso silvestres) secas, bien cortadas en trozos	1	HONGOS DESHIDRATADOS	'0712.3920
			1	TOMATES	'0712.9039
			2	ZAPALLO	'0712.9069
			2	PUERROS DESHIDRATADOS	'0712.9010
			1	ZANAHORIA DESHIDRATADA	'0712.9091
2	'0904	Genero capsicum, pimentón seco orgánico triturado, ají, los demás pimentónes	1	AJÍ	'0904.2220
			1	PIMENTÓN	'0904.2219
4	'1211	Orégano seco fresco, incluso cortado, quebrantado o pulverizado	4	ORÉGANO	'1211.9020

Fuente: BTA S.A., 2015.

Como una forma de resumir e integrar la información levantada, en la Figura 9 se ilustran las regiones que concentran los mayores porcentajes de envíos de exportación hortícola a nivel nacional, situación que se asocia directamente a las empresas exportadores ubicadas en los mismo territorios.



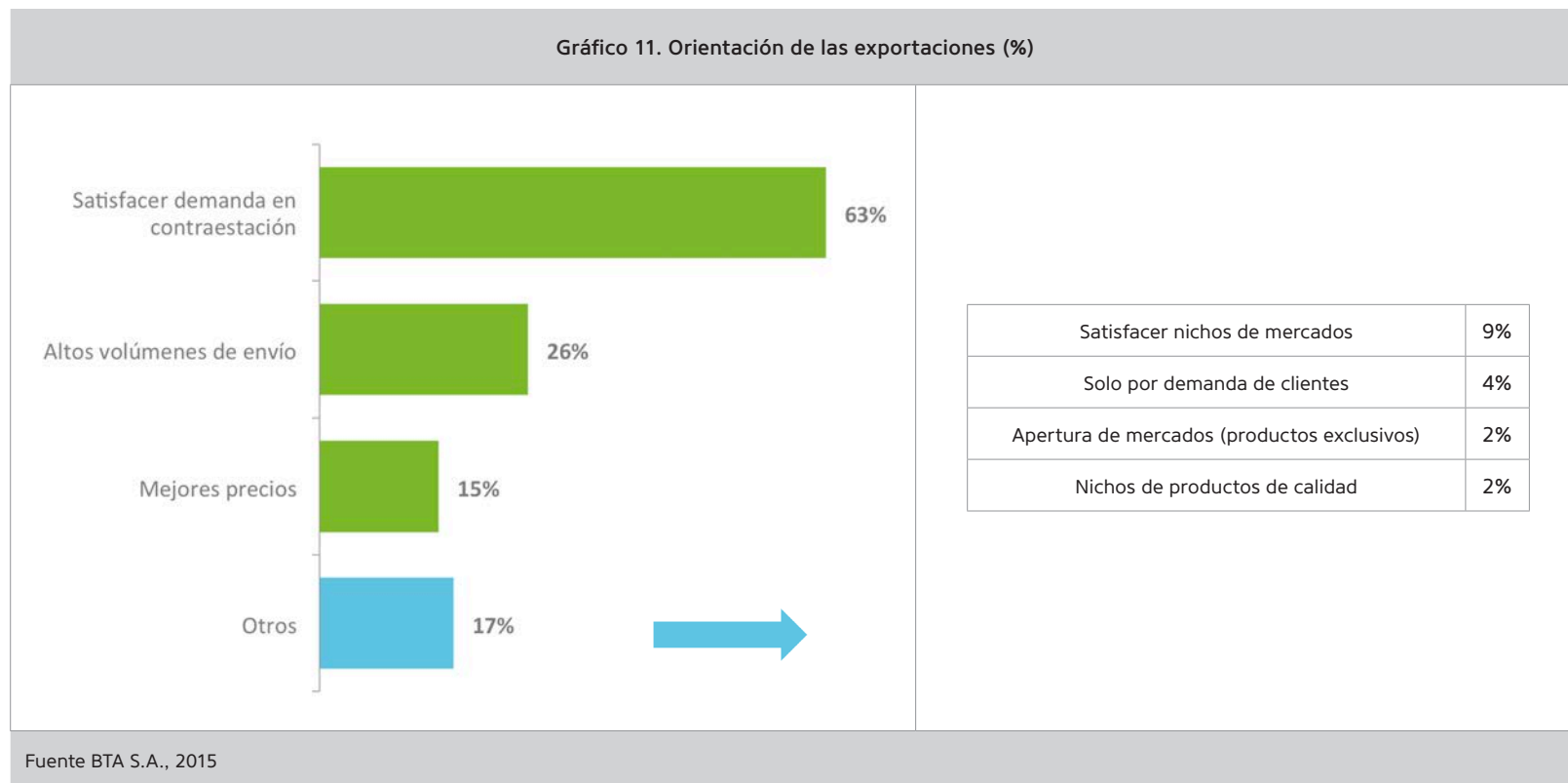
Figura 9. Porcentaje de exportación hortícola según origen regional de los productos.



Fuente: BTA S.A., 2015.

Respecto de los años dedicados a las exportaciones, los resultados indican que las empresas entrevistadas llevan en promedio 20 años dedicadas a la exportación agrícola y específicamente 15 años dedicados a las exportaciones únicamente hortícolas.

Con relación a la orientación que tienen las empresas exportadoras, se observa que apuntan principalmente a satisfacer la demanda en contra estación con un 63%, luego lo sigue el interés de exportar por los altos volúmenes de envío con un 26%, y finalmente con un 15% les interesa mejores precios (Gráfico 11).

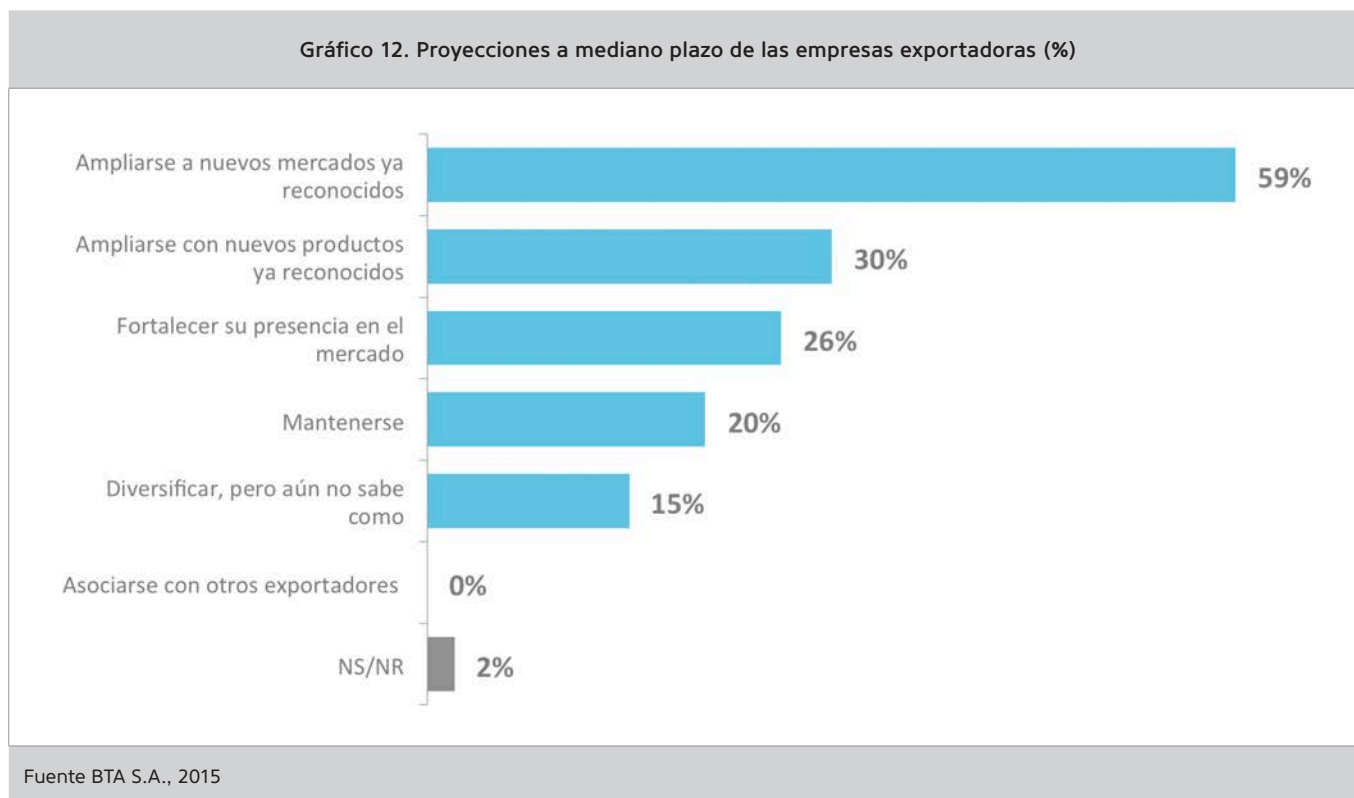


En cuanto a la permanencia de sus proveedores los resultados indicaron que el 61% de las exportadoras trabaja con proveedores permanentes, el 43% trabaja con proveedores temporales y en menor medida el 28% obtiene productos de campos propios.

## 3.2 BÚSQUEDA DE NUEVOS MERCADOS Y/O PRODUCTOS PARA INCORPORAR A LAS EXPORTACIONES

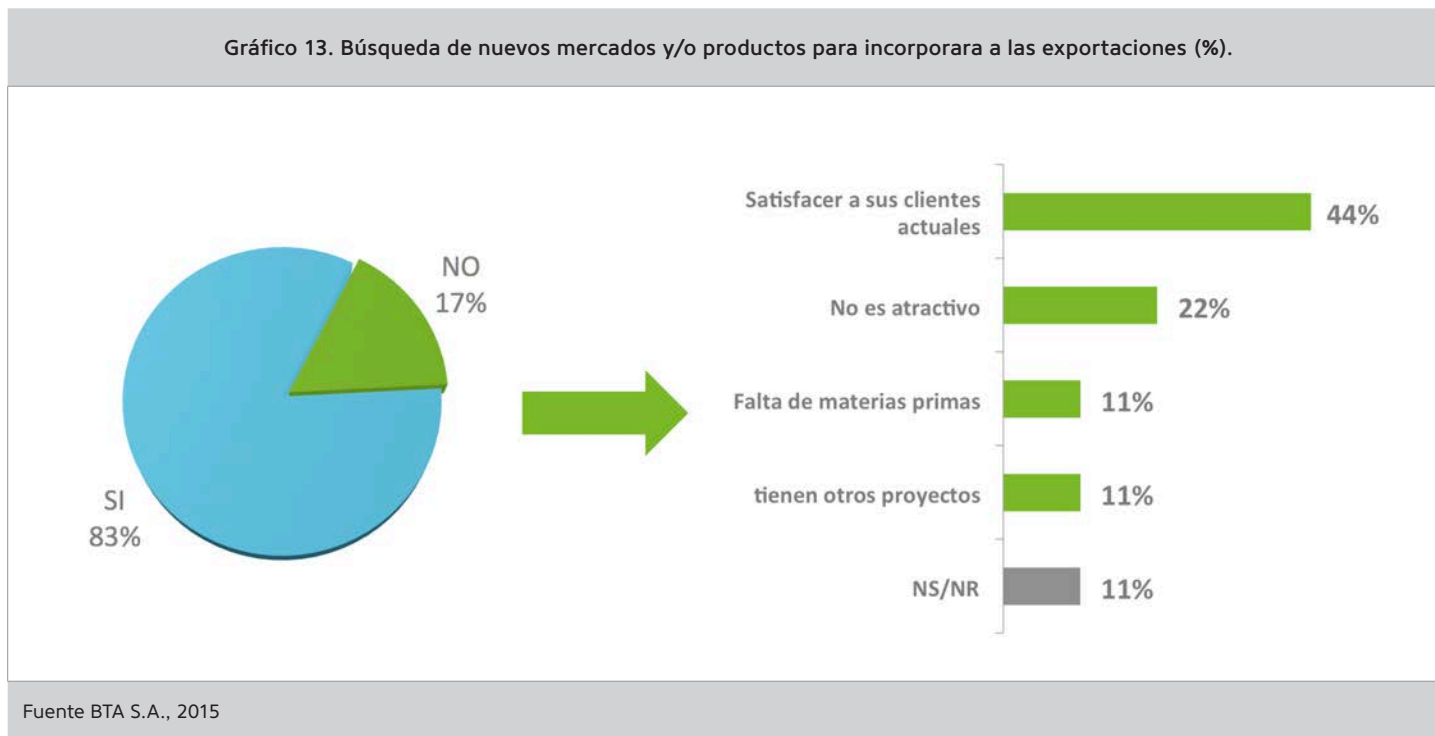
### 3.2.1 Proyecciones a mediano plazo

Acerca de las principales proyecciones a mediano plazo de las empresas exportadoras, un 59% de las empresas señalaron ampliarse a nuevos mercados ya reconocidos, seguido por ampliarse con nuevos productos ya reconocidos con 30%, luego con un 26% proyectan fortalecer su presencia en el mercado, además un 15% pretende diversificar, pero aún no sabe cómo, mientras un 20% pretende mantenerse (Gráfico 12). Este último grupo en su mayoría corresponde a grandes exportadoras consolidadas que consideran que mantener sus exportaciones y sus mercados es un desafío, considerando todos los factores que afectan el rubro (economía, competencia y demás condiciones a las que está sujeta la agricultura).



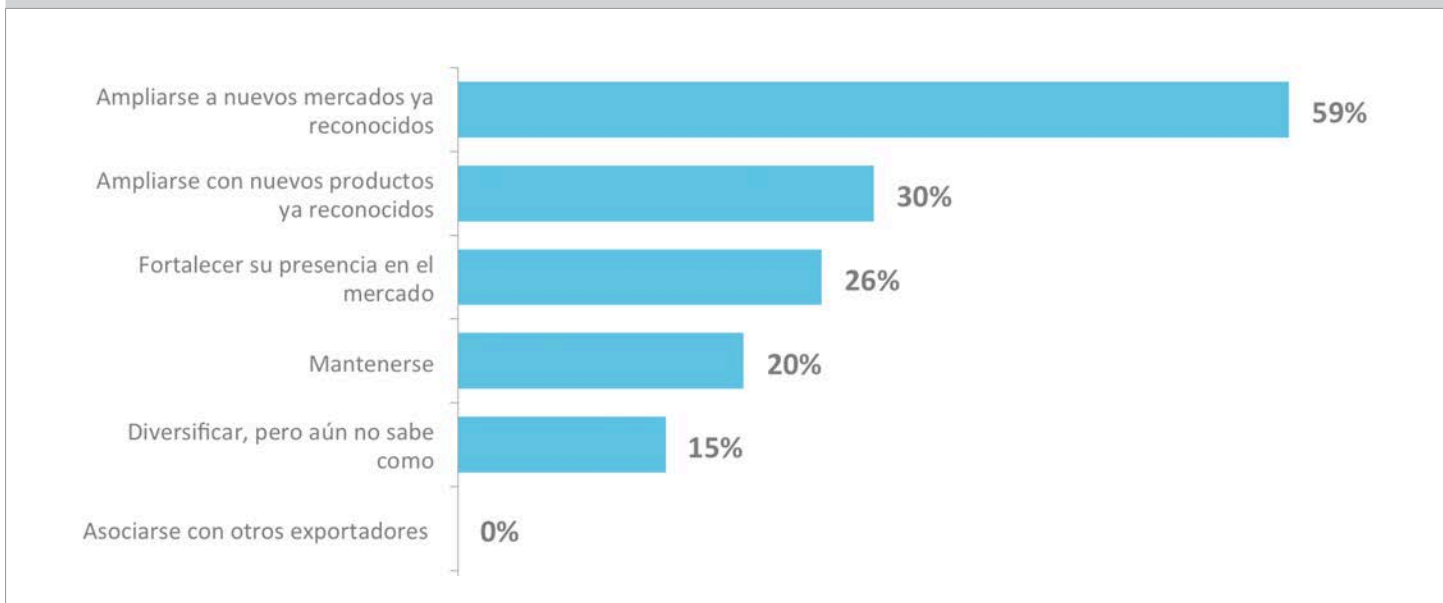
### 3.2.2 Nuevos mercados y/o productos

En relación con los nuevos mercados y/o productos que quieren incorporar a las exportaciones, un 83% de las empresas manifestó tener intenciones de querer incorporar nuevos mercados y/o productos, mientras el 17% que no lo desea, menciona entre sus principales motivos, querer satisfacer a sus clientes actuales (Gráfico 13). Al comparar este dato con los entregados anteriormente respecto a las proyecciones, se evidencia que el 67% de quienes manifiestan mantenerse son aquellos que no buscan nuevos mercados ni productos para exportar.



En cuanto a los principales motivos por los cual las empresas fracasan en la búsqueda de nuevos mercados y/o productos para exportar, solo el 71% de las empresas que señalaron estar en esta búsqueda mencionó algún motivo (Gráfico 14), mientras que el resto manifestó que no tener dificultades para ingresar a nuevos mercados ni nuevos productos.

Gráfico 14. : Búsqueda de nuevos mercado y/o nuevos productos para incorporar a las exportaciones

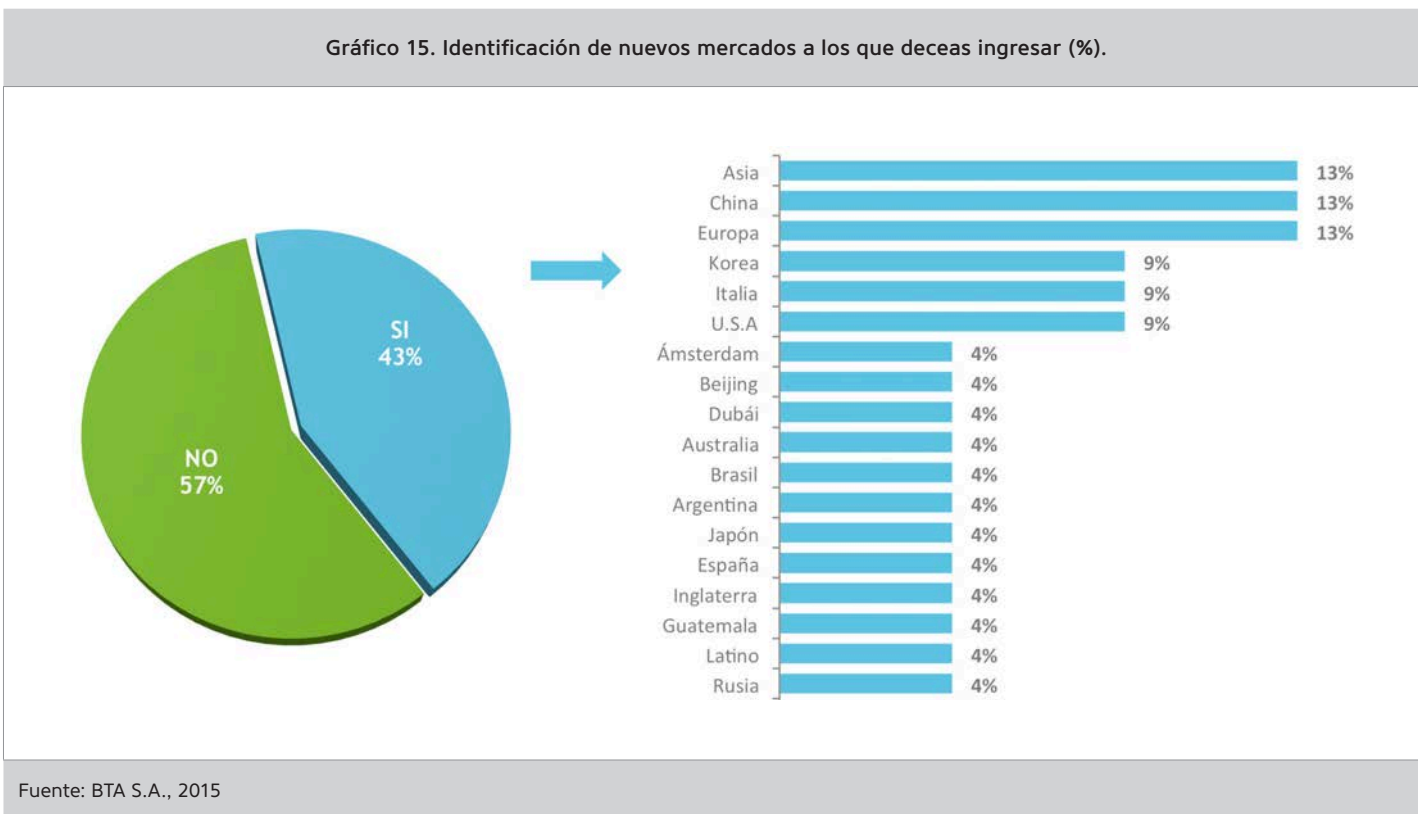


Fuente: BTA S.A., 2015

Las empresas exportadoras utilizan distintas herramientas para detectar nuevas oportunidades, entre estas destaca la participación en ferias o ruedas de negocio internacional con un 61%, además un 31% realiza seguimientos de mercados internacionales a través de sitios web especializados, en tercer lugar se encuentra el uso del material de difusión de instituciones de gobierno ligadas a la exportación. Luego, un 19% utiliza información entregada por sus clientes extranjeros para detectar nuevas oportunidades, un 13% contrata asesores externos para poder llevar a cabo esta labor, mientras solo un 4% declara utilizar bases de datos propias. Este último grupo se trata de empresas que tiene centrales en varios países, y según lo informado por los encuestados, utilizan una gran base de datos compartida que les permite acceder a determinados mercados, en donde no tuvieron éxito intentándolo desde los demás países en donde se encuentran ubicados.

Finalmente hay que mencionar que el 46%, de aquellas empresas que declararon no tener ningún problema para acceder a nuevos mercados y/o con nuevos productos, participan en ferias o ruedas de negocio internacional.

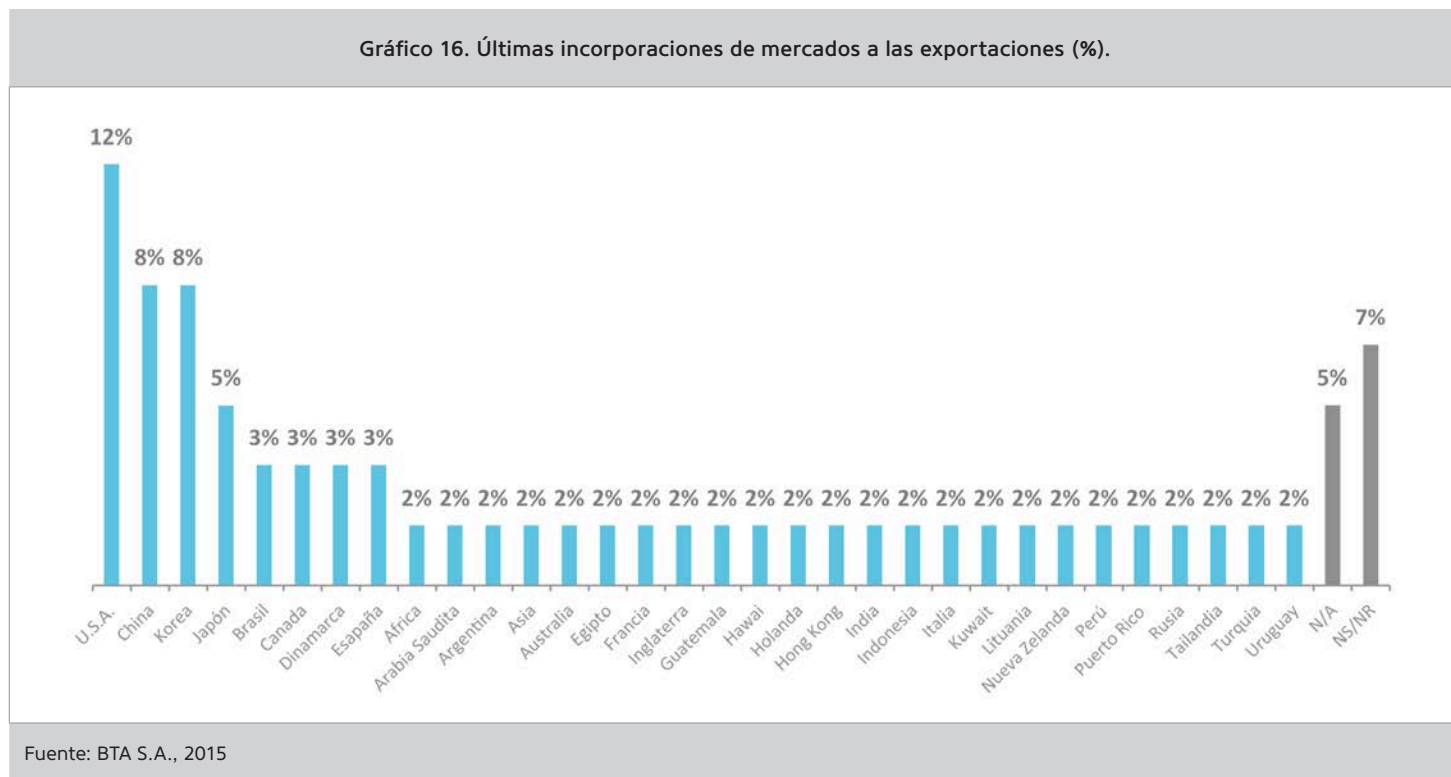
En lo que respecta a nuevos mercados identificados, un 43% de las empresas indica tener identificados los mercados a los que quiere acceder, principalmente a China con un 13%. Se agrega un grupo de exportadores que no especifica el país al que quieren ingresar, mencionando con un 13% el mercado asiático y con igual porcentaje el mercado europeo (Gráfico 15). Conforme a lo anterior, con iguales porcentajes del 9% se encuentran los mercados de Corea, Italia y Estados Unidos, y finalmente existe un grupo de 15 países que tienen cada uno un 4% de representación.



Existen 34 mercado distintos que corresponden a las últimas incorporaciones de las exportadoras nacionales, este grupo lo lidera Estados Unidos con un 12% de participación en las últimas incorporaciones, le sigue China y Corea ambos con un 8%, y en tercer lugar Japón con el 5% (Gráfico 16).

Si compramos los últimos mercados incorporados a las exportaciones y los mercados que las exportadoras nacionales tienen identificados para incorporar a sus exportaciones, vemos una clara tendencia hacia mercados como el Norte Americano y el Asiático, este último representado principalmente por China, Corea y Japón.

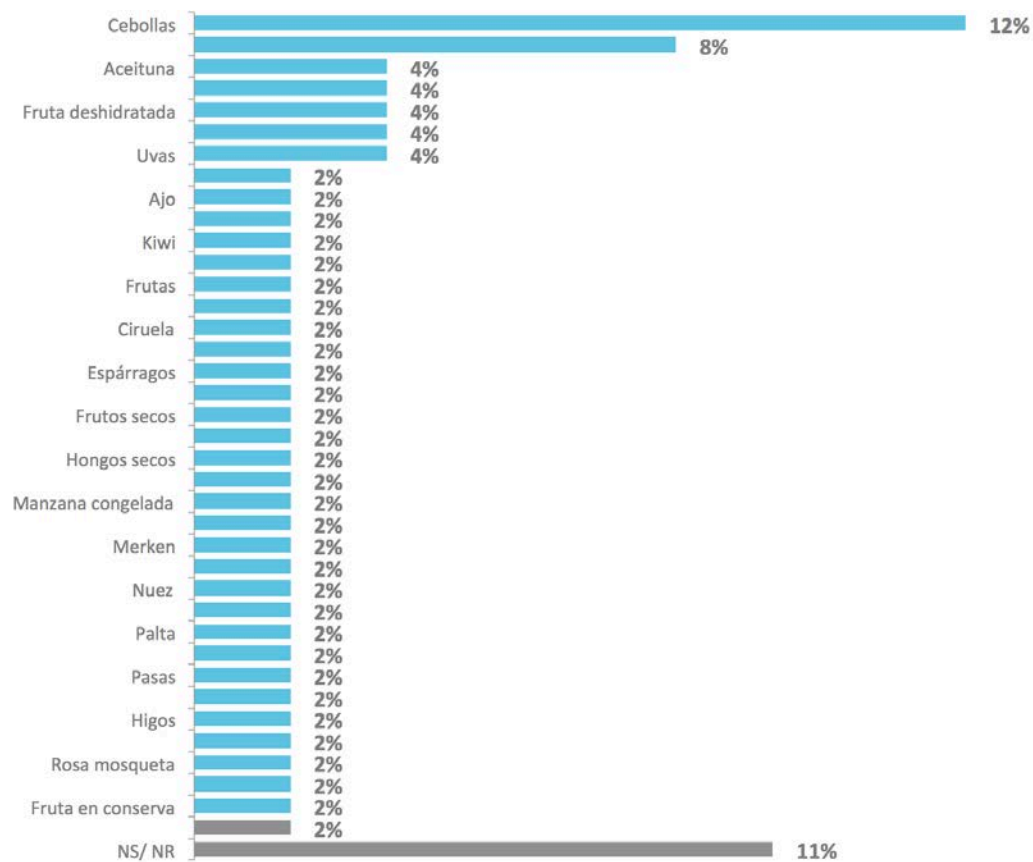
Cabe señalar, que existe un 7% de respuestas que declaran no saber o no recordar cuál fue la última incorporación de un mercado a las exportaciones, esto debido principalmente a que han transcurrido varios años desde esta incorporación.



A los mercados antes mencionados, se les agregaron los productos que estaban relacionados al momento de las incorporaciones. Los datos arrojan que la cebolla fue el principal producto vinculado a la incorporación (Gráfico 17). Si se sabe que las cebollas juegan un papel protagónico en las exportaciones de hortaliza nacionales, igualmente podemos ver que la tendencia de este cultivo a la

exportación no se detiene, ya que con un 12% las cebollas son el producto que más se exportó en los últimos mercados incorporados, seguido por los arándanos con un 8% y por las aceitunas, berries, fruta deshidratada, radicchios y uvas, cada uno con un 3% de representación.

Gráfico 17. Productos con que llegaron a los últimos mercados incorporados (%).



Fuente: BTA S.A., 2015



## SECCIÓN 4. ANÁLISIS COMPARATIVO DEL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL



# 1. ESCENARIO DE OPORTUNIDAD DE LAS HORTALIZAS FRESCAS Y CON MÍNIMO PROCESO EN EL MERCADO INTERNACIONAL

## 1.1 MERCADO LATINOAMERICANO

Las oportunidades varían según los productos y países, dado que los cultivos y producciones también varían, así como las relaciones comerciales con terceros países.

En Latinoamérica existen varios elementos importantes al momento de considerar los mercados:

- El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) condiciona el mercado mexicano por sus relaciones comerciales con el resto de Norteamérica.
- El tamaño reducido de los países centroamericanos y su particular geografía favorecen el comercio entre ellos.
- La presencia de grandes mercados en cuanto a geografía y población en el sur del continente.

Se observa cómo, por ejemplo, los guisantes, las cebollas y las berenjenas son oportunidad en México, donde el libre mercado con Estados Unidos le convierte en el principal proveedor. Solo con algunos productos muy concretos, como las setas, entran otros países.

En los pequeños mercados de Centroamérica se observan productos de oportunidad, tales como ajos, coles, espinacas, guisantes y otras legumbres. Los productos de los países vecinos entran en estos mercados, junto con algunos productos chinos y norteamericanos.

Los tomates son oportunidad en Bolivia y Uruguay donde se compite con Perú, Argentina y Chile.

En Venezuela la situación es irregular como para poder proyectar tendencias claras, a diferencia de sus vecinos que son más estables y la competencia está más asentada.

Las legumbres, hortalizas frescas, maíz, setas o callampas como Agaricus, otros hongos, aceitunas, cebollas y otros, son oportunidades de mercado donde se compite con países del continente pero también con China o países europeos y donde Chile ya está presente en algunos casos.

El Cuadro 10 muestra un resumen de productos oportunidad por país latinoamericano.

**Cuadro 10.** Relación entre productos (códigos aduaneros) y destinos en Latinoamérica

CÓDIGO/DESCRIPCIÓN		ARGENTINA	BELICE	BOLIVIA	BRASIL	COLOMBIA	COSTA RICA	ECUADOR	EL SALVADOR	GUATEMALA	GUYANA	HONDURAS	MÉXICO	NICARAGUA	PANAMÁ	PARAGUAY	PERÚ	URUGUAY	VENEZUELA
'070200	Tomates frescos o refrigerados																		
'070310	Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados																		
'070320	Ajos frescos o refrigerados																		
'070420	Coles de Bruselas, frescos o refrigerados																		
'070511	Lechugas repolladas, frescas o refrigeradas																		
'070810	Guisantes o arvejas frescas o refrigeradas																		
'070820	Alubias, incluso desvainadas, frescas o refrigeradas																		
'070890	Las demás legumbres, incluso desvainadas, frescas o refrigeradas																		
'070920	Espárragos frescos o refrigerados																		
'070940	Apio, excepto el apinabo, frescos o refrigerados																		

CÓDIGO/DESCRIPCIÓN		ARGENTINA	BELICE	BOLIVIA	BRASIL	COLOMBIA	COSTA RICA	ECUADOR	EL SALVADOR	GUATEMALA	GUYANA	HONDURAS	MÉXICO	NICARAGUA	PANAMÁ	PARAGUAY	PERÚ	URUGUAY	VENEZUELA
'070951	Callampas frescas o refrigeradas																		
'070990	Las demás hortalizas frescas o refrigeradas																		
'070999	Berenjenas, frescas o refrigeradas																		
'071022	Alubias, incluso desvainadas, cocidas, congeladas																		
'071040	Maíz dulce																		
'071080	Las demás legumbres y hortalizas																		
'071151	Setas y demás hongos del género <i>Agaricus</i> , conservadas provisionalmente (ej.: con gas...																		
'071159	Setas y demás hongos, conservadas provisionalmente, p.ej., con gas sulfuroso o con agua																		
'071190	Las demás legumbres y hortalizas; mezclas de hortalizas y/o legumbres																		
'071220	Cebollas, incluso en trozos o rodajas, sin otra preparación, secas																		
'071231	Hongos del género <i>Agaricus</i> , secos, incl. los cortados en trozos o en rodajas o los triturados...																		

CÓDIGO/DESCRIPCIÓN		ARGENTINA	BELICE	BOLIVIA	BRASIL	COLOMBIA	COSTA RICA	ECUADOR	EL SALVADOR	GUATEMALA	GUYANA	HONDURAS	MÉXICO	NICARAGUA	PANAMÁ	PARAGUAY	PERÚ	URUGUAY	VENEZUELA
'071232	Orejas de Judas <i>Auricularia</i> spp., secas, incl. las cortadas en trozos o en rodajas o las t																		
'071239	Setas y demás hongos y trufas, secas, incl. las cortadas en trozos o en rodajas o las...																		
'071290	Las demás legumbres y hortalizas; mezclas de hortalizas y/o legumbres																		

Las celdas coloreadas indican la combinación producto-país que destaca por la evolución del:

	Valor importado
	Indicador de valor unitario
	Valor importado y el indicador de valor unitario

## 1.2 MERCADOS INTERNACIONALES CON ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES

- A continuación, se analizan distintos factores que permiten identificar la posición competitiva de los productos hortícolas nacionales, en mercados con los que actualmente se mantienen acuerdos comerciales que facilitan su acceso.
- El año 2014 se exportaron productos hortícolas a diversos destinos y en volúmenes muy variables; entre 48 kilos netos de habas a más de 38 toneladas de cebollas frescas o refrigeradas.
- Esta tendencia se repite con los valores por unidad de producto comercializado en destino, con márgenes entre, por ejemplo, USD 0,5/kg neto en cebollas hasta USD 8,9/kg neto de frutos de los géneros *Capsicum* o pimenta.
- Se consideró la relación que existe con los cultivos de mayor producción nacional, cuáles son sus principales puntos de venta y los valores que alcanzan en el mercado interno, asociados a los costos de producción y su presencia en distintas regiones.

- Se realizó una búsqueda de los países con mayor demanda mundial por cada uno de los códigos aduaneros hortícolas identificados por la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA) y se priorizaron según valor unitario importado de cada producto. Además se realizó la segmentación de los países importadores de los mayores volúmenes en el año 2014 y se priorizaron los cinco países que destacaron en esta categoría.
- Se identificaron los productos que actualmente se están exportando desde Chile a dichos destinos priorizados, a fin de evaluar el acceso de otros productos del rubro agrícola. También se requiere conocer qué países actualmente proveen a estos mercados para, posteriormente, definir cuál se posiciona como una alternativa de mayor viabilidad en las actuales condiciones de producción.
- Se consideró el sistema de transporte idóneo para el producto que se desea comercializar, incluyendo el tiempo de traslado y las condiciones necesarias para optar por transporte aéreo, terrestre o marítimo.

Toda la información recopilada se manejó en cuadros para construir una **matriz de decisiones** por producto.

### 1.3 MATRIZ DE DECISIONES

Una matriz de decisiones es una herramienta que, de manera amigable, facilita la selección de opciones sobre la base de la ponderación y aplicación de criterios. Permite determinar alternativas así como los criterios a considerar para adoptar una decisión y priorizarla.

La aplicación de la matriz conlleva un paso previo de determinación de las opciones sobre las que se debe decidir, así como la identificación de criterios y valoración del peso, o ponderación que cada uno de ellos tendrá en la toma de decisiones, como se señala a continuación.

#### 1.3.1 Criterios de priorización utilizados

1. Los precios de mercado a nivel mundial, presentan una variación de valores de compra y venta importantes según cada país de origen y destino. Esto puede estar vinculado a factores como calidad y especificidad del producto demandado, así como con los volúmenes producidos y la cercanía geográfica de los proveedores.
2. Chile como país productor de hortalizas no presenta cualidades competitivas de volumen a nivel mundial; aunque se reconoce una tradición productora y calidad de la oferta final, los volúmenes exportados son marginales para aquellos países con demandas de productos hortícolas en grandes cantidades y permanencia anual.

En este contexto, Chile apunta a la exportación en contraestación según el destino, con productos de nicho, volúmenes acotados y altos precios.

El Cuadro 11 muestra la información contenida en la primera etapa de la matriz de decisiones (utilizando como ejemplo el código aduanero 70200); posteriormente se explica con detalle la información de cada fila y cómo puede ser analizada para cada uno de los casos.

**Cuadro 11.** Primera etapa de la matriz de decisiones diseñada para cada producto\*

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
				VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD/KG NETO)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR UNITARIO (USD/KG NETO)
70200	Tomates frescos o refrigerados	Priorización por valor unitario (USD)	Japón	7.735.690	29.731.904	3,8	-	-	-
			Noruega	25.114.828	76.117.660	3,0	-	-	-
			Luxemburgo	5.269.650	13.866.909	2,6	-	-	-
			Finlandia	29.427.569	69.667.233	2,4	-	-	-
			México	15.363.568	32.800.151	2,1	-	-	-
		Priorización por volumen (kg netos)	Estados Unidos	1.550.475.418	1.960.937.740	1,3	-	-	-
			Alemania	736.385.377	1.457.227.133	2,0	-	-	-
			Francia	551.856.000	647.703.218	1,2	-	-	-
			Reino Unido	413.159.175	682.008.149	1,7	9.327	18.644	2,0
			Países Bajos	238.622.979	362.214.689	1,5	-	-	-
		Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	México	15.363.568	32.800.151	2,1	-	-	-
		Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Reino Unido	413.159.175	682.008.149	1,7	9.327	18.644	2,0
		Exportación chilena	-	-	-	-	139.472	152.130	1,1
Mercado interno (Lo Valledor)	-	-	-	-	-	-	0,77		

\* Se ejemplifica mediante el código aduanero 70200; todos los valores corresponden al año 2014.  
Fuente: BTA S.A, 2015

Según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) el cultivo nacional de tomate correspondió a la tercera mayor superficie de hortalizas en producción en 2014, después del choclo y la lechuga, con 5.038,1 hectáreas distribuidas principalmente entre las regiones VI (972,8), V (876,3), VII (869,0) y XV (687,6).

Los países identificados y priorizados en el Cuadro 11, y en toda la matriz de decisiones, son aquellos con los que actualmente se mantienen acuerdos comerciales o se encuentran en proceso de negociación.

A continuación, se analiza la información contenida en la matriz de decisiones, desde la fila inferior (6) hacia la superior (1); se reconocen los siguientes parámetros de comparación:

- **Fila 6: Mercado nacional.** La producción se comercializa en distintos puntos de distribución; sin embargo, para efectos comparativos se tomó como referencia la realidad comercial de la Central de Abastecimiento Lo Valledor, Región Metropolitana, Santiago, conocida como mercado o feria Lo Valledor. En este punto de venta, el kilo de tomate de primera alcanzó un valor promedio de USD 0,77/kg neto, en 2014. Este valor es la base para las siguientes comparaciones que se realizan y deben ser considerados al momento de buscar nuevos mercados.
- **Fila 5: Exportación chilena, 2014.** Durante este período, en el caso del código aduanero 70200 se exportó un total de 139.472 kg netos, con un valor total de USD 152.130, equivalentes en promedio a USD 1,1/kg neto transado.
- **Fila 4: País de destino priorizado por valor de venta, 2014.** Se priorizó el destino donde se alcanzó el mayor valor unitario del producto durante el período: Reino Unido con USD

2/kg neto, valor que prácticamente duplica el promedio de exportación.

- **Fila 3: Mercado latino.** Es determinante considerar los mercados cercanos al territorio nacional (priorización geográfica) debido a los menores costos de traslado. Así se identificó a México como el país importador de tomate fresco o refrigerado que ocupa el primer lugar según valor unitario: USD 2,1/kg neto. Este valor prácticamente duplica el promedio nacional de exportación e iguala el valor más alto alcanzado por Reino Unido.

La priorización de países importadores se realizó bajo dos criterios: mayor valor unitario (USD/kg neto) importado el año 2014 y mayores volúmenes demandados en el mismo período (kg netos). Con los 10 países priorizados se procedió a segmentar a un grupo que presentara valores unitarios iguales o superiores al valor promedio nacional de exportación chileno, lo que permitió identificar alternativas de mercados con mayor atractivo para los productos hortícolas nacionales.

- **Fila 2: Priorización por volumen.** Se detalla el volumen adquirido (kg netos) y el valor unitario promedio de los cinco países identificados como los principales demandantes del producto en evaluación, a nivel mundial, según volumen.
- **Fila 1: Priorización por valor unitario.** Al igual que en el caso anterior, se priorizan los cinco países demandantes del producto en evaluación que ofrecieron los mayores valores unitarios.

Los parámetros “mayor valor unitario” y “mayor volumen de demanda”, arrojan un rango de precios que permite referenciar el mercado internacional para el código 70200, además de



reconocer la posición del producto local respecto de los valores en que se está comercializando actualmente.

Así, el valor promedio de exportación nacional (USD 1,1/kg neto) es superado ampliamente por los dos primeros destinos identificados: Japón (USD 3,8/kg neto) y Noruega (USD 3,0/kg neto), es decir, respectivamente, 245,5% y 172,7%.

Por otro lado, existe una demanda que no está siendo cubierta con las entregas actuales a Reino Unido, para lo cual se requiere detallar información relativa a la temporalidad de estas entregas, considerando la contraestación junto con el detalle del producto y las condiciones específicas de demanda.

Con esta información es posible priorizar destinos que cuentan con: un alto valor de adquisición, un acuerdo comercial vigente y que actualmente importan además, otros productos agrícolas nacionales.

Una vez identificados los mayores valores y volúmenes de demanda, se priorizaron dos mercados (Japón y Noruega), los que fueron evaluados con relación a sus actuales proveedores y productos que ingresan a este destino desde Chile.

Cabe destacar que para una serie de productos (debido a sus bajos volúmenes de exportación y especificidad del mercado de destino o del producto en sí), los valores unitarios de exportación alcanzaron cifras por sobre el mercado internacional en 2014. Por esta razón no fue posible entregar alternativas de priorización por valores unitarios, si no por volumen de mercado o ampliación de la cartera de clientes con países cercanos a los destinos actuales.

### 1.3.2 Proveedores del producto para los mercados priorizados

Al priorizar mercados es necesario considerar quiénes son los proveedores que satisfacen la demanda del/los destino/s evaluado/s, como se señala en el Cuadro 12.

**Cuadro 12.** Proveedores del producto código aduanero 070200, para los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio, 2014

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	PAÍSES	PROVEEDORES*
70200	Tomates frescos o refrigerados por valor unitario	Japón	Canadá, Corea del sur, México, Países Bajos, Nueva Zelanda, Estados Unidos
		Noruega	Bélgica, Canadá, Dinamarca, Ecuador, Francia, Palestina, Alemania, Grecia, Israel, Italia, Laos, México, Marruecos, Namibia, Países Bajos, Polonia, Senegal, Sudáfrica, España, Suecia, Túnez, Turquía, Macedonia, Egipto, Estados Unidos

\* En todo el documento los países no necesariamente se mencionan por sus nombres oficiales por razones de espacio y para facilitar la lectura.

Fuente: <http://comtrade.un.org/>

Se observan seis proveedores para Japón, entre los que destaca México por su proximidad con el mercado nacional, mientras que Noruega cuenta con 25, destacando Ecuador como representante de Latinoamérica, lo que abre la opción de evaluar con mayor detenimiento estas alternativas.

### 1.3.3 Productos exportados a los destinos priorizados

En el Cuadro 13 se presenta un ejemplo que será replicado para cada destino priorizado y se identifican los códigos aduaneros de los productos agrícolas nacionales exportados en el año 2014.

**Cuadro 13.** Productos agrícolas exportados desde Chile a los destinos priorizados en 2014

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	PAÍSES PRIORIZADOS	PRODUCTOS EXPORTADOS
70200	Tomates frescos o refrigerados por valor unitario	Japón	0601-0602-0603-0604-0706-0709-0710-0712-0714-0802-0804-0805-0806-0809-0810-0811-0813-0814-0904-1004-1005-1106-1107-1206-1207-1209-1211-1212-1302-1404
		Noruega	0601-0805-0806-0808-0811-0813-1212

Fuente: <http://comtrade.un.org/>

En este caso, al mercado japonés se exportaron, entre otros:

- Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados;
- Las demás hortalizas, frescas o refrigeradas;
- Hortalizas conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias), pero todavía impropias para consumo inmediato.

Y a Noruega, entre otros:

- Uvas frescas o secas, incluidas las pasas;
- Manzanas, peras y membrillos frescos;
- Damascos (albaricoques, chabacanos), cerezas, duraznos (melocotones) (incluidos los griñones y nectarinas), ciruelas y endrinas frescos.

Con la información obtenida se generó una matriz de decisiones, que recrea las condiciones de exportación para el principal destino priorizado: Japón, según el mayor valor unitario de compra (Cuadro 14).



**Cuadro 14.** Matriz de decisiones: condiciones de exportación para Japón en 2014

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/KG NETO)	MARGEN (USD/KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
70200 Tomates frescos o refrigerados por valor unitario	Valor unitario país importador (Japón)	3,84	-	-
	Valor unitario en destino	1,27	2,6	Entre mayor valor importado y valor en destino
	Flete desde Chile a destino*	0,18	-	-
	Valor unitario promedio de exportación	1,09	2,8	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (tomate)	0,76	0,3	Entre valor promedio exportado y valor interno mayorista
	Costo de producción interno (ficha)**	0,21	0,5	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Marítimo, refrigerado, contenedores de 40 pies

\*\* Cebollas, Región del Maule 2013 (ODEPA, 2014)

Del Cuadro 14 se desprende la siguiente información:

- En el caso de optar por el mercado japonés para la comercialización de tomates frescos o refrigerados (070200), el costo estimado en destino, considerando transporte marítimo en contenedor refrigerado de 40', promediaría USD 1,27/kg neto. Esto genera un margen de USD 2,8/kg neto sobre el valor promedio con que el año 2014 se exportó este producto desde Chile (USD 1,09/kg neto). Por lo tanto, esta es una opción atractiva que entrega condiciones comerciales de mayores ingresos para un mismo producto y, además, entrega margen para costos asociados a la internación del producto hasta el comprador final.
- El año 2014 las exportaciones de este producto alcanzaron el mayor valor de venta a Reino Unido con USD 2,0/kg neto, con un total de 9.327 kg netos (cuadro 3), aún generando un margen de USD 1,84/kg neto en comparación con el valor promedio de importación de Japón, destino que además mantiene una demanda de abastecimiento sobre las 7 toneladas.
- En cuanto al margen que genera el mercado de exportación en comparación a la venta en el mercado interno, para el año 2014, se promedia un valor de venta en la feria de Lo Valledor de USD 0,76/kg neto y un valor promedio de exportación de USD

1,09/kg neto, generando un margen de USD 0,3/kg neto. En caso que el productor tradicional, decidiera asumir el desafío de incorporar su producción a la exportación nacional, deberá realizar inversiones asociadas a sus sistemas productivos, principalmente inocuidad, trazabilidad y según el mercado, certificaciones.

- Basado en esta matriz, es posible definir el mercado Japonés como una alternativa atractiva para el producto 070200, debiendo interiorizarse en el detalle de cada uno de los productos que pueden componer este código y las diferentes calidades organolépticas que son demandadas por el mercado comprador, así como variedades y temporalidad durante el año.

#### 1.4 ANÁLISIS Y MATRIZ DE DESICIÓN POR PRODUCTO Y/O GRUPOS DE PRODUCTOS HORTÍCOLAS

El procedimiento del análisis señalado anteriormente se aplicó a los productos hortícolas exportados por Chile durante el año 2014. A continuación se detallan los resultados para cada uno de ellos, identificados por los respectivos códigos aduaneros.

Estos resultados se estructuran en las tablas o cuadros que se presentaron como ejemplo en las secciones anteriores: 2.1.1, 2.1.2, y 2.1.3. Cada cuadro es específico para el análisis de cada uno de los productos identificados y por ello no se enumerarán en esta sección.



### 1.4.1 Grupo 70310 Cebollas y chalotes

A continuación, se presentan los valores de compra y venta promedios de este producto, asociados a su demanda mundial en 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
			VOLUMEN TOTAL (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR (USD)	VALOR (USD)
70310 Cebollas y chalotes	Priorización por valor unitario (USD)	Suiza	3.474.655	6.818.158	2,0	-	-	-
		Luxemburgo	3.285.877	4.762.797	1,4	-	-	-
		Dinamarca	8.482.245	10.516.761	1,2	-	-	-
		Suecia	32.818.857	26.982.536	0,8	50.400	38.732	0,8
		Alemania	253.857.234	179.137.172	0,7	1.213.200	667.436	0,6
	Priorización por volumen (kg netos)	Estados Unidos	500.380.562	344.701.988	0,7	13.159.953	7.301.970	0,6
		Reino Unido	405.264.876	239.097.200	0,6	8.245.146	3.828.898	0,5
		Alemania	253.857.234	179.137.172	0,7	1.213.200	667.436	0,6
	Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	México	77.451.744	44.168.378	0,6	154.300	69.348	0,4
	Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Islas Malvinas	-	-	-	3.400	3.540	1,0
Exportación chilena	-	-	-	-	38.110.933	20.495.333	0,5	
Mercado interno (Lo Valledor)	-	-	-	-	-	-	0,6	

Los valores señalados en el cuadro permiten concluir que, para el producto **70310**:

- El mayor valor de comercialización se obtiene de las exportaciones a las islas Malvinas: USD 1/unidad transada, con un volumen total de 3.400 kg netos.
- El valor promedio de las exportaciones chilenas fue de USD 0,5/unidad transada y destaca que las islas Malvinas duplicaron este valor.
- Otros mercados, como Suiza y Luxemburgo principalmente, superaron el valor unitario promedio señalado para las islas Malvinas, con USD 2 y 1,4 respectivamente.
- Las exportaciones chilenas superan los 38.100.000 kg netos, volumen que satisface en un 100% la demanda de Suiza y Luxemburgo juntos.
- El valor de venta interno (USD 0,6/kg) se debe considerar al momento de realizar proyecciones de entregas orientadas a la exportación.
- En el siguiente cuadro se señalan los proveedores de los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio en 2014 (Suiza y Luxemburgo), del producto 070310.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			PROVEEDORES
		VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD/ KG NETO)	
70310 Cebollas y chalotes	Suiza	3.474.655	6.818.158	2,0	Argelia, Australia, Austria, Bulgaria, Camerún, Sri Lanka, Dinamarca, Francia, Alemania, Grecia, Italia, Laos, <u>México</u> , Marruecos, Países Bajos, Nueva Zelanda, Pakistán, <u>Perú</u> , Polonia, Portugal, Rumania, India, Vietnam, Sudáfrica, España, Suazilandia, Tailandia, Túnez, Turquía, Egipto, Reino Unido
	Luxemburgo	3.285.877	4.762.797	1,4	Australia, Austria, Bélgica, <u>Costa Rica</u> , <u>Ecuador</u> , France, Alemania, Indonesia, Italia, Kenia, Marruecos, Países Bajos, Nueva Zelanda, otros de Europa tales como Polonia, Portugal, España, Turquía, Egipto, zonas libres.

Fuente: [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

Suiza cuenta con 31 proveedores, entre ellos se encuentra un mercado latino (Perú) y uno centro americano (México), mientras que Luxemburgo cuenta con 20 proveedores, de los cuales dos son cercanos al mercado nacional (Costa Rica y Ecuador).

Se elaboró la siguiente matriz de decisiones para el mercado priorizado Suiza, según mayor valor de importación 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/KG NETO)	MARGEN (USD/KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
70310 Cebollas y chalotes	Valor unitario país importador (Suiza)	1,96	-	-
	Valor unitario en destino	0,69	1,3	Entre mayor valor importado y valor en destino
	Flete desde Chile a destino (Holanda o Alemania)*	0,15	-	-
	Valor unitario promedio de exportación	0,54	1,4	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (cebollas)	0,55	0,0	Entre valor promedio exportado y valor interno mayorista
	Costo de producción interno (ficha)**	0,24	0,3	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Marítimo, refrigerado, contenedores de 40 pies

\*\* Cebollas, Región del Maule 2013 (ODEPA, 2014)

Cabe destacar:

- El margen entre el valor promedio de importación de este país (USD 1,98/kg netos) y el valor estimado del producto en destino (USD 0,69/kg), permitiría cubrir gastos extras a los estimados, como tramitaciones y transporte terrestre desde el puerto de Rotterdam, Holanda, hasta el destino final.
- Actualmente se está exportando este producto a Holanda y Alemania, lo que favorece la posibilidad de ampliar los envíos a países cercanos o limítrofes, como es el caso de Suiza.
- El valor promedio de exportación es cercano al valor del mercado interno, lo que se explica por los altos volúmenes de este producto en la exportación nacional, condición asociada a menores valores/kg neto.

## 1.4.2 Grupo 070320 Ajos: Orgánicos; Los demás

A continuación se presentan los valores de compra y venta promedios de este producto, asociados a su demanda mundial en 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR (USD)	VALOR UNITARIO (USD)
70320 Ajos: Orgánicos; Los demás	Priorización por valor unitario (USD)	Luxemburgo	243.450	1.700.882	7,0	-	-	-
		Finlandia	1.349.510	5.786.185	4,3	-	-	-
		Suecia	3.183.515	12.648.182	4,0	-	-	-
		Suiza	3.224.008	11.810.436	3,7	-	-	-
		Alemania	20.684.253	63.942.076	3,1	-	-	-
	Priorización por volumen (kg netos)	Alemania	20.684.253	63.942.076	3,1	-	-	-
	Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	México	12.798.933	25.743.243	2,0	9.373.150	20.994.254	2,2
	Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Estados Unidos	80.638.856	135.167.378	1,7	44.541	190.906	4,3
	Exportación chilena	-	-	-	-	10.118.646	22.344.680	2,2
Mercado interno (Lo Valledor)	-	-	-	-	-	-	2,3	



Los valores señalados en el cuadro permiten concluir que, para el producto 70320:

- El mayor valor unitario corresponde a las exportaciones a Estados Unidos (USD 4,3/kg neto), cifra que supera en 95% el valor promedio de las exportaciones totales de Chile durante dicho período.
- El volumen demandado por Estados Unidos (80.638.856 kg netos) supera ampliamente el total de la oferta mundial chilena (10.118.646 kg netos); es decir, el total nacional alcanza para satisfacer un 12,6% de la demanda de dicho mercado, no obstante, en la temporada se exportaron 44.541 kg netos a este destino, equivalentes a un 5,4% de su demanda total.
- El valor de la unidad comercializada por Chile (USD 2,2) se encuentra por debajo de los valores transados por países como Luxemburgo y Finlandia, que alcanzan los mayores valores unitarios: 7 y 4,3 USD/kg neto, respectivamente.
- La demanda total de Luxemburgo y Finlandia alcanza el 15,7% de la oferta total chilena (2,4 y 13,3% respectivamente). Por lo tanto, el total nacional comercializado es suficiente para satisfacer el 100% de la demanda de ambos países.
- El valor de venta interno fue de USD 2,3/kg, superando en USD 0,1 el valor promedio exportado. Destacan los mercados de Luxemburgo y Finlandia por importar a valores unitarios mayores que los de venta interna.



En el siguiente cuadro se señalan los proveedores de los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio en 2014 (Luxemburgo y Finlandia) del producto 070320.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	PAÍSES	VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	PROVEEDORES
70320 Ajos: Orgánicos; Los demás	Luxemburgo	243.450	1.700.882	7,0	<u>Argentina</u> , Austria, Bélgica, China, Francia, Alemania, Grecia, Países Bajos, Portugal, España, Suiza, Egipto,
	Finlandia	1.349.510	5.786.185	4,3	<u>Argentina</u> , Bélgica, China, Dinamarca, Estonia, Francia, Alemania, Italia, Corea, Países Bajos, Polonia, España, Suecia, Suiza, Egipto

Fuente: [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

Luxemburgo, con una demanda de 243.450 kg netos, mantiene 14 distintos proveedores, entre los cuales Argentina representa a Latinoamérica. Por otro lado Finlandia, cuya demanda es de 1.349.510 kg netos, presenta 15 proveedores y Argentina también es el único país latino que llega a este mercado.

Se elaboró la siguiente matriz de decisiones para el mercado priorizado Luxemburgo, según mayor valor de importación 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/ KG NETO)	MARGEN (USD/KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
70320 Ajos: Orgánicos; Los demás	Valor unitario país importador (Luxemburgo)	6,99	-	-
	Valor unitario en destino	2,36	4,6	Entre mayor valor importado y valor en destino
	Flete desde Chile a destino (Holanda)*	0,15	-	-
	Valor unitario promedio de exportación	2,21	4,8	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (ajos)	2,33	-0,1	Entre valor promedio exportado y valor interno mayorista
	Costo de producción interno (ficha)**	0,63	1,7	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Marítimo, refrigerado, contenedores de 40 pies

\*\* Cebollas, Región del Maule 2013 (ODEPA, 2014)

Cabe destacar:

- Luxemburgo presenta el valor unitario internacional más atractivo (USD 6,99/kg neto) y un margen de USD 4,6/kg neto frente a la estimación de producto puesto en destino.
- Nuevamente el valor de venta interno es similar al de exportación, condición avalada por los altos volúmenes comercializados a diferentes destinos, durante el período.

Nótese que el 1 de febrero de 2023 entrará en vigencia un acuerdo comercial con Luxemburgo, plazo suficiente para avanzar en las negociaciones con eventuales compradores de ese mercado.

### 1.4.3 Grupo 070410 Coliflores y brócolis

A continuación, se presentan los valores de compra y venta promedios de este producto, asociados a su demanda mundial en 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR (USD)	VALOR UNITARIO (USD)
70410 Coliflores y brócolis	Priorización por valor unitario (USD)	Japón	92.214	538.443	5,8	-	-	-
		Noruega	13.863.555	29.627.098	2,1	-	-	-
		Islandia	349.065	731.163	2,1	-	-	-
		Brunei Darussalam	864.809	1.677.676	1,9	-	-	-
		Panamá	277.606	527.721	1,9	-	-	-
	Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Panamá	277.606	527.721	1,9	-	-	-
	Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Reino Unido	151.742.529	207.647.358	1,4	1.040	3.220	3,1
	Exportación chilena	-	-	-	-	1-040	3.220	3,1
Mercado interno (Lo Valledor)*	-	-	-	-	-	-	1,09	

\* Valor referido a coliflores.



Los valores señalados en el cuadro permiten concluir que, para el producto 70410:

- El mayor valor unitario exportado corresponde a USD 3,1/kg neto transados en el mercado de Reino Unido, único destino para este producto, donde se comercializaron 1.040 kg netos. El volumen exportado a este mercado corresponde a un 0,0006%.
- Japón lidera la lista de los mercados de mayor valor unitario importado para este producto: USD 5,8/kg neto, es decir, un 87% más que el valor unitario promediado de las exportaciones chilenas durante ese año. Este mercado importó en total 92.214 kilos netos y la oferta de Chile correspondió al 1,1% de su demanda total.
- El segundo lugar corresponde a Noruega, con un valor unitario importado de USD 2,1/kg neto; muestra un 32,3% bajo el valor unitario promediado por Chile, aunque el volumen de demanda es superior a todos los otros mercados priorizados: 13.863 toneladas, por lo tanto, la oferta total nacional corresponde a un 0,008% del total demandado.

En el siguiente cuadro se señalan los proveedores de los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio en 2014 (Japón y Noruega), del producto 070410.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			PROVEEDORES
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD/KG NETO)	
70410 Coliflores y brócolis	Por valor unitario (USD)	Japón	92.214	538.443	5,8	Estados Unidos
		Noruega	13.863.555	29.627.098	2,1	Dinamarca, Francia, Alemania, Grecia, Italia, Kenia, Países Bajos, Polonia, Portugal, España, Tailandia, Reino Unido, Estados Unidos

Fuente: [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

Japón solo presenta un proveedor de este producto: Estados Unidos, a diferencia de Noruega con 13 abastecedores; no se registran países latinos.

Se elaboró la siguiente matriz de decisiones para el mercado priorizado Japón, según mayor valor de importación 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/ KG NETO)	MARGEN (USD/ KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
70410 Coliflores y brócolis	Valor unitario país importador (Japón)	5,84		-
	Valor unitario en destino	3,27	2,6	Entre mayor valor importado y valor en destino
	Flete desde Chile a destino*	0,18		-
	Valor unitario promedio de exportación	3,10	2,7	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (coliflor)	1,09	2,0	Entre valor promedio exportado y valor interno mayorista
	Costo de producción interno (ficha)**	0,13	1,0	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Marítimo, refrigerado, contenedores de 40 pies

\*\* Cebollas, Región del Maule 2013 (ODEPA, 2014)

Cabe destacar:

- La opción evaluada de entrega de este producto a Japón presenta una estimación de margen atractiva (USD 2,6/kg neto), con relación a los valores promedios referenciales del período.
- Lo mismo ocurre con la diferencia que se genera entre el valor del mercado interno y el de exportación, aunque es mayor con la estimación de entrega a este nuevo destino.
- El año 2014 se exportó un volumen marginal para el mercado internacional que estuvo destinado solo a Reino Unido; esta exportación provino de un único empresario.
- Es importante considerar la producción interna, que se encuentra en su mayoría concentrada en la Región Metropolitana.
- Entre el cultivo de coliflor y brócoli se estima una superficie total nacional de 2.557 hectáreas.

#### 1.4.4 Grupo 070490 Los demás: Coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles similares del género Brassica, frescos o refrigerados

A continuación se presentan los valores de compra y venta promedios de este producto, asociados a su demanda mundial en 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR (USD)	VALOR UNITARIO (USD)
70490 Los demás: Coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles similares del género <i>Brassica</i> , frescos o refrigerados	Priorización por valor unitario (USD)	Colombia	4.000	8.143	2,0	-	-	-
		Finlandia	5.718.748	10.542.315	1,8	-	-	-
		Suiza	13.970.403	24.512.999	1,8	-	-	-
		Noruega	3.497.413	5.373.093	1,5	-	-	-
		Reino Unido	37.493.738	37.807.782	1,0	1.016	1.934	1,9
	Priorización por volumen (kg netos)	Canadá	179.952.102	254.737.102	1,4	-	-	-
	Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Colombia	4.000	8.143	2,0	-	-	-
	Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Reino Unido	37.493.738	37.807.782	1,0	1.016	1.934	1,9
	Exportación chilena	-	-	-	-	2.116	3.034	1,4
Mercado interno (Lo Valledor)*	-	-	-	-	-	-	0,7	

\* Valor referido al repollo.





Los valores señalados en el cuadro permiten concluir que, para el producto 70490:

- El mayor valor unitario promedio exportado (USD 1,9/kg neto) corresponde a la comercialización de 1.016 kg netos con Reino Unido, lo que supera en un 36% el valor alcanzado mundialmente para este producto.
- Los 1.016 kg netos exportados a Reino Unido son marginales respecto del total demandado por dicho mercado, que alcanza 37.493.738 kg netos, es decir, corresponde al 0,003% de la demanda total.
- Al comparar el valor unitario promedio exportado por Chile en 2014, con los mayores valores promedio importados durante el mismo período, se observa que los USD 2,0/kg neto pagados por Colombia superan en un 43% el promedio nacional. Por otro lado, el total de la oferta nacional alcanza para satisfacer el 52,9% del volumen demandado por ese país de destino.
- El segundo país de mayor valor unitario promedio fue Finlandia con USD 1,8, lo cual representa un 29% más que lo promediado por las exportaciones de Chile en el mismo período.
- El volumen demandado por el mercado finlandés alcanza los 5.718.748 kg netos, por lo cual el total de la oferta nacional alcanzaría a satisfacer un 0,04% de la demanda de dicho país.

En el siguiente cuadro se señalan los proveedores de los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio en 2014 (Colombia y Finlandia), del producto 070490.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			PROVEEDORES
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	
70490	Por valor unitario (USD)	Colombia	4.000	8.143	2,0	China
Los demás: Coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles similares del género <i>Brassica</i> , frescos o refrigerados		Finlandia	5.718.748	10.542.315	1,8	Austria, Bélgica, Chipre, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Italia, Kenia, Países Bajos, Polonia, Portugal, España, Suecia, Tailandia, Turquía, Uganda, Macedonia, Reino Unido

Fuente: [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

Colombia solo cuenta con un proveedor, China, que llega con 4.000 kg netos

Se elaboró la siguiente matriz de decisiones para el mercado priorizado Colombia, según mayor valor de importación 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/KG NETO)	MARGEN (USD/KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
70490 Los demás: Coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles similares del género <i>Brassica</i> , frescos o refrigerados	Valor unitario país importador (Colombia)	2,04	-	-
	Valor unitario en destino	1,54	0,5	Entre mayor valor importado y valor en destino
	Flete desde Chile a destino*	0,10	-	-
	Valor unitario promedio de exportación	1,43	0,6	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (repollo)	0,70	0,7	Entre valor promedio exportado y valor interno mayorista
	Costo de producción interno (ficha)**	0,15	0,6	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Marítimo, refrigerado, contenedores de 40 pies

\*\* Cebollas, Región del Maule 2013 (ODEPA, 2014)

Cabe destacar:

- No se observan ventajas comparativas interesantes para incluir este destino en la cartera de clientes actual.
- De los 2.116 kg netos de producto exportados por Chile, el 50% tuvo como destino Reino Unido, donde alcanzó un valor de venta de USD 1,9/kg neto, cifra similar al mayor promedio internacional (2,04). Ante esta situación y considerando que Reino Unido mantiene una demanda mayor de producto, la alternativa inicial que se plantea es ampliar el mercado actual, ya conocido y en funcionamiento.
- Al igual que en el caso anterior, la exportación de este producto la realiza solo una empresa nacional.

### 1.4.5 Grupo 070519 Las demás: Lechugas (*Lactuca sativa*) y achicorias, comprendidas la escarola y la endibia (*Cichorium spp.*), frescas o refrigeradas

A continuación, se presentan los valores de compra y venta promedios de este producto, asociados a su demanda mundial en 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR (USD)	VALOR UNITARIO (USD)
70519  Las demás: Lechugas ( <i>Lactuca sativa</i> ) y achicorias, comprendidas la escarola y la endibia ( <i>Cichorium spp.</i> ), frescas o refrigeradas	Priorización por valor unitario (USD)	China	144	2.126	14,8	-	-	-
		Islandia	2.200	29.486	13,4	-	-	-
		Noruega	548.759	3.069.593	5,6	-	-	-
		Nueva Zelanda	28.423	122.842	4,3	-	-	-
		Luxemburgo	1.062.929	3.860.698	3,6	-	-	-
	Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Panamá	274.847	522.276	1,9	-	-	-
	Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Reino Unido	105.026.150	172.753.148	1,6	7.546	20.784	2,8
	Exportación chilena	-	-	-	-	7.736	21.268	2,7
Mercado interno (Lo Valledor)*	-	-	-	-	-	-	0,8	

\* Valor referido a la lechuga.

Los valores señalados en el cuadro permiten concluir que, para el producto 70519:

- El mayor valor unitario exportado corresponde a la comercialización de 7.546 kg netos con el mercado del Reino Unido, por un valor de USD 2,8, equivalente al 0,007% de la demanda.
- China e Islandia son los mercados que mayor valor unitario alcanzaron: USD 14,8/kg neto y 13,4 respectivamente, lo que se traduce en un 448% y 396% más que el valor unitario promedio total exportado por Chile.
- Los volúmenes demandados por dichos mercados muestran que China (mercado de mayor valor unitario promedio) solo alcanza 144 kg netos, mientras que Islandia llega a 2.200. Por lo tanto, ambos mercados representan un 31% del total exportado por Chile en el período analizado; es decir, el volumen total comercializado por Chile satisface en un 100% la demanda de ambos países.



En el siguiente cuadro se señalan los proveedores de los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio en 2014 (China e Islandia), del producto 070519.

CÓDIGO	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			PROVEEDORES
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD/KG NETO)	
70519	Por valor unitario (USD)	China	144	2.126	14,8	Estados Unidos
Las demás: Lechugas ( <i>Lactuca sativa</i> ) y achicorias, comprendidas la escarola y la endibia ( <i>Cichorium spp.</i> ), frescas o refrigeradas		Islandia	2.200	29.486	13,4	Alemania, Hungría, Israel, Italia, Kenia, Países Bajos, Vietnam, España, Reino Unido, Estados Unidos

Fuente: [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

China cuenta con un único proveedor, Estados Unidos, a diferencia de Islandia que presenta 10, de los cuales ninguno se encuentra en el mercado latino.

Se elaboró la siguiente matriz de decisiones para el mercado priorizado China, según mayor valor de importación 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/KG NETO)	MARGEN (USD/KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
70519  Las demás: Lechugas ( <i>Lactuca sativa</i> ) y achicorias, comprendidas la escarola y la endibia ( <i>Cichorium spp.</i> ), frescas o refrigeradas	Valor unitario país importador (China)	14,76		-
	Valor unitario en destino	7,15	7,6	Entre mayor valor importado y valor en destino
	Flete desde Chile a destino*	4,40		-
	Valor unitario promedio de exportación	2,75	12,0	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (lechuga)	0,80	1,9	Entre valor promedio exportado y valor interno mayorista
	Costo de producción interno (ficha)**	0,16	0,6	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Marítimo, refrigerado, contenedores de 40 pies

\*\* Cebollas, Región del Maule 2013 (ODEPA, 2014)

Cabe destacar:

- Se observa un amplio margen entre el valor de entrega del producto en destino y el valor promedio de importación (USD 7,6/kg neto).
- Lo anterior también ocurre con el margen entre el valor promedio de la exportación y el valor de importación (USD 12/kg neto). El mayor valor alcanzado correspondió a las entregas realizadas al Reino Unido (USD 2,7/kg neto), con un volumen de 7.500 kg netos.

#### 1.4.6 Grupo 070529 Las demás: Achicorias (*Cichorium endibia*), radicchios (*Cichorium spp.*)

A continuación se presentan los valores de compra y venta promedios de este producto, asociados a su demanda mundial en 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR (USD)	VALOR UNITARIO (USD)
70529 Las demás: Achicorias ( <i>Cichorium endibia</i> ), radicchios ( <i>Cichorium spp.</i> )	Priorización por valor unitario (USD)	Islandia	14.102	187.074	13,3	-	-	-
		Letonia	73.689	346.095	4,7	-	-	-
		Malasia	11.202	44.958	4,0	-	-	-
		Eslovaquia	105.516	403.034	3,8	-	-	-
		China (Hong Kong)	175.523	664.604	3,8	-	-	-
	Priorización por volumen (kg netos)	Alemania	16.662.422	22.227.894	1,3	-	-	-
		Reino Unido	12.235.375	16.223.839	1,3	155.892	168.632	1,1
		Suiza	11.739.926	20.847.513	1,8			
	Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Guatemala	9.338	19.383	2,1	-	-	-
	Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Reino Unido	12.235.375	16.223.839	1,3	155.892	168.632	1,1
Exportación chilena	-	-	-	-	281.338	299.483	1,1	
Mercado interno (Lo Valledor)*	-	-	-	-	-	-	0,85	

\* Valor referido a la achicoria.

Los valores señalados en el cuadro permiten concluir que, para el producto 70529:

- El mayor valor unitario alcanzado fue de USD 1,1 y corresponde a 155.892 kg netos enviados al Reino Unido. Cabe destacar que este valor es igual al promedio de las exportaciones a nivel mundial.

- Al comparar el valor unitario promedio de las exportaciones nacionales con los países que registraron los mayores valores unitarios en sus importaciones, destacan Islandia y Letonia con USD 13,3/kg neto y 4,7, respectivamente.
- En el caso de Islandia, el valor supera el promedio de Chile en un 1,109%, no obstante el volumen demandado fue marginal (5% respecto del total exportado).
- Letonia representa un 327% más que lo promediado por Chile; su volumen de importación fue de 73.689 kg netos, lo que representa un 26% del total exportado por Chile.

En el siguiente cuadro se señalan los proveedores de los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio en 2014 (Islandia y Letonia), del producto 070529.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			PROVEEDORES
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD/KG NETO)	
70529 Las demás: Achicorias ( <i>Cichorium endibia</i> ), radicchios ( <i>Cichorium</i> spp.)	Por valor unitario (USD)	Islandia	14.102	187.074	13,3	Camboya, China, Dinamarca, Israel, Italia, Países Bajos, India, Vietnam, España, Estados Unidos
		Letonia	73.689	346.095	4,7	Estonia, Alemania, Italia, Lituania, Países Bajos, Suecia

Fuente: [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

Islandia cuenta con 10 proveedores y Letonia con 6; en ambos casos ninguno cercano a Chile.



Se elaboró la siguiente matriz de decisiones para el mercado priorizado Islandia, según mayor valor de importación 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/KG NETO)	MARGEN (USD/KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
70529  Las demás: Achicorias ( <i>Cichorium endibia</i> ), radicchios ( <i>Cichorium spp.</i> )	Valor unitario país importador (Islandia)	13,27	-	-
	Valor unitario en destino	5,26	8,0	Entre mayor valor importado y valor en destino
	Flete desde Chile a destino (Reino Unido)*	4,20	-	-
	Valor unitario promedio de exportación	1,06	12,2	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (achicoria)	0,85	0,2	Entre valor promedio exportado y valor interno mayorista
	Costo de producción interno (ficha)**	0,24	0,6	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Marítimo, refrigerado, contenedores de 40 pies

\*\* Cebollas, Región del Maule 2013 (ODEPA, 2014)



### 1.4.7 Grupo 070610 Zanahorias y nabos

A continuación se presentan los valores de compra y venta promedios de este producto, asociados a su demanda mundial en 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR (USD)	VALOR UNITARIO (USD)
70610 Zanahorias y nabos	Priorización por valor unitario (USD)	Nueva Zelanda	79.856	174.746	2,2	-	-	-
		Colombia	128.529	223.755	1,7	-	-	-
		Brasil	506.746	760.736	1,5	-	-	-
		Noruega	6.275.623	6.810.706	1,1	-	-	-
		Islandia	801.519	859.385	1,1	-	-	-
	Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Colombia	128.529	223.755	1,7	-	-	-
	Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Islas Malvinas	-	-	-	50	127	2,5
	Exportación chilena	-	-	-	-	-	116.205	2,1
Mercado interno (Lo Valledor)*	-	-	-	-	-	-	0,34	

\* Valor referido a las zanahorias.

Los valores señalados en el cuadro permiten concluir que, para el producto 70610:

- El valor de venta máximo de exportación fue de USD 2,5/kg neto, obtenido en las Islas Malvinas; no obstante la demanda de este mercado es marginal y corresponde a 50 kg netos.
- Al comparar el valor unitario promedio de las exportaciones nacionales, con los países que registraron los mayores valores unitarios en sus importaciones, destacan Nueva Zelanda y Colombia con USD 2,2/kg neto y 1,7, respectivamente. En el primer caso el valor supera en 4,7% lo promediado por Chile y para Colombia es un 19% menor.
- Colombia demandó 128.529 kg netos, cifra que supera la oferta de Chile que correspondió a un 42,5% de la demanda total de ese mercado.

En el siguiente cuadro se señalan los proveedores de los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio en 2014 (Nueva Zelanda y Colombia), del producto 070610.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			PROVEEDORES
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD/KG NETO)	
70610 Zanahorias y nabos	Por valor unitario (USD)	Nueva Zelanda	79.856	174.746	2,2	China, Estados Unidos
		Colombia	128.529	223.755	1,7	China, Estados Unidos

Fuente: [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

Nueva Zelanda y Colombia presentan los mismos proveedores, ninguno latinoamericano. Colombia queda marginada de las opciones de mercado, ya que presenta un valor de importación promedio menor al alcanzado por Chile en el mismo período.

Se elaboró la siguiente matriz de decisiones para el mercado priorizado Nueva Zelanda, según mayor valor de importación 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/KG NETO)	MARGEN (USD/KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
70610 Zanahorias y nabos	Valor unitario país importador (Nueva Zelanda)	2,19		-
	Valor unitario en destino	2,35	-0,2	Entre mayor valor importado y valor en destino
	Flete desde Chile a destino*	0,25		-
	Valor unitario promedio de exportación	2,10	0,1	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (tomate)	0,34	1,8	Entre valor promedio exportado y valor interno mayorista
	Costo de producción interno (ficha)**	0,13	0,2	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Marítimo, refrigerado, contenedores de 40 pies

\*\* Cebollas, Región del Maule 2013 (ODEPA, 2014)

#### 1.4.8 Grupo 070690 Los demás: Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados

A continuación, se presentan los valores de compra y venta promedios de este producto, asociados a su demanda mundial en 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR (USD)	VALOR UNITARIO (USD)
70690  Los demás: Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados	Priorización por valor unitario (USD)	Nueva Zelanda	3.230	12.378	3,8	-	-	-
		Malta	181.277	384.553	2,1	-	-	-
		Islandia	2.704.527	5.033.160	1,9	-	-	-
		Luxemburgo	928.177	1.414.667	1,5	-	-	-
		México	15.350	21.389	1,4	-	-	-
	Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	México	15.350	21.389	1,4	-	-	-
	Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Reino Unido	41.151.130	49.464.089	1,2	140	210	1,5
	Exportación chilena	-	-	-	-	140	420	1,5
Mercado interno (Lo Valledor)*	-	-	-	-	-	-	0,34	

\* Valor referido a las zanahorias.

Los valores señalados en el cuadro permiten concluir que, para el producto 70690:

- El valor de venta máximo alcanzó USD 1,5/kg neto con los envíos de 140 kg netos al Reino Unido. Cabe destacar que éste es el único mercado al cual se exportó este producto nacional y corresponde al 0,0003% de su total demandado.
- Sin embargo, el valor de importación del Reino Unido es menor que el valor unitario promedio exportado, siendo la importación chilena marginal respecto del total adquirido y a un valor por sobre la media.
- Respecto del mayor valor importado a nivel mundial, Nueva Zelanda alcanzó los USD 3,8/kg neto, lo que corresponde a un 153% más del valor promedio de las exportaciones chilenas. Su demanda fue de 3.230 kg netos y las exportaciones chilenas podrían satisfacer el 4,3% de ese total.

En lo que respecta al mercado de Malta, el valor unitario de importación fue de USD 2,1/kg neto, un 40% más que el promedio exportado por Chile. Su demanda fue de 181.277 kg netos y las exportaciones chilenas podrían satisfacer el 0,08% de ese total.

En el siguiente cuadro se señalan los proveedores de los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio en 2014 (Nueva Zelanda y Malta), del producto 070690.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			PROVEEDORES
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD/KG NETO)	
70690 Los demás: Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados	Por valor unitario (USD)	Nueva Zelanda	3.230	12.378	3,8	China, Fiyi, Alemanaia, Japón, Países Bajos
		Malta	181.277	384.553	2,1	Alemania, Italia, Países Bajos, España, Reino Unido

Fuente: [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

Tanto Nueva Zelanda como Malta se abastecen de cinco proveedores, ninguno cercano con Chile.

Se elaboró la siguiente matriz de decisiones para el mercado priorizado Nueva Zelanda, según mayor valor de importación 2014.



CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/KG NETO)	MARGEN (USD/KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
70690  Los demás: Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados	Valor unitario país importador (Nueva Zelanda)	3,83		-
	Valor unitario en destino	1,75	2,1	Entre mayor valor importado y valor en destino
	Flete desde Chile a destino*	0,25		-
	Valor unitario promedio de exportación	1,50	2,3	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (zanahoria)	0,34	1,2	Entre valor promedio exportado y valor interno mayorista
	Costo de producción interno (ficha)**	0,13	0,2	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Marítimo, refrigerado, contenedores de 40 pies

\*\* Cebollas, Región del Maule 2013 (ODEPA, 2014)

### 1.4.9 Grupo 070700 Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados

A continuación se presentan los valores de compra y venta promedios de este producto, asociados a su demanda mundial en 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR (USD)	VALOR UNITARIO (USD)
70700 Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados	Priorización por valor unitario (USD)	Nueva Zelanda	58.460	173.931	3,0	-	-	-
		Noruega	9.283.210	17.152.413	1,8	-	-	-
		España	6.904.422	12.689.964	1,8	-	-	-
		Islandia	5.883.613	9.640.766	1,6	-	-	-
		Reino Unido	152.291.631	196.000.360	1,3	2.626	5.259	2,0
	Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Panamá	5.728	3.896	0,7	-	-	-
	Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Reino Unido	152.291.631	196.000.360	1,3	2.626	5.259	2,0
	Exportación chilena	-	-	-	-	-	5.259	2,0
Mercado interno (Lo Valledor)*	-	-	-	-	-	-	0,73	

\* Valor referido al pepino.

Los valores señalados en el cuadro permiten concluir que, para el producto 70700:

- El mayor valor comercializado se obtuvo en Reino Unido: USD 2/kg neto con 2.626 kg netos transados. Cabe destacar que éste es el único destino de las exportaciones chilenas para este producto.
- Reino Unido demandó 152.291.631 kg netos, por lo que las exportaciones chilenas a este mercado son marginales y corresponden solo al 0,002% de su demanda total.

- Nueva Zelanda y Noruega fueron los principales mercados de mayor valor unitario promedio importado, con valores de USD 3 y USD 1,8 respectivamente, y el valor unitario promedio exportado fue de USD 2,0.
- Al comparar los valores unitarios promedio exportados y los mercados de mayor valor unitario promedio (según sus respectivas importaciones), se observa que Nueva Zelanda supera en un 50% lo comercializado por Chile. Sin embargo, Noruega (USD 1,8/kg neto) representa un 10% menos del valor unitario actual.
- Respecto de los volúmenes, Nueva Zelanda (58.460 kg netos) supera la oferta chilena (2.626 kg netos) ya que ésta representa el 4,5% de la demanda total de ese mercado. El volumen demandado por Noruega fue de 9.283.210 kg netos y la oferta nacional alcanza solo un 0,03% de su demanda total.

En el siguiente cuadro se señalan los proveedores de los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio en 2014 (Nueva Zelanda y Noruega), del producto 070700.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			PROVEEDORES
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD/KG NETO)	
70700 Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados	Por valor unitario (USD)	Nueva Zelanda	58.460	173.931	3,0	<u>Argentina</u>
		Noruega	9.283.210	17.152.413	1,8	Bulgaria, Chipre, Dinamarca, <u>Ecuador</u> , Francia, Alemania, Grecia, Israel, Italia, Marruecos, Países Bajos, Polonia, España, Suecia, Tailandia, Turquía, Reino Unido

Fuente: [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

Nueva Zelanda tiene como único proveedor a Argentina, a diferencia de Noruega, que cuenta con 17, entre ellos Ecuador como representante del mercado latino.

La presencia de proveedores latinos en ambos casos sugiere realizar una evaluación con mayor detención de estos mercados.

Se elaboró la siguiente matriz de decisiones para el mercado priorizado Nueva Zelanda, según mayor valor de importación 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/KG NETO)	MARGEN (USD/KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
70700 Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados	Valor unitario país importador (Nueva Zelanda)	2,98	-	-
	Valor unitario en destino	2,25	0,7	Entre mayor valor importado y valor en destino
	Flete desde Chile a destino*	0,25	-	-
	Valor unitario promedio de exportación	2,00	1,0	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (pepino)	0,73	1,3	Entre valor promedio exportado y valor interno mayorista
	Costo de producción interno (ficha)**	0,20	0,5	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Marítimo, refrigerado, contenedores de 40 pies

\*\* Cebollas, Región del Maule 2013 (ODEPA, 2014)

Al realizar la proyección de envío al principal mercado identificado como prioritario, Nueva Zelanda, se estiman valores de traslado y se margina un valor de USD 0,7/kg neto, una cifra poco atractiva para este mercado.





#### 1.4.10 Grupo 070920 Espárragos: Orgánicos, Los demás

A continuación se presentan los valores de compra y venta promedios de este producto, asociados a su demanda mundial en 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR (USD)	VALOR UNITARIO (USD)
70920 Espárragos: Orgánicos, Los demás	Priorización por valor unitario (USD)	Luxemburgo	376.559	3.037.439	8,1	-	-	-
		Islandia	23.586	184.507	7,8	-	-	-
		Corea	442.201	3.314.284	7,5	-	-	-
		Brunei Darussalam	40.824	305.249	7,5	-	-	-
		El Salvador	17.869	115.480	6,5	-	-	-
	Priorización por volumen (kg netos)	Estados Unidos	220.642.793	502.057.313	2,3	-	-	-
		Alemania	26.055.612	109.884.669	4,2	-	-	-
		Canadá	22.476.600	83.303.593	3,7	-	-	-
		Reino Unido	14.210.702	77.072.954	5,4	210	1.486	7,1
		Países Bajos	12.240.093	61.981.062	5,1	1.350	1.862	1,4
	Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	El Salvador	17.869	115.480	6,5	-	-	-
	Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Reino Unido	14.210.702	77.072.954	5,4	210	1.486	7,1
	Exportación chilena	-	-	-	-	1.560	3.348	2,1
Mercado interno (Lo Valledor)*	-	-	-	-	-	-	1,52	

\* Valor referido a espárragos.

Los valores señalados en el cuadro permiten concluir que, para el producto 70920:

- El valor de venta máximo alcanzado fue de USD 7,1/kg neto en Reino Unido, donde se comercializaron 210 kg netos que corresponden a 0,001% de la demanda total de este mercado; es decir, las entregas nacionales a este mercado fueron marginales.
- Luxemburgo e Islandia fueron los principales mercados de mayor valor unitario promedio importado, con valores de 8,1 y 7,8 USD respectivamente, mientras que el valor unitario promedio exportado por Chile alcanzó los USD 2,1/kg neto.
- Por lo tanto, Luxemburgo pagó en promedio un 286% más del valor unitario promediado por Chile e Islandia superó en 271% este valor.
- Los 1.560 kg netos exportados por Chile representan el 0,4 y 6,6% de la demanda total de Luxemburgo e Islandia, respectivamente.

En el siguiente cuadro se señalan los proveedores de los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio en 2014 (Luxemburgo e Islandia), del producto 070920.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			PROVEEDORES
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD/KG NETO)	
70920 Espárragos: Orgánicos, Los demás	Por valor unitario (USD)	Luxemburgo	376.559	3.037.439	8,1	Bélgica, <u>Chile</u> , Francia, Alemania, Grecia, Italia, Kenia, <u>México</u> , Marruecos, Países Bajos, otros de Europa, <u>Perú</u> , España, Tailandia, Egipto, zonas francas, Estados Unidos, Islas Malvinas
		Islandia	23.586	184.507	7,8	China, Grecia, Italia, <u>México</u> , Países Bajos, <u>Perú</u> , España, Tailandia, Reino Unido, Estados Unidos

Fuente: [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

Luxemburgo se abasteció con 18 proveedores, entre ellos Perú con quien Chile comparte la costa del océano Pacífico, además de México, que representa a Centro América. Islandia cuenta con 10 proveedores y también incluye a Perú y México.



Se elaboró la siguiente matriz de decisiones para el mercado priorizado Luxemburgo, según mayor valor de importación 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/KG NETO)	MARGEN (USD/KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
70920 Espárragos: Orgánicos, Los demás	Valor unitario país importador (Luxemburgo)	8,07	-	-
	Valor unitario en destino	5,41	2,7	Entre mayor valor importado y valor en destino
	Flete desde Chile a destino*	3,26	-	-
	Valor unitario promedio de exportación	2,15	5,9	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (espárragos)	1,52	0,6	Entre valor promedio exportado y valor interno mayorista
	Costo de producción interno (ficha)**	0,84	0,7	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Marítimo, refrigerado, contenedores de 40 pies

\*\* Cebollas, Región del Maule 2013 (ODEPA, 2014)

### 1.4.11 Grupo 070951 Hongos del género *Agaricus*

A continuación se presentan los valores de compra y venta promedios de este producto, asociados a su demanda mundial en 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍSES, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR (USD)	VALOR UNITARIO (USD)
70951 Hongos del género <i>Agaricus</i>	Priorización por valor unitario (USD)	Japón	11.099	164.273	14,8	-	-	-
		Nicaragua	17.678	143.090	8,1	-	-	-
		Singapur	1.589.380	10.526.822	6,6	-	-	-
		Islandia	63.133	384.899	6,1	-	-	-
		El Salvador	74.156	356.443	4,8	-	-	-
	Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	El Salvador	74.156	356.443	4,8	-	-	-
	Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Reino Unido	107.947.628	308.430.992	2,9	2.184	17.268	7,9
Exportación Chile	-	-	-	-	2.184	17.268	7,9	

Los valores señalados en el cuadro permiten concluir que, para el producto 70951:

- El valor de venta máximo alcanzado fue de USD 7,9/kg neto en Reino Unido, donde se comercializaron 2.184 kg netos, que corresponden a 0,002% de la demanda total de este mercado que, además, corresponde al único destino de las exportaciones nacionales.
- Los principales mercados, según el mayor valor unitario promedio, fueron Japón y Nicaragua, con 14,8 y 8,1 USD/kg neto, respectivamente.
- Los valores unitarios promedio importados por Japón y Nicaragua fueron 87 y 2,5%, respectivamente, mayores que los promediados por Chile.
- Los 2.184 kg netos exportados por Chile representan el 19,7 y 12,4% de la demanda total de Japón y Nicaragua, respectivamente.

En el siguiente cuadro se señalan los proveedores de los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio en 2014 (Japón y Nicaragua), del producto 070951.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			PROVEEDORES
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD/KG NETO)	
70951 Hongos del género Agaricus	Por valor unitario (USD)	Japón	11.099	164.273	14,8	Australia, Canadá, Países Bajos
		Nicaragua	17.678	143.090	8,1	China, <u>Costa Rica</u> , <u>Guatemala</u> , Estados Unidos

Fuente: [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

Tres países abastecieron a Japón y cuatro a Nicaragua, incluido uno Centroamericano: Guatemala.

Se elaboró la siguiente matriz de decisiones para el mercado priorizado Japón, según mayor valor de importación 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/KG NETO)	MARGEN (USD/KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
70951 Hongos del género Agaricus	Valor unitario país importador (Japón)	14,80	-	-
	Valor unitario en destino	12,31	2,5	Entre mayor valor importado y valor en destino
	Flete desde Chile a destino*	4,40	-	-
	Valor unitario promedio de exportación	7,91	6,9	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (sin venta en Lo Valledor)	-	-	Entre valor promedio exportado y valor interno mayorista
	Costo de producción interno (sin ficha)	-	-	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Aéreo (LAN)

### 1.4.12 Grupo 070991 Alcachofas (alcauciles)

A continuación, se presentan los valores de compra y venta promedios de este producto, asociados a su demanda mundial en 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR (USD)	VALOR UNITARIO (USD)
70991 Alcachofas (alcauciles)*	Priorización por valor unitario (USD)	Japón	7.933	63.673	8,0	-	-	-
		Rumania	149.929	941.743	6,3	-	-	-
		China	6.175	33.862	5,5	-	-	-
		Singapur	10.239	55.665	5,4	-	-	-
		Portugal	3.240.179	9.948.335	3,1	-	-	-
	Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Panamá	10.116	27.819	2,8	70	328	4,7
	Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Panamá	10.116	27.819	2,8	70	328	4,7
	Exportación chilena	-	-	-	-	80	329	4,1
Mercado interno (Lo Valledor)*	-	-	-	-	-	-	1,1	

\* Valor referido a alcachofas.

Los valores señalados en el cuadro permiten concluir que, para el producto 70991:

- El mayor valor unitario promedio comercializado se obtuvo de las exportaciones a Panamá (USD 4,7/kg neto).
- La demanda de este mercado es de 10.116 kg netos, mientras que las exportaciones de Chile a ese destino son de 70 kg netos, es decir un 0,7% de su demanda total.
- Japón y Rumania son los principales mercados según el mayor valor unitario promedio importado, con valores de 8 y 6,3 USD/kg neto respectivamente. El valor unitario promedio exportado por Chile fue de USD 4,1/kg neto; por lo tanto, dichos mercados pagaron 95,1 y 53,7% más, respectivamente.
- Los 80 kg netos exportados por Chile tienen una representación en las importaciones de 1% para Japón y 0,05% para Rumania.

En el siguiente cuadro se señalan los proveedores de los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio en 2014 (Japón y Rumania), del producto 070991.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			PROVEEDORES
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD/KG NETO)	
70991 Alcachofas (alcauciles)	Por valor unitario (USD)	Japón	7.933	63.673	8,0	Francia, Italia, Rumania, Estados Unidos
		Rumania	149.929	941.743	6,3	Francia, Alemania, Grecia, Italia, Países Bajos, España

Fuente: [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

La demanda de Japón fue provista por cuatro países y la de Rumania por seis. En ninguno de los dos casos se presenta algún mercado latino.

Se elaboró la siguiente matriz de decisiones para el mercado priorizado Japón, según mayor valor de importación 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/KG NETO)	MARGEN (USD/KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
70991 Alcachofas (alcauciles)*	Valor unitario país importador (Japón)	8,03	-	-
	Valor unitario en destino	8,51	-0,5	Entre mayor valor importado y valor en destino
	Flete desde Chile a destino*	4,40	-	-
	Valor unitario promedio de exportación	4,11	3,9	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (alcachofas)	1,08	3,0	Entre valor promedio exportado y valor interno mayorista
	Costo de producción interno (ficha)**	0,35	0,7	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Aéreo (LAN)

\*\* Alcachofas, Región Metropolitana (ODEPA, 2014)





### 1.4.13 Grupo 070992 Aceitunas

A continuación, se presentan los valores de compra y venta promedios de este producto, asociados a su demanda mundial en 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR (USD)	VALOR UNITARIO (USD)
70992 Aceitunas	Priorización por valor unitario (USD)	Dinamarca	110.982	745.630	6,7	-	-	-
		Luxemburgo	256.653	1.617.280	6,3	-	-	-
		Suecia	54.642	335.511	6,1	-	-	-
		Suiza	29.519	160.794	5,4	-	-	-
		República Checa	29.407	157.441	5,4	-	-	-
	Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Ecuador	59.302	103.454	1,7	-	-	-
	Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Costa Rica	-	-	-	544	2.031	3,7
	Exportación chilena	-	-	-	-	544	2.031	3,7
Mercado interno (Lo Valledor)	-	-	-	-	-	-	-	

Los valores señalados en el cuadro permiten concluir que, para el producto 70992:

- El mayor valor comercializado se obtuvo de las exportaciones a Costa Rica (USD 3,7/unidad transada), la cual demandó 544 kg netos. Cabe destacar que este mercado es el único donde se exportó el presente producto.
- Dinamarca y Luxemburgo fueron los principales mercados según el mayor valor unitario promedio importado (6,7 y 6,3 USD/kg neto respectivamente) y el valor unitario promedio exportado por Chile fue de USD 3,7/kg neto.

- En el caso de Dinamarca el valor unitario promediado superó en 81% el valor alcanzado por Chile y el volumen demandado fue de 110.982 kg netos; es decir, la oferta chilena total alcanzaría para satisfacer el 0,5% del total demandado.

Luxemburgo presentó un valor unitario 70,2% mayor al alcanzado por Chile; el total de la oferta nacional equivale al 0,2% del total demandado.

En el siguiente cuadro se señalan los proveedores de los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio en 2014 (Dinamarca y Luxemburgo), del producto 070992.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			PROVEEDORES
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD/KG NETO)	
70992 Aceitunas	Por valor unitario (USD)	Dinamarca	110.982	745.630	6,7	Bélgica, República Checa, Estonia, Francia, Grecia, Hungría, Italia, Jordania, Letonia, Países Bajos, Rumania, Eslovenia, España, Turquía, Reino Unido
		Luxemburgo	256.653	1.617.280	6,3	Bélgica, Francia, Alemania, Grecia, Italia, Marruecos, Países bajos, otros de Europa, tales como Portugal, España, Emiratos Árabes, zonas francas

Fuente: [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

Dinamarca presenta 15 proveedores y Luxemburgo 12, ninguno latinoamericano.

Se elaboró la siguiente matriz de decisiones para el mercado priorizado Dinamarca, según mayor valor de importación 2014.



CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/KG NETO)	MARGEN (USD/KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
70992 Aceitunas	Valor unitario país importador (Dinamarca)	6,72	-	-
	Valor unitario en destino	3,88	2,8	Entre mayor valor importado y valor en destino
	Flete desde Chile a destino (Alemania)*	0,15	-	-
	Valor unitario promedio de exportación	3,73	3,0	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (sin venta en Lo Valledor)	-	3,7	Entre valor promedio exportado y valor interno mayorista
	Costo de producción interno (ficha)**	0,57	-0,6	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Marítimo, refrigerado, contenedores de 40 pies

\*\* Cebollas, Región del Maule 2013 (ODEPA, 2014)

#### 1.4.14 Grupo 071029 Las demás: Habas (*Vicia faba*)

A continuación se presentan los valores de compra y venta promedios de este producto, asociados a su demanda mundial en 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR (USD)	VALOR UNITARIO (USD)
71029 Las demás: Habas ( <i>Vicia faba</i> )	Priorización por valor unitario (USD)	Panamá	362	1.188	3,3	48	110	2,3
		Suiza	80.493	238.408	3,0	-	-	-
		Luxemburgo	27.798	78.452	2,8	-	-	-
		Irlanda	271.505	712.607	2,6	-	-	-
		Paraguay	2.551	6.221	2,4	500	948	1,9
	Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Panamá	362	1.188	3,3	48	110	2,3
	Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Francia	5.065.716	10.511.921	2,1	85.030	296.485	3,5
	Exportación chilena	-	-	-	-	329.130	814.167	2,5
Mercado interno (Lo Valledor)	-	-	-	-	-	-	0,8	

Los valores señalados en el cuadro permiten concluir que, para el producto 71029:

- El mayor valor unitario promedio comercializado se obtuvo de las exportaciones a Francia (USD 3,5/kg neto), cuya demanda fue de 5.065.716 kg netos. Las exportaciones chilenas (85.030 kg netos) cubrieron el 1,7% de demanda de ese mercado.
- Panamá y Suiza fueron los principales mercados de mayor valor unitario promedio importado: 3,3 y 3 USD/kg neto respectivamente, mientras que el valor alcanzado por las exportaciones fue de USD 2,5/kg neto.
- Los valores unitarios promedio de las importaciones de Panamá y Suiza son 32 y 20% mayores respectivamente, que el valor de las exportaciones chilenas.
- Los 329.130 kg netos exportados satisfacen en un 100% lo demandado por Panamá (362 kg netos) y Suiza (80.493 kg neto).



En el siguiente cuadro se señalan los proveedores de los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio en 2014 (Panamá y Suiza), del producto 071029.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			PROVEEDORES
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD/KG NETO)	
71029 Las demás: Habas ( <i>Vicia faba</i> )	Por valor unitario (USD)	Panamá	362	1.188	3,3	Estados Unidos
		Suiza	80.493	238.408	3,0	Bélgica, China, Ecuador, Francia, Alemania, Italia, Japón, Países Bajos, Portugal, India, España, Tailandia, Túnez, Egipto

Fuente: [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

Panamá fue abastecido solo por un proveedor y Suiza por 14, entre ellos Ecuador que, dada su cercanía con Chile, se recomienda considerar esta opción para futuras incorporaciones en el mercado internacional.

Se elaboró la siguiente matriz de decisiones para el mercado priorizado Panamá, según mayor valor de importación 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/KG NETO)	MARGEN (USD/KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
71029 Las demás: Habas ( <i>Vicia faba</i> )	Valor unitario país importador (Panamá)	3,28	-	-
	Valor unitario en destino	2,62	0,7	Entre mayor valor importado y valor en destino
	Flete desde Chile a destino*	0,15	-	-
	Valor unitario promedio de exportación	2,47	0,8	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (habas)	0,82	1,7	Entre valor promedio exportado y valor interno mayorista
	Costo de producción interno (ficha)**	0,16	0,7	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Marítimo, refrigerado, contenedores de 40 pies

\*\* Cebollas, Región del Maule 2013 (ODEPA, 2014)

### 1.4.15 Grupo 071159 Los demás: Hortalizas conservadas provisionalmente

A continuación se presentan los valores de compra y venta promedios de este producto, asociados a su demanda mundial en 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR (USD)	VALOR UNITARIO (USD)
71159 Los demás: Hortalizas conservadas provisionalmente	Priorización por valor unitario (USD)	Austria	3.500	56.634	16,2	-	-	-
		Suiza	121.656	921.086	7,6	-	-	-
		Grecia	7.594	48.706	6,4	-	-	-
		Luxemburgo	15.999	96.213	6,0	-	-	-
		Italia	10.676.705	41.990.823	3,9	35.600	62.122	1,7
	Priorización por volumen (kg netos)	Italia	10.676.705	41.990.823	3,9	35.600	62.122	1,7
		Alemania	2.986.680	11.484.272	3,8	47.400	72.358	1,5
		Japón	2.946.675	9.258.368	3,1			
		Francia	1.462.718	5.731.074	3,9	76.400	121.819	1,6
	Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Colombia	2.660	8.857	3,3	-	-	-
	Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Finlandia	444.749	719.094	1,6	16.000	42.964	2,7
	Exportación chilena	-	-	-	-	414.180	731.281	1,8
	Mercado interno (Lo Valledor)	-	-	-	-	-	-	-



Los valores señalados en el cuadro permiten concluir que, para el producto 71159:

- El mayor valor unitario promedio se obtuvo de las exportaciones a Finlandia (USD 2,7/kg neto), cuya demanda fue de 444.749 kg netos. Las exportaciones a este destino fueron de 16.000 kg netos, por lo tanto Chile cubrió el 3,6% de su demanda total.
- Austria y Suiza fueron los principales mercados de mayor valor unitario promedio importado: 16,2 y 7,6 USD/kg neto respectivamente, mientras que el valor unitario promedio exportado correspondió a USD 1,8/kg neto.
- Los valores unitarios promedio de las importaciones de Austria y Suiza fueron un 800 y 322% mayores, respectivamente, que el valor de las exportaciones nacionales.
- Al analizar los volúmenes demandados por estos mercados, vemos que los 414.180 kg netos totales exportados satisfacen en un 100% la demanda de ambos mercados (3.500 y 121.656 kg netos de Austria y Suiza, respectivamente).

En el siguiente cuadro se señalan los proveedores de los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio en 2014 (Austria y Suiza), del producto 071159.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			PROVEEDORES
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD/KG NETO)	
71159 Los demás: Hortalizas conservadas provisionalmente	Por valor unitario (USD)	Austria	3.500	56.634	16,2	Alemania, Italia
		Suiza	121.656	921.086	7,6	Austria, Bielorrusia (Belarús), China, Francia, Alemania, Italia, Eslovaquia, Vietnam

Fuente: [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

Austria se abasteció por dos países y Suiza por ocho, ninguno de los mercados proveedores es cercano a Chile.

Se elaboró la siguiente matriz de decisiones para el mercado priorizado Austria, según mayor valor de importación 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/KG NETO)	MARGEN (USD/ KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
71159 Los demás: Hortalizas conservadas provisionalmente	Valor unitario país importador (Austria)	16,18	-	-
	Valor unitario en destino	5,58	10,6	Entre mayor valor importado y valor en destino
	Flete desde Chile a destino*	3,81	-	-
	Valor unitario promedio de exportación	1,77	14,4	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (sin venta en Lo Valledor)	-	-	Entre valor promedio exportado y valor interno mayorista
	Costo de producción interno (sin ficha)	-	-	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Aéreo (LAN)



#### 1.4.16 Grupo 071290 Las demás hortalizas; mezclas de hortalizas

A continuación, se presentan los valores de compra y venta promedios de este producto, asociados a su demanda mundial en 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			EXPORTACIONES CHILENAS, 2014		
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR (USD)	VALOR UNITARIO (USD)
71290 Las demás hortalizas; mezclas de hortalizas	Priorización por valor unitario (USD)	Islandia	37.224	293.971	7,9	-	-	-
		Suiza	1.725.348	12.708.771	7,4	7	230	32,9
		Bolivia	18.359	127.360	6,9	-	-	-
		Japón	28.952.543	200.155.285	6,9	129.222	1.956.200	15,1
		China	773.371	4.820.756	6,2	11.412	197.141	17,3
	Mercado latino priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Bolivia	18.359	127.360	6,9	-	-	-
	Mercado actual priorizado por valor de venta (USD/kg netos)	Suiza	1.725.348	12.708.771	7,4	7	230	32,9
	Exportación chilena	-	-	-	-	659.929	5.863.188	8,9
	Mercado interno (Lo Valledor)	-	-	-	-	-	-	-

Los valores señalados en el cuadro permiten concluir que, para el producto 71290:

- El mayor valor unitario promedio se obtuvo de las exportaciones a Suiza: USD 32,9/kg neto que corresponde a 7 kg netos; la participación en este mercado es marginal y alcanza un volumen cercano al 0% de demanda.
- Islandia y Suiza son los principales mercados que registraron los mayores valores unitarios en sus importaciones: 7,9 y 7,4 USD/kg neto respectivamente. En ambos casos los promedios no superaron el valor unitario exportado, representando un 88,8 y 83,1% en cada caso.
- El volumen total exportado (659,929 kg netos) satisface en un 100% la demanda de Islandia y en 38,9% la de Suiza.

En el siguiente cuadro se señalan los proveedores de los mercados priorizados según mayor valor unitario promedio en 2014 (Islandia y Suiza), del producto 071290.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	PAÍSES	IMPORTACIONES/PAÍS, 2014			PROVEEDORES
			VOLUMEN TOTAL NETO (KG)	VALOR TOTAL (USD)	VALOR PROMEDIO UNITARIO (USD/KG NETO)	
71290 Las demás hortalizas; mezclas de hortalizas	Por valor unitario (USD)	Islandia	37.224	293.971	7,9	Austria, Bélgica, China, Dinamarca, Etiopía, Francia, Alemania, Hungría, Italia, Japón, <u>México</u> , Países Bajos, Polonia, Serbia, India, Vietnam, España, Suecia, Suiza, Tailandia, Turquía, Egipto, Reino Unido, Estados Unidos
		Suiza	1.725.348	12.708.771	7,4	Albania, Austria, Bélgica, Bosnia-Herzegovina, Bulgaria, Camerún, China, Comoras, República Dominicana, Etiopía, Finlandia, Francia, Alemania, Ghana, Grecia, Guinea, Hungría, Indonesia, Irán, Israel, Italia, Japón, Corea, Líbano, Madagascar, Moldavia, Marruecos, Países Bajos, Nueva Zelanda, Nigeria, Pakistán, <u>Perú</u> , Filipinas, Polonia, Portugal, Rumania, Serbia, India, Vietnam, Sudáfrica, España, Tailandia, Túnez, Turquía, Macedonia, Egipto, Reino Unido, Tanzania, Estados Unidos, Uzbekistán

Fuente: [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

Islandia cuenta con 25 proveedores y Suiza con 52, respectivamente México y Perú son los más cercanos al mercado nacional.

Se elaboró la siguiente matriz de decisiones para el mercado priorizado Islandia, según mayor valor de importación 2014.

CÓDIGO / DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE SELECCIÓN PAÍSES	VALOR UNITARIO (USD/KG NETO)	MARGEN (USD/KG NETO)	DESCRIPCIÓN DEL MARGEN
71290  Las demás hortalizas; mezclas de hortalizas	Valor unitario país importador (Islandia)	7,90	-	-
	Flete desde Chile a destino*	0,15	-	-
	Valor unitario promedio de exportación	8,88	-1,0	Entre mayor valor importado y valor promedio exportación
	Valor unitario promedio del mercado interno (sin venta en Lo Valledor)	-	-	Entre valor promedio exportado y valor internomayorista
	Costo de producción interno (sin ficha)	-	-	Entre valor mayorista y costo de producción

\* Marítimo, refrigerado, contenedores de 40 pies



## 2. PRINCIPALES DESTINOS SEGÚN VALOR UNITARIO DE COMPRA

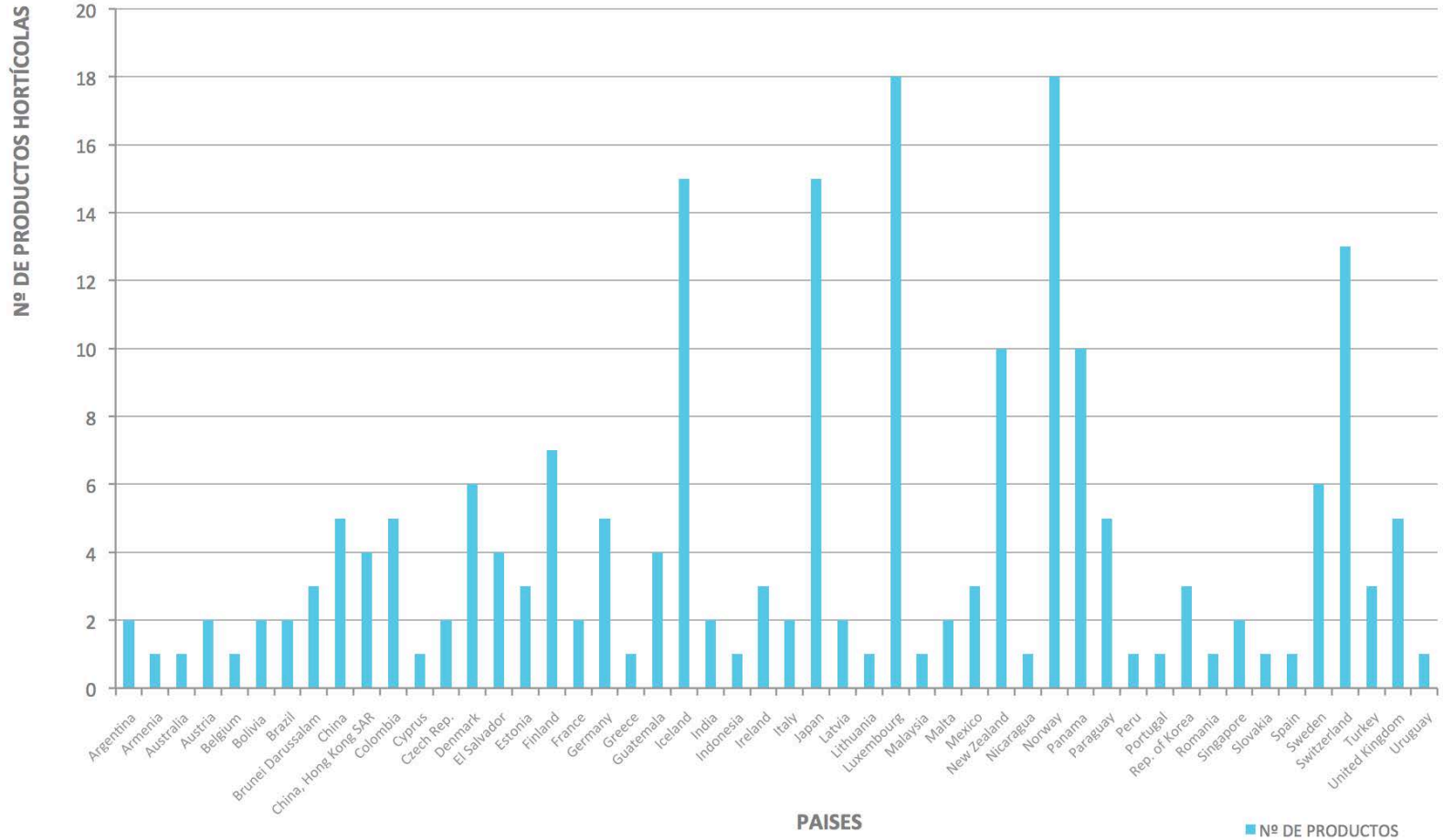


De las priorizaciones realizadas en el paso anterior, se identificaron dos países para cada producto que presentaran valores de compra superiores a los que actualmente están siendo comercializados desde Chile. Además, se mantuvieron los cinco principales destinos a fin de ampliar las opciones de mercado.

Del total de países priorizados para cada producto, se observa que un importante número de ellos se repite, ya que ofrecen los mayores valores para dos o más productos.

El siguiente gráfico muestra los países identificados entre las cinco mejores alternativas para productos hortícolas. Destacan Suiza, Noruega, Nueva Zelanda, Luxemburgo y Japón. Cabe destacar que todos estos países cuentan con acuerdos comerciales con Chile o avances en su negociación, por lo que existe una mayor factibilidad de alcanzar resultados exitosos.

Gráfico 18. Países ubicados entre los 5 destinos con mayor valor de compra para productos hortícolas



Fuente: IME, 2015

Del total de países priorizados según los mayores valores unitarios registrados para cada producto, se elaboró el siguiente cuadro que muestra los acuerdos comerciales vigentes con Chile y los productos nacionales que importan. Se detallan los códigos aduaneros que corresponden a productos del reino vegetal, no necesariamente hortalizas. Con el fin de comprender el actual estado de las exportaciones chilenas, los códigos corresponden a las “partidas arancelarias”, lo que permite enmarcar un mayor número de productos en un solo código.

**Cuadro 15.** Países priorizados con mayores valores de compra en destino, acuerdo comercial y productos chilenos que importan

PAÍSES	ACUERDOS COMERCIALES	CÓDIGOS ADUANEROS DE EXPORTACIÓN DESDE CHILE
Argentina	Acuerdo de Complementación Económica	0602-0601-0708-0710-0712-0713-0801-0802-0804-0805-0806-0809-0810-0811-0812-0813-0901-0902-0904-0906-0910-1005-1008-1102-1103-1104-1106-1108-1205-1206-1207-1208-1209-1211-1301-1302-1401
Armenia	Acuerdo de Libre Comercio	0806-0813
Austria	Acuerdo de Asociación	0712-0802-0806-0811-0813-1005-1106-1302-1404
Bolivia	Acuerdo de Complementación Económica	0602-0802-0806-0808-0809-0810-0813-0901-0902-0904-1004-1005-1102-1104-1105-1107-1108-1206-1209-1211-1301-1302-1401
Brunei Darussalam	Acuerdo de Asociación Económica	-
China	Acuerdo de Libre Comercio	0601-0712-0802-0804-0806-0808-0809-0810-0811-0812-0813-1005-1106-1108-1206-1209-1212-1302-1404



PAÍSES	ACUERDOS COMERCIALES	CÓDIGOS ADUANEROS DE EXPORTACIÓN DESDE CHILE
China (Hong Kong)	Acuerdo de Libre Comercio	0601-0714-0801-0802-0804-0805-0806-0808-0809-0810-0811-0813-1005-1212
Colombia	Acuerdo de Libre Comercio	0602-0601-0603-0703-0710-0712-0802-0805-0806-0808-0809-0810-0811-0812-0813-0902-0904-1003-1004-1005-1102-1104-1105-1106-1107-1108-1207-1209-1211-1214-1302
Dinamarca	Acuerdo de Asociación	0806-0808-0810-0811-0813-1106-1209-1211-1212-1302
El Salvador	Acuerdo de Libre Comercio	0603-0712-0805-0806-0808-0809-0810-0813-0902-1102-1209-1211-1302
Finlandia	Acuerdo de Asociación	0711-0802-0806-0808-0811-0813-1302
Francia	Acuerdo de Asociación	0603-0604-0703-0705-0710-0711-0712-0713-0802-0804-0806-0808-0809-0810-0811-0813-0910-1004-1005-1205-1206-1207-1208-1209-1211-1212-1302-1404
Guatemala	Acuerdo de Libre Comercio	0701-712-0805-0806-0808-0809-0810-0813-0902-0904-1003-1004-1102-1107-1211-1214-1302-1404
Islandia	Acuerdo de Libre Comercio	-
Italia	Acuerdo de Asociación	0604-0710-0711-0712-0713-0802-0805-0806-0808-0809-0810-0811-0813-0902-0903-1005-1106-1201-1209-1211-1214-1302-1404

PAÍSES	ACUERDOS COMERCIALES	CÓDIGOS ADUANEROS DE EXPORTACIÓN DESDE CHILE
Japón	Acuerdo de Asociación Económica	0601-0602-0603-0604-0706-0709-0710-0712-0714-0802-0804-0805-0806-809-0810-0811-0813-0814-0904-1004-1005-1106-1107-1206-1207-1209-1211-1212-1302-1404
Letonia	Acuerdo de Asociación	0802-0806-0808-0813
Luxemburgo	Acuerdo de Asociación	0809
Malta	Acuerdo de Asociación	0806-0808-0809
Nueva Zelanda	Acuerdo de Asociación Económica	0710-0802-0806-0811-0813-1106-1209
Nicaragua	Acuerdo de Libre Comercio	0806-0808-0809-0810-0813-1104-1209
Noruega	Acuerdo de Libre Comercio	0601-0805-0806-0808-0811-0813-1212
Panamá	Acuerdo de Libre Comercio	0603-0703-0709-0710-0712-0802-0805-0806-0808-0809-0810-0811-0902-1003-1004-1102-1104-1107-1108-1211-1214
Paraguay	Acuerdo de Complementación Económica	0708-0709-0710-0712-0802-0806-0808-0811-0813-0902-104-1107-1108-1205-1211-1302-1401

PAÍSES	ACUERDOS COMERCIALES	CÓDIGOS ADUANEROS DE EXPORTACIÓN DESDE CHILE
Perú	Acuerdo de Complementación Económica	0602-0603-0710-0711-0712-0713-0801-0802-0803-0805-0806-0808-0809-0810-0811-0813-0901-0902-1002-1003-1004-1005-1104-1105-1106-1107-1108-1207-1208-1209-1210-1211-1213-1214-1301-1302-1404
Rumania	Acuerdo de Asociación	0802-0806-0810-0813-1005-1206-1302
Suecia	Acuerdo de Asociación	0703-0708-0710-0711-0712-0713-0806-0808-0809-0811-0813-0901-0902-0903-0905-0906-0907-0909-0910-1001-1005-1102-1205-1211-1212-1302-1404
Suiza	Acuerdo de Libre Comercio	0710-0712-0802-0804-0805-0806-0811-0813-0902-1001-1102-1201-1211-1302-1404
Turquía	Acuerdo de Libre Comercio	0601-0712-0802-0806-0808-0810-0813-1005-1006-1108-1206-1209-1211-1302

Fuente: Elaboración propia en base al Servicio Nacional de Aduanas.

Se identificaron **29 mercados potenciales**, de los cuales **27 actualmente importan productos nacionales**. A continuación se detallan los principales productos/mercado.

### Argentina:

- Hortalizas de vaina, aunque estén desvainadas, frescas o refrigeradas;
- Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas;
- Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación;
- Hortalizas de vaina secas desvainadas, aunque estén mondadas o partidas.

**Armenia:**

- Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas;
- Frutas y otros frutos, secos, mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara.

**Austria:**

- Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación;
- Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.

**Bolivia:**

- Las demás plantas vivas (incluidas sus raíces), esquejes e injertos;
- Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.

**Brunei Darussalam:** no se registran exportaciones.

**China:**

- Bulbos, cebollas, tubérculos, raíces y bulbos tuberosos, turiones y rizomas, en reposo vegetativo, en vegetación o en flor;
- Plantas y raíces de achicoria;
- Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación.

**China (Hong Kong):**

- Bulbos, cebollas, tubérculos, raíces y bulbos tuberosos, turiones y rizomas, en reposo vegetativo, en vegetación o en flor;
- plantas y raíces de achicoria;
- Raíces de mandioca (yuca), arrurruz o salep, aguaturmas (patacas), camotes (boniatos, batatas) y raíces y tubérculos similares ricos en fécula o inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos, incluso troceados o en «pellets»;
- Médula de sagú.

**Colombia:**

Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados;

Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas;

Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación.

**Dinamarca:**

- Manzanas, peras y membrillos, frescos;
- Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.

**El Salvador:**

- Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación;
- Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas.

**Finlandia:**

- Hortalizas conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar dicha conservación), pero todavía impropias para consumo inmediato;
- Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas.

**Francia:**

- Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados;
- Lechugas (*Lactuca sativa*) y achicorias, comprendidas la escarola y la endibia (*Cichorium* spp.), frescas o refrigeradas;
- Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas.

**Guatemala:**

- Papas frescas o refrigeradas;
- Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación.

**Islandia:** no se registran exportaciones.

**Italia:**

- Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas;
- Hortalizas conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar dicha conservación), pero todavía impropias para consumo inmediato;

- Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación.

**Japón:**

- Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados;
- Las demás hortalizas, frescas o refrigeradas;
- Hortalizas conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar dicha conservación), pero todavía impropias para consumo inmediato.

**Letonia:**

- Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas;
- Manzanas, peras y membrillos, frescos;
- Frutas y otros frutos, secos.

**Luxemburgo:**

- Damascos (albaricoques, chabacanos), cerezas, duraznos (melocotones)\* (incluidos los griñones y nectarinas), ciruelas y endrinas, frescos.

**Malta:**

- Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas;
- Manzanas, peras y membrillos, frescos;
- Damascos (albaricoques, chabacanos)\*, cerezas, duraznos (melocotones)\* (incluidos los griñones y nectarinas), ciruelas y endrinas, frescos.

**Nueva Zelanda:**

- Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas;
- Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas;
- Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.

**Nicaragua:**

- Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas;
- Manzanas, peras y membrillos, frescos;
- Damascos (albaricoques, chabacanos), cerezas, duraznos (melocotones)\* (incluidos los griñones y nectarinas), ciruelas y endrinas, frescos.

**Noruega:**

- Bulbos, cebollas, tubérculos, raíces y bulbos tuberosos, turiones y rizomas, en reposo vegetativo, en vegetación o en flor;
- Plantas y raíces de achicoria;
- Agrios (cítricos) frescos o secos;
- Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.

**Panamá:**

- Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados;
- Las demás hortalizas, frescas o refrigeradas;

- Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación.

**Paraguay:**

- Hortalizas de vaina, aunque estén desvainadas, frescas o refrigeradas;
- Las demás hortalizas, frescas o refrigeradas;
- Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación.

**Perú:**

- Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas;
- Hortalizas conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar dicha conservación), pero todavía impropias para consumo inmediato;
- Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación.

**Rumania:**

- Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados;
- Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas;
- Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.



#### **Suecia:**

- Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados;
- Hortalizas de vaina, aunque estén desvainadas, frescas o refrigeradas;
- Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas.

#### **Suiza:**

- Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas;
- Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación;

- Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.

#### **Turquía:**

- Bulbos, cebollas, tubérculos, raíces y bulbos tuberosos, turiones y rizomas, en reposo vegetativo, en vegetación o en flor;
- Plantas y raíces de achicoria;
- Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación
- Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.

## SECCIÓN 5. CONCLUSIONES



El mercado de exportación de hortalizas frescas y con mínimo proceso presenta importantes avances en los últimos años, los cuales han permitido el ingreso y posicionamiento de productos específicos en mercados interesantes. Es así como el ajo y la cebolla son los productos que concentran los mayores volúmenes de participación de Chile en el mercado internacional.

Efectivamente, de acuerdo con el levantamiento de información que se realizó con las empresas exportadoras de hortalizas en Chile, el principal producto exportado corresponde a las cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas ('0703) y le sigue las hortalizas (incluso silvestres) aunque estén cocidas en agua o vapor ('0710).

Sobre la base del conocimiento de las demandas de los mercados se identificaron productos que, en volúmenes discretos, se han posicionado en mercados exigentes y alejado del común de los referentes nacionales. Por ejemplo, entre otros destacan los hongos, achicoria, productos orgánicos, pimienta y lechuga, los cuales lideran los mayores valores unitarios por kilo y, en general, se asocian a volúmenes acotados y destinos únicos o exclusivos a menos de tres países.

Lo anterior es muy relevante, porque Chile como país productor de hortalizas no presenta cualidades competitivas de volumen



a nivel mundial; aunque se reconoce una tradición productora y calidad de la oferta final, los volúmenes exportados son marginales para aquellos países con demandas de productos hortícolas en grandes cantidades y permanencia anual.

En este contexto, Chile apunta a la exportación en contraestación según el destino, con productos de nicho, volúmenes acotados y altos precios.

En cuanto a las limitantes para acceder a nuevos mercados, la mayor parte de las exportadoras de hortalizas manifiesta que los precios son poco interesantes, que los mercados o las condiciones comerciales no le resultan atractivos, y que las normativas y/o permisos internacionales de los países de destino han sido un impedimento. No obstante, más del 80% de las empresas exportadoras encuestadas en el estudio, señalaron tener intenciones de querer incorporar nuevos mercados y/o productos.

En relación a nuevos productos y como conclusiones del análisis de posición de productos en el mercado, se identificaron varios productos que cuentan con una proyección prometedora como los pimientos, cebollas, pepinos, ajos, espárragos, zanahorias, calabazas, apios, puerros pero también las mezclas de setas y mezclas de verduras.

En cuanto a los mercados demandantes más promisorios, se pueden separar en dos grupos. Por un lado, los occidentales (Estados Unidos de América, Canadá, Federación de Rusia, Reino Unido, Alemania) con una apertura de mercados amplia pero que resultan ser mercados muy competitivos y exigentes. Por otro lado, los asiáticos, con grandes incrementos pero muy controlados por China.

Al cruzar los datos de los mercados y de los productos, se detectaron 5 productos - mercados de interés global: Estados Unidos y los espárragos frescos o refrigerados; Canadá y las espinacas y armuelles, frescas o refrigeradas; Reino Unido y varias hortalizas frescas o refrigeradas (con especial énfasis en perejil, cilantro y ensaladas \_no incluidas la lechuga\_); Francia y las setas y demás hongos y trufas, secas, cortadas en trozos o en rodajas; y por último la Federación de Rusia y los pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados.

Como resultado de la etapa final de la metodología utilizada para llevar a cabo el estudio, se priorizaron destinos que contaban con un alto valor de adquisición, un acuerdo comercial vigente y que actualmente importaran además, otros productos agrícolas nacionales.

Algunos de esos destinos que el año 2014 concentraron los mayores valores unitarios son Luxemburgo, Noruega, Japón, Islandia, Suiza y Nueva Zelanda, donde ya se encuentran productos agrícolas chilenos y existen acuerdos comerciales vigentes en funcionamiento, exceptuando el caso de Luxemburgo donde la vigencia del respectivo acuerdo comenzará el año 2023.

El análisis de cada uno de los códigos aduaneros hortícolas, que reúnen en sí mismo una serie de productos, abre una ventana a nuevas alternativas de mercados interesantes y asequibles para la realidad nacional. En este contexto es interesante evaluar la producción interna de ciertos productos de nicho que mantienen una demanda internacional, la cual pueda ser cubierta por la producción nacional o, en su defecto, generar la estrategia de producción adecuada para estos segmentos comerciales.

## BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

**Biotecnología Agropecuaria S.A. (BTA), 2015.** Segundo Informe Estudio “Oportunidades de mercado, productivas y tecnológicas para ampliar y diversificar la oferta exportable de hortalizas frescas y con mínimo proceso”.

**FAOSTAT.** Base de datos de la FAO. [En línea]  
<http://www.fao.org/statistics/databases/es/>

**Implantaciones Exteriores (IME), 2015.** Primer Informe Estudio “Oportunidades de mercado, productivas y tecnológicas para ampliar y diversificar la oferta exportable de hortalizas frescas y con mínimo proceso”. Mayo, 2015

**UN Comtrade.** Base de datos Comtrade. [En línea]  
<https://comtrade.un.org/db/dqBasicQuery.aspx>

**ODEPA. 2014.** Boletín de Hortalizas frescas. Enero, 2014. Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, Ministerio de Agricultura. Chile. [En línea]  
[http://www.odepa.cl/wp-content/files\\_mf/1393343719boletinHortalizasFrescasEne2014.pdf](http://www.odepa.cl/wp-content/files_mf/1393343719boletinHortalizasFrescasEne2014.pdf)

**ODEPA. 2015.** Boletín de Hortalizas frescas. Febrero, 2015. Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA), Ministerio de Agricultura. Chile. [En línea]  
[http://www.odepa.cl/wp-content/files\\_mf/1423489839BoletinHortalizas2015\\_02.pdf](http://www.odepa.cl/wp-content/files_mf/1423489839BoletinHortalizas2015_02.pdf)

**Servicio Nacional de Aduanas.** Arancel Aduanero Basado en el Sistema Armonizado. [En línea]  
<https://www.aduana.cl/arancel-aduanero-2007/aduana/2007-02-14/133855.html>

**Servicio Nacional de Aduanas.** Tratados y Acuerdos de Libre Comercio. [En línea]  
<https://www.aduana.cl/tratados-y-acuerdos-de-libre-comercio/aduana/2007-02-28/122217.html>

# ANEXOS



## ANEXO 1. MERCADO INTERNACIONAL DE HORTALIZAS FRESCAS Y CON MÍNIMO PROCESO

**Cuadro 16.** Producción mundial de hortalizas por productos (miles toneladas)

PRODUCTO	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	EVOLUCIÓN 2008-2012
Tomates, frescos	141.080	154.333	152.008	158.020	161.794	-	14,68%
Cebollas, secas	74.484	73.641	78.866	85.008	82.852	-	11,23%
Pepinos, pepinillos	58.522	60.882	62.572	64.328	65.134	-	11,30%
Berenjenas	39.809	43.166	44.278	46.838	48.424	-	21,64%
Zanahorias y nabos	32.991	33.397	33.665	35.830	36.917	-	11,90%
Lechuga y achicoria	23.739	23.879	24.352	24.969	24.946	-	5,09%
Calabazas, zapayo, calabaza confitera	21.853	22.440	23.060	24.274	24.616	-	12,64%
Espinacas	18.831	19.698	20.236	20.981	21.663	-	15,04%
Coliflor y brécol	18.789	19.758	20.128	20.895	21.267	-	13,19%
Judías, verdes	18.956	19.092	19.773	20.241	20.743	-	9,43%
Guisantes, verdes	15.025	16.154	16.346	17.362	18.491	-	23,07%
Guisantes, secos	10.073	10.423	10.395	9.756	10.401	10.980	3,25%
Espárragos	7.205	7.359	7.484	8.206	8.301	-	15,21%
Hongos y trufas	6.823	7.207	7.152	7.780	7.960	-	16,66%
Haba común y haba caballar secas	4.259	4.289	4.167	4.309	4.457	3.398	4,66%
Cebollas, chalotes, verdes	4.181	4.181	4.171	4.329	4.342	-	3,85%
Puerros y otras aliáceas	2.096	2.111	2.103	2.117	2.166	-	3,35%
Judías verdes con hilo	2.084	2.114	1.992	1.790	1.884	-	-9,63%
Alcachofas	1.483	1.498	1.447	1.541	1.634	-	10,18%
Yuca, hojas	68	69	85	85	85	-	25,93%
<b>TOTAL</b>	<b>502.351</b>	<b>525.693</b>	<b>534.279</b>	<b>558.659</b>	<b>568.076</b>	<b>14.378</b>	<b>13,08%</b>

\* 2013: datos preliminares en los 2 productos con valores

Fuente: IME en base a FAOSTAT, Mayo 2015.

**Cuadro 17. Importaciones de hortalizas por grupos de productos (miles de USD)**

PRODUCTO (CÓDIGO HS)	2009	2010	2011	2012	2013	2014*	EVOLUCIÓN 2009-2013
0702	7.181.005	8.405.399	8.662.432	8.531.645	9.207.208	6.720.916	28,22%
0703	3.768.021	5.463.294	5.584.582	4.621.268	6.047.525	3.040.604	60,50%
0704	1.823.672	2.170.761	2.395.251	2.358.866	2.646.131	1.690.743	45,10%
0705	2.135.966	2.390.587	2.365.227	2.489.001	2.740.524	1.694.307	28,30%
0706	1.390.884	1.485.363	1.761.627	1.680.417	1.954.164	1.151.312	40,50%
0707	1.849.622	2.204.614	2.148.280	2.234.422	2.574.438	1.687.539	39,19%
0708	1.161.476	1.172.404	1.318.701	1.304.977	1.552.949	1.544.931	33,70%
0709	9.369.697	11.087.412	11.707.436	11.637.399	13.196.875	9.506.807	40,85%
0710	5.229.544	5.423.663	6.266.997	6.144.494	6.435.585	4.694.361	23,06%
0711	535.137	607.423	644.245	613.359	643.204	567.882	20,19%
0712	1.843.292	2.164.038	2.478.341	2.308.610	3.245.277	2.040.380	76,06%
<b>TOTAL</b>	<b>36.288.316</b>	<b>42.574.958</b>	<b>45.333.119</b>	<b>43.924.458</b>	<b>50.243.880</b>	<b>34.339.783</b>	<b>38,46%</b>

\* 2014: datos completos hasta septiembre  
 Leyendas de los códigos HS en página 5 de este informe.

Fuente: IME en base a UN-Comtrade, Mayo 2015.

**Cuadro 18.** Producción mundial de hortalizas por mercado (miles toneladas)

MERCADO	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	EVOLUCIÓN 2008-2012
China	224.216	236.264	243.296	252.297	260.860	2.780	16,34%
India	48.713	49.867	55.118	64.232	64.648	600	32,71%
Estados Unidos	26.501	27.891	26.475	25.514	26.522	709	0,08%
Turquía	18.491	18.240	17.531	18.818	18.899	21	2,21%
Egipto	15.088	16.415	14.649	14.258	14.462	158	-4,15%
Irán	9.994	11.526	11.726	12.800	13.528	-	35,35%
Federación de Rusia	8.632	9.004	8.339	10.558	10.216	1.358	18,35%
Italia	10.611	11.684	10.478	10.690	9.032	78	-14,88%
España	9.107	9.760	9.432	9.279	9.023	206	-0,92%
México	6.926	6.582	6.937	6.610	7.601	36	9,74%
Ucrania	5.191	5.723	5.476	6.325	6.525	279	25,69%
Indonesia	5.010	5.274	5.542	5.575	5.577	-	11,31%
Uzbekistán	3.913	4.281	4.760	5.242	5.418	11	38,48%
Brasil	5.259	5.850	5.873	5.961	5.402	10	2,72%
Japón	5.650	5.456	5.130	5.174	5.252	1	-7,04%
Canadá	5.424	5.148	4.723	3.788	5.055	3.849	-6,81%
Francia	4.134	4.655	5.235	5.021	4.683	744	13,30%

MERCADO	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	EVOLUCIÓN 2008-2012
Marruecos	3.358	3.279	3.764	3.611	3.887	194	15,77%
Países Bajos	3.646	3.769	3.760	4.022	3.826	4	4,94%
Polonia	3.384	3.626	3.216	3.663	3.641	34	7,59%
Pakistán	3.594	3.391	3.233	3.591	3.406	62	-5,24%
Nigeria	3.656	3.429	3.595	3.189	3.375	-	-7,67%
Argelia	2.119	2.661	2.830	3.057	3.194	51	50,70%
República de Corea	3.142	3.409	3.238	3.451	3.038	-	-3,31%
Iraq	2.447	2.484	2.567	2.828	2.931	13	19,80%
Alemania	2.445	2.605	2.437	2.601	2.816	189	15,18%
Perú	2.013	2.042	2.204	2.256	2.371	133	17,78%
Argentina	2.147	2.178	2.250	2.271	2.310	70	7,57%
Australia	1.860	2.014	2.005	2.060	2.244	537	20,59%
Bangladesh	1.713	1.607	1.811	2.042	2.185	13	27,60%
<b>TOTAL</b>	<b>502.351</b>	<b>525.693</b>	<b>534.279</b>	<b>558.659</b>	<b>568.076</b>	<b>14.378</b>	<b>13,08%</b>

\* 2013: datos preliminares de los mercados sólo en 2 productos con valores (guisantes secos y haba común)

Fuente: IME en base a FAOSTAT, Mayo 2015.

**Cuadro 19.** Importaciones de hortalizas por mercados (miles de USD)

MERCADOS	2009	2010	2011	2012	2013	2014*	EVOLUCIÓN 2009-2013
EE.UU.	5.249.380	6.413.632	7.038.620	7.104.988	8.002.683	3.909.627	52,5%
Alemania	4.873.362	5.397.752	5.562.395	5.201.085	5.870.879	2.775.759	20,5%
Reino Unido	3.216.533	3.499.341	3.587.761	3.372.763	3.909.337	1.897.546	21,5%
Francia	2.685.651	2.893.548	2.885.894	2.874.261	3.134.333	1.650.173	16,7%
Federación de Rusia	1.483.019	1.913.939	2.272.592	2.227.230	2.608.874	1.512.550	75,9%
Canadá	1.923.208	2.146.546	2.322.833	2.216.856	2.502.090	1.151.595	30,1%
Países Bajos	1.580.391	1.762.267	2.117.629	2.063.162	2.262.996	797.872	43,2%
Japón	1.497.283	1.889.079	2.166.712	2.364.299	2.202.930	1.419.490	47,1%
Bélgica	1.247.644	1.227.957	1.379.204	1.373.268	1.649.864	918.696	32,2%
Italia	1.249.115	1.269.326	1.329.549	1.174.346	1.257.851	713.213	0,7%
España	725.620	726.036	735.352	709.988	716.034	426.131	-1,3%
Suecia	560.205	639.830	626.855	652.536	708.159	410.356	26,4%
Hong Kong (China)	274.214	284.867	328.883	420.797	691.878	nd	152,3%
Suiza	529.578	578.226	590.148	573.724	646.250	292.823	22,0%
Malasia	398.835	550.770	553.826	539.048	638.494	317.530	60,1%
Polonia	438.722	577.230	585.520	516.402	634.455	403.609	44,6%
Austria	529.513	602.758	589.937	556.138	593.409	230.385	12,1%
Lituania	187.306	281.187	365.164	456.599	585.538	238.965	212,6%
Emir. Árabes Unidos	323.999	506.363	513.830	442.335	532.217	nd	64,3%
Corea, República de	264.718	465.246	542.623	515.259	525.659	nd	98,6%
República Checa	437.093	504.250	515.686	479.516	521.523	295.386	19,3%
<b>TOTAL</b>	<b>36.288.316</b>	<b>42.574.958</b>	<b>45.333.119</b>	<b>43.924.458</b>	<b>50.243.880</b>	<b>34.339.783</b>	<b>38,46%</b>

\* 2014: datos completos hasta septiembre

Fuente: IME en base a UN-Comtrade, Mayo 2015.



**Cuadro 20.** Exportaciones de hortalizas por mercados (miles de USD)

MERCADOS	2009	2010	2011	2012	2013	2014*	EVOLUCIÓN 2009-2013
Países Bajos	5.201.620	5.926.090	6.303.966	6.124.286	6.732.803	4.085.296	29,44%
China	3.809.555	6.410.830	7.456.161	5.610.816	6.557.122	ND	72,12%
España	5.396.161	5.167.679	5.328.908	5.425.149	6.180.714	4.450.702	14,54%
México	3.527.310	4.176.411	4.818.673	4.378.276	5.303.363	ND	50,35%
Estados Unidos	2.488.758	2.810.846	2.968.437	2.903.402	3.190.107	2.389.841	28,18%
Bélgica	2.106.951	2.133.385	2.088.370	2.131.914	2.488.756	1.750.557	18,12%
Francia	1.532.439	1.591.418	1.659.589	1.607.152	1.782.377	1.233.755	16,31%
Italia	1.277.640	1.586.034	1.541.044	1.454.244	1.626.932	1.172.948	27,34%
Canadá	919.103	1.133.146	1.169.473	1.133.527	1.391.296	1.005.580	51,38%
Polonia	827.978	934.645	975.145	958.492	1.146.634	901.882	38,49%
India	703.386	738.137	740.766	646.128	989.921	607.405	40,74%
Marruecos	577.514	571.262	725.998	661.540	808.816	ND	40,05%
Alemania	649.368	708.252	737.353	696.845	787.929	495.457	21,34%
Turquía	744.804	822.945	798.773	746.391	784.035	618.426	5,27%
Egipto	527.427	600.356	629.155	546.720	667.006	337.983	26,46%
<b>TOTAL</b>	<b>36.288.316</b>	<b>42.574.958</b>	<b>45.333.119</b>	<b>43.924.458</b>	<b>50.243.880</b>	<b>34.339.783</b>	<b>38,46%</b>

\* 2014: datos completos hasta septiembre

Fuente: IME en base a UN-Comtrade, Mayo 2015.



## ANEXO 2. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA ARMONIZADO

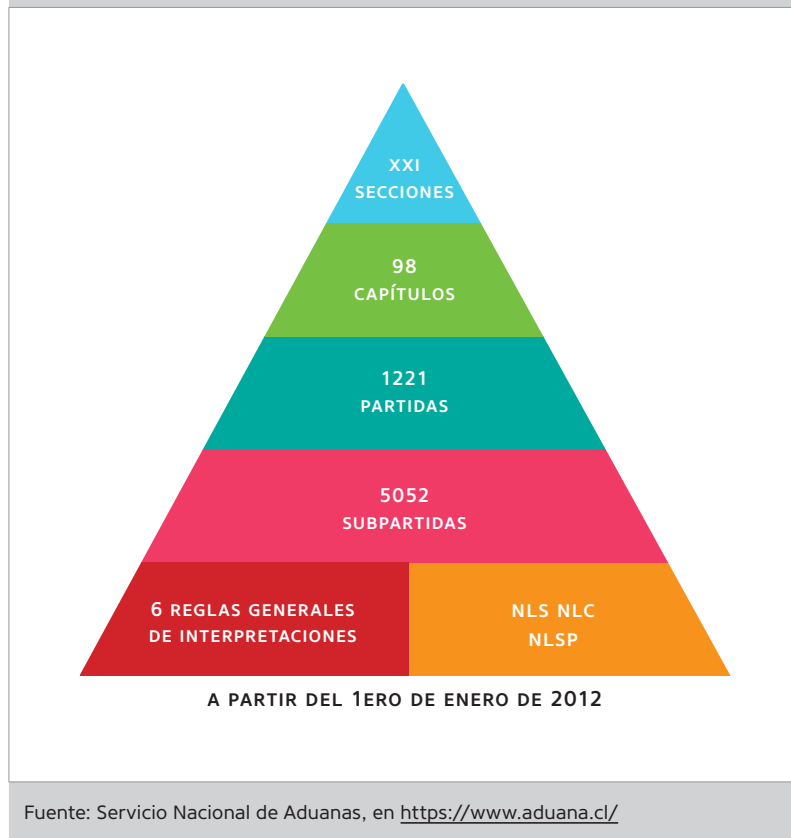
Se entiende por **Sistema Armonizado** (HS por sus siglas en inglés) a la nomenclatura que permite normalizar y armonizar la designación y codificación de las unidades de comercialización, con el objetivo de:

- Facilitar el comercio internacional
- Facilitar el registro, comparación y el análisis de las estadísticas, del comercio internacional.
- Facilitar la uniformidad de los documentos comerciales, así como de la transmisión de datos.
- Reducir los gastos que se ocasionan en el curso de las transacciones internacionales, ante cambios en la clasificación arancelaria entre un país y otro.
- Sirve de base para la nomenclatura arancelaria, en la elaboración de los aranceles de aduana.

El Sistema Armonizado se estructura en:

- 21 secciones
- 97 capítulos
- 1226 partidas
- 5019 subpartidas
- 6 reglas generales interpretativas
- Notas legales

Figura 11. Estructura del Sistema Armonizado (HS), 5ta enmienda (a partir del 1 de enero del 2012)



Una **sección** agrupa con carácter de generalidad una o varias categorías de mercancías, identificándolos con números romanos y que están expresados a modo de título. Los **capítulos** son la desagregación de una parte de la sección, y están expresados con números arábigos e igualmente se expresan a modo de título, numerados del capítulo 1 al capítulo 97. Las **partidas** son codigos de 4 cifras, designa una o varias mercancías o categorías

de mercancías, y van acompañados de un texto, al que se lo denomina “texto de partida”

Las **hortalizas** se ubican en la Sección II (Productos del Reino Vegetal) y Capítulo 7, que corresponde a “Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios”

Cabe señalar que en este capítulo:

- No se consideran los productos forrajeros de la partida 12.14.
- En las partidas 07.09, 07.10, 07.11 y 07.12, la expresión hortalizas alcanza también a los hongos comestibles, trufas, aceitunas, alcaparras, calabacines (zapallitos), calabazas (zapallos), berenjenas, maíz dulce (*Zea mays var. saccharata*), frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, hinojo y plantas como el perejil, perifollo, estragón, berro y mejorana cultivada (*Majorana hortensis* u *Origanum majorana*).
- La partida 07.12 comprende todas las hortalizas secas de las especies clasificadas en las partidas 07.01 a 07.11, excepto:
  - a) las hortalizas de vaina secas desvainadas (partida 07.13);
  - b) el maíz dulce en las formas especificadas en las partidas 11.02 a 11.04;
  - c) la harina, sémola, polvo, copos, gránulos y «pellets», de papa (patata) (partida 11.05);
  - d) la harina, sémola y polvo de hortalizas de vaina secas de la partida 07.13 (partida 11.06).
- Los frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, secos, triturados o pulverizados, se excluyen, sin embargo, de este Capítulo (partida 09.04).



TABLA 1. CÓDIGOS ARANCELARIOS BAJO LA NOMENCLATURA DEL SISTEMA ARMONIZADO (HS) DE SECCIÓN II - CAPÍTULO 7, "HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS"

Partida	Código del S.A.	Glosa	U.A.	Adv.	Estad. Unidad Código
07.01		<b>Papas (patatas)* frescas o refrigeradas.</b>			
	0701.10	- Para siembra:			
	0701.1010	-- Material de cultivo «in vitro» de la variedad <i>Solanum tuberosum</i>	KB	6	KN-06
	0701.1090	-- Las demás	KB	6	KN-06
	0701.9000	- Las demás	KB	6	KN-06
07.02	0702.0000	<b>Tomates frescos o refrigerados.</b>	KB	6	KN-06
07.03		<b>Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados.</b>			
	0703.10	-Cebollas y chalotes:			
		-- Cebollas:			
	0703.1011	--- Orgánicas	KB	6	KN-06
	0703.1019	--- Las demás	KB	6	KN-06
	0703.1020	-- Chalotes	KB	6	KN-06
	0703.20	- Ajos:			
	0703.2010	-- Orgánicos	KB	6	KN-06
	0703.2090	-- Los demás	KB	6	KN-06
	0703.9000	- Puerros y demás hortalizas aliáceas	KB	6	KN-06
07.04		<b>Coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles similares del género <i>Brassica</i>, frescos o refrigerados.</b>			
	0704.1000	- Coliflores y brócolis	KB	6	KN-06
	0704.2000	- Coles (repollitos) de Bruselas	KB	6	KN-06
	0704.9000	- Los demás	KB	6	KN-06
07.05		<b>Lechugas (<i>Lactuca sativa</i>) y achicorias, comprendidas la escarola y la endibia (<i>Cichorium spp.</i>), frescas o refrigeradas.</b>			
		- Lechugas:			
	0705.1100	-- Repolladas	KB	6	KN-06
	0705.1900	-- Las demás	KB	6	KN-06
		- Achicorias, comprendidas la escarola y la endibia:			
	0705.2100	-- Endibia «witloof» ( <i>Cichorium intybus</i> var. <i>foliosum</i> )	KB	6	KN-06
	0705.29	-- Las demás:			
	0705.2910	--- Radicchios ( <i>Cichorium spp.</i> )	KB	6	KN-06
0705.2920	--- Achicorias ( <i>Cichorium endibia</i> )	KB	6	KN-06	
	0705.2990	--- Las demás	KB	6	KN-06

TABLA 1. CÓDIGOS ARANCELARIOS BAJO LA NOMENCLATURA DEL SISTEMA ARMONIZADO (HS) DE SECCIÓN II - CAPÍTULO 7, "HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS"

07.06		<b>Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados.</b>			
	0706.1000	- Zanahorias y nabos	KB	6	KN-06
	0706.9000	- Los demás	KB	6	KN-06
07.07	0707.0000	<b>Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados.</b>	KB	6	KN-06
07.08		<b>Hortalizas de vaina, aunque estén desvainadas, frescas o refrigeradas.</b>			
	0708.1000	- Arvejas (guisantes, chícharos)* ( <i>Pisum sativum</i> )	KB	6	KN-06
	0708.2000	- Porotos (judías, alubias, frijoles, fréjoles)* ( <i>Vigna spp.</i> , <i>Phaseolus spp.</i> )	KB	6	KN-06
	0708.9000	- Las demás	KB	6	KN-06
07.09		<b>Las demás hortalizas, frescas o refrigeradas.</b>			
	0709.20	- Espárragos:			
	0709.2010	-- Orgánicos	KB	6	KN-06
	0709.2090	-- Los demás	KB	6	KN-06
	0709.3000	- Berenjenas	KB	6	KN-06
	0709.4000	- Apio, excepto el apionabo	KB	6	KN-06
		- Hongos y trufas:			
	0709.5100	-- Hongos del género <i>Agaricus</i>	KB	6	KN-06
	0709.59	-- Los demás:			
	0709.5910	--- Orgánicos	KB	6	KN-06
	0709.5990	--- Los demás	KB	6	KN-06
	0709.60	- Frutos de los géneros <i>Capsicum</i> o <i>Pimenta</i> :			
	0709.6010	-- Pimiento	KB	6	KN-06
	0709.6020	-- Aji	KB	6	KN-06
	0709.6090	-- Los demás	KB	6	KN-06
	0709.7000	- Espinacas (incluida la de Nueva Zelanda) y armuelles	KB	6	KN-06
		- Las demás:			
	0709.9100	-- Alcachofas (alcauciles)*	KB	6	KN-06
	0709.9200	-- Aceitunas	KB	6	KN-06
	0709.93	-- Zapallos (calabazas)* y calabacines ( <i>Cucurbita spp.</i> ):			
	0709.9310	--- Zapallo de guarda ( <i>Cucurbita máxima</i> )	KB	6	KN-06
	0709.9320	--- Zapallo kabutial ( <i>Cucurbita moschata x Cucurbita máxima</i> )	KB	6	KN-06
	0709.9330	--- Zapallo <i>Cucurbita mixta</i>	KB	6	KN-06
	0709.9340	--- Calabacín (zapallo italiano) ( <i>Cucurbita pepo</i> )	KB	6	KN-06
	0709.9390	--- Los demás	KB	6	KN-06
	0709.99	-- Las demás:			
	0709.9910	--- Orgánicas	KB	6	KN-06
	0709.9990	--- Las demás	KB	6	KN-06

TABLA 1. CÓDIGOS ARANCELARIOS BAJO LA NOMENCLATURA DEL SISTEMA ARMONIZADO (HS) DE SECCIÓN II - CAPÍTULO 7, "HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS"

	0710.9000	- Mezclas de hortalizas	KB	6	KN-06
07.11		<b>Hortalizas conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar dicha conservación), pero todavía impropias para consumo inmediato.</b>			
	0711.20	- Aceitunas:			
	0711.2010	-- En salmuera	KB	6	KN-06
	0711.2090	-- Las demás	KB	6	KN-06
	0711.40	- Pepinos y pepinillos:			
	0711.4010	-- En salmuera	KB	6	KN-06
	0711.4090	-- Los demás	KB	6	KN-06
		- Hongos y trufas:			
	0711.5100	-- Hongos del género <i>Agaricus</i>	KB	6	KN-06
	0711.5900	-- Los demás	KB	6	KN-06
	0711.9000	- Las demás hortalizas; mezclas de hortalizas	KB	6	KN-06
07.12		<b>Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación.</b>			
	0712.2000	- Cebollas	KB	6	KN-06
		- Orejas de Judas ( <i>Auricularia spp.</i> ), hongos gelatinosos ( <i>Tremella spp.</i> ) y demás hongos; trufas:			
	0712.31	-- Hongos del género <i>Agaricus</i> :			
	0712.3110	--- Enteros	KB	6	KN-06
	0712.3120	--- En trozos	KB	6	KN-06
	0712.3190	--- Los demás	KB	6	KN-06
	0712.32	-- Orejas de Judas ( <i>Auricularia spp.</i> ):			
	0712.3210	--- Enteros	KB	6	KN-06
	0712.3220	--- En trozos	KB	6	KN-06
	0712.3290	--- Los demás	KB	6	KN-06
07.14		<b>Raíces de mandioca (yuca)*, arrurruz o salep, aguaturmas (patacas)*, camotes (boniatos, batatas)* y raíces y tubérculos similares ricos en fécula o inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos, incluso troceados o en «pellets»; médula de sagú.</b>			
	0714.1000	- Raíces de mandioca (yuca)*	KB	6	KN-06
	0714.2000	- Camotes (boniatos, batatas)*	KB	6	KN-06
	0714.3000	- Ñame ( <i>Dioscorea spp.</i> )	KB	6	KN-06
	0714.4000	- Taro ( <i>Colocasia spp.</i> )	KB	6	KN-06
	0714.5000	- Yautia (malanga)* ( <i>Xanthosoma spp.</i> )	KB	6	KN-06
	0714.9000	- Los demás	KB	6	KN-06

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas, en <https://www.aduana.cl/>

### ANEXO 3. EMPRESAS NACIONALES EXPORTADORAS DE HORTALIZAS ENCUESTADAS

EMPRESA		A & P IMPORT AND EXPORT LIMITADA		
	PRODUCTOS	ESPÁRRAGOS CONGELADOS	HONGOS CONGELADOS	HONGOS EN SALMUERA
	Código Aduana	'0710.8049	'0710.8030	'0711.5900
2014	Vol	366,211.20	193,129.00	46,600.00
Alemania			110,000.00	17,400.00
España		211,490.00	50,452.00	29,200.00
Italia		154,721.20	32,677.00	

EMPRESA		AGRÍCOLA ROSARIO LTDA.	
	PRODUCTOS	RADICCHIO	
	Código Aduana	'0705.2910	
2014	Vol	281,337.00	
Francia		32,340.00	
Holanda		93,105.00	
Inglaterra		155,892.00	

EMPRESA		ACONCAGUA FOODS	
	PRODUCTOS	ALCAHOFA	VEGETALES CONGELADOS
	Código Aduana	'0710.8099	'0710.9000
2014	Vol	149,535.00	1,474,881.76
EE.UU.		149,535.00	1,474,881.76

EMPRESA		AGRÍCOLA SYS LINAGRUT LTDA.	
	PRODUCTOS	ZAPALLOS	
	Código Aduana	'07909.9330	
2014	Vol	47,602.00	
EE.UU.		47,602.00	

EMPRESA		AGRÍCOLA TRES ERRE LTDA. (E)	
	PRODUCTOS	TOMATES	
	Código Aduana	'012.9039	
2014	Vol	360.000	
Colombia		360.00	

EMPRESA		AGROCOMERCIAL CHILE S.A.	
	PRODUCTOS	AJÍ	AJÍ
	Código Aduana	'0904.2220	'0904.2290
2014	Vol	385.48	243.50
Colombia		385.48	243.50



EMPRESA AGROCOMERCIAL SAN FRANCISCO LTDA.					
	PRODUCTOS	HONGOS CONGELADOS	ESPÁRRAGOS	ESPÁRRAGOS	HONGOS CONGELADOS
	Código Aduana	´0710.8030	´0710.8049	´0710.8049	´0710.8030
2014	Vol	84,264.00	32,777.00	49,020.00	116,559.00
Francia		73,958.00	11,777.00	49,020.00	91,555.00
España					21,000.00
Italia		10,306.00	21,000.00		4,004.00

EMPRESA AGRO-PRODEX INTERNACIONAL S.A.		
	PRODUCTOS	ORÉGANO
	Código Aduana	´1211.9020
2014	Vol	2,000.00
Taiwán		2,000.00
Costa Rica		540.00

EMPRESA AGROINDUSTRIAL NIQUEN S.A.				
	PRODUCTOS	ESPÁRRAGOS	HONGOS	HONGOS
	Código Aduana	´0710.8049	´0711.5900	´0710.8030
2014	Vol	437,483.95	10,800.00	497,535.00
Francia				82,420.00
Holanda		88,560.00		
EE.UU.		34,818.75		
Alemania		43,580.00	10,800.00	154,980.00
Cánada		20,000.00		
Italia		250,525.20		260,135.00

EMPRESA ALDO		
	PRODUCTOS	ACEITUNAS
	Código Aduana	´0711.2010
2014	Vol	19,800.00
Perú		19,800.00

EMPRESA AGROMAR S.A.		
	PRODUCTOS	ACEITUNAS
	Código Aduana	´709.9200
2014	Vol	3.60
Costa Rica		3.60

EMPRESA ANDIFUNGUI EXPORTADORA S.A.		
	PRODUCTOS	HONGOS EN SALMUERA
	Código Aduana	´0711.5900
2014	Vol	116,800.00
Francia		24,000.00
España		92,800.00

EMPRESA CABEXPORT LTDA.			
	PRODUCTOS	AJOS	CEBOLLAS FRESCAS
	Código Aduana	'0703.2090	'0703.1019
2014	Vol	48,000.00	369,850.00
Inglaterra			192,050.00
Brasil		48,000.00	50,000.00
Uruguay			52,800.00
Colombia			75,000.00

EMPRESA COMERCIAL MONTE ROSA S.A.			
	PRODUCTOS	AJOS	CEBOLLAS FRESCAS
	Código Aduana	'0703.2090	'0703.1019
2014	Vol	68,000.000	224,288.00
Holanda			200,000.00
Desconocido			24,288.00

EMPRESA CIA. EXPORTADORA TRES RIOS S.A.		
	PRODUCTOS	AJOS
	Código Aduana	'0703.2090
2014	Vol	2,336,504.00
México		2,082,560.00
Brasil		24,000.00
España		229,944.00

EMPRESA COMERCIALIZADORA AGRÍCOLA FRESH		
	PRODUCTOS	CEBOLLAS FRESCAS
	Código Aduana	'0703.1019
2014	Vol	1,315,600.00
EE.UU.		126,500.00
Panamá		25,300.00
España		101,200.00
Desconocido		1,062,600.00



EMPRESA DAVID GRIFFITHS-F										
	PRODUCTOS	ZAPALLO	REPOLLOS	PEPINO	TOMATES FRESCOS	CEBOLLAS FRESCAS	AJOS FRESCOS	LECHUGA FRESCA	PAK CHOI	CHALOTAS
	Código Aduana	'0712.9069	'0704.900	'0707.0000	'0702.0000	'0703.1019	'0703.2090	'0705.1900	'0709.9990	'07031020
2014	Vol	24.00	2,282.00	2,626.00	9,327.00	2,640.00	611.00	7,546.00	100.00	141.00
Inglaterra						240.00	611.00	7,546.00	100.00	
Islas Falkland						2,400.00				
	PRODUCTOS	PUERROS FRESCOS	BRÓCOLI - COLIFLOR	BRENJENAS	ESPÁRRAGOS	PIMENTONES	ESPINCAS	ZAPATLLOS ITALIANOS	CAMOTES FRESCOS	APIO FRESCO
	Código Aduana	'0703.9000	'0704.1000	'0709.3000	'0709.2090	'0709.6010	'0709.7000	'0709.9340	'0714.2000	0'709.4000
2014	Vol	139.00	1,120.00	45.00	217.00	1,256.00	54.00	251.00	60.00	687.00
Inglaterra					217.00	1,256.00		251.00		687.00

EMPRESA		DUAS RODAS CHILE S.A.	
	PRODUCTOS	HONGOS	TOMATE DESHIDRATADO
	Código Aduana	'0710.8030	'0712.9039
2014	Vol	62,440.00	8,800.00
P. Dominicana			8,800.00

EMPRESA		EIGHT CHILE CONSULTING AND COMMERCE	
	PRODUCTOS	AJOS FRESCOS	
	Código Aduana	'0703.2090	
2014	Vol	733,000.00	
México		733,000.00	

EMPRESA		EXP. E IMP. BMG CHILE LTDA.	
	PRODUCTOS	CEBOLLAS FRESCAS	
	Código Aduana	'0703.1019	
2014	Vol	250,000.00	
Holanda		125,800.00	
EE.UU.		75,900.00	
Panamá		48,300.00	

EMPRESA		EXPORTADORA E IMPORTADORA JUHIN	
	PRODUCTOS	ESPÁRRAGOS	
	Código Aduana	'0710.8049	
2014	Vol	20,190.00	

EMPRESA		EXPORTADORA PRIZE LTDA.	
	PRODUCTOS	CEBOLLAS FRESCAS	
	Código Aduana	'0703.1019	
2014	Vol	1,148,560.00	
Holanda		743,250.00	
EE.UU.		179,550.00	
España		225,760.00	

EMPRESA		EXPORTADORA PROPAL S.A.	
	PRODUCTOS	CEBOLLAS FRESCAS	
	Código Aduana	'0703.1019	
2014	Vol	9,377,399.60	
Holanda		308,700.00	
Inglaterra		2,466,300.00	
EE.UU.		5,282,479.60	
Alemania		594,000.00	
Colombia		48,000.00	
España		176,400.00	
Irlanda		501,520.00	

EMPRESA		EXPORTADORA R-T- LIMITADA	
	PRODUCTOS	CEBOLLAS FRESCAS	
	Código Aduana	'0703.1019	
2014	Vol	2,365,798.00	



EMPRESA		FARM DIRECT FOOD LATIN AMERICA S.A.						
	PRODUCTOS	PUERROS DESHIDRATADO	TOMATE DESHIDRATADO	APIO	AJO EN POLVO	BRÓCOLI	PIMENTÓN	PIMENTÓN
	Código Aduana	'0712.9010	'0712.9039	'0712.9040	'0712.9050	'0712.9099	'0904.2211	'0904.2219
2014	Vol	1,004.00	25,298.00	3,720.00	15,100.00	25,153.00	504	20510
México			14,010.00					
EE.UU.				1,320.00				
Uruguay						1,650.00		
Colombia						660.00		
Argentina			5,065.00	2,400.00	15,100.00	9,563.00		20,010.00
Guatemala		1,004.00	999.00			8,500.00	504	510
P. Dominicana			5,224.00			4,500.00		
El Salvador						280.00		

EMPRESA FRUTERA EROAMERICA S.A.			
	PRODUCTOS	CEBOLLAS FRESCAS	AJOS
	Código Aduana	'0703.1019	'0703.2090
2014	Vol	50,000.0	67,000.00
Desconocido		500,000.0	67,000.0

EMPRESA FRUTICOLA OLMUE S.A.				
	PRODUCTOS	ESPÁRRAGOS CONGELADOS	HONGOS CONGELADOS	HONGOS EN SALMUERA
	Bélgica	350,372.00		
	Japón	334,462.00		
	Suecia	74,330.00		
	Italia	48,740.00	323,964.00	
	Rusia		120,000.00	

EMPRESA FRUTERA LTDA.		
	PRODUCTOS	AJOS
	Código aduana	'0703.2090
2014	Vol	929,910.0
México		929,910.0

EMPRESA HOJAS EXPORT LTDA.		
	PRODUCTOS	ORÉGANO
	Código Aduana	'1211.9020
2014	Vol	285,005.0
	Brasil	65,500.0
	Uruguay	18,000.0
	Argentina	178,505.0
	Italia	23,000.0

EMPRESA FRUTICOLA OLMUE S.A.				
	PRODUCTOS	ESPÁRRAGOS CONGELADOS	HONGOS CONGELADOS	HONGOS EN SALMUERA
	Código Aduana	'0710.8049	'0710.8030	'0711.5900
2014	Vol	1515039.09	604812	16,000.00
	Francia	243,602.00	116,440.00	
	Brasil	80,580.00		
	EE.UU.	248,495.09		
	Alemania	19,540.00	22,400.00	
	España	61,580.00	22,008.00	16,000.00
	Cánada	53,008.00		

EMPRESA INTERAGRO FRUMERC S.A.		
	PRODUCTOS	ESPÁRRAGOS
	Código Aduana	'0710.8099
2014	Vol	62250
	Italia	21,000.00

EMPRESA		INVERSIONES FRUMERC S.A.
	PRODUCTOS	CEBOLLAS FRESCAS
	Código Aduana	´0703.1019
2014	Vol	2,893,491.8



EMPRESA		INVERTEC FOODS S.A.							
	PRODUCTOS	PIMENTÓN ORGÁNICO	TOMATE CONGELADO	TOMATE DESHIDRATADO	PIMENTÓN DESHIDRATADO	AJÍ JALAPENO	PIMENTÓN DESHIDRATADO	AJÍ JALAPENO	APIO CONGELADO
	Código aduana	´0710.8091	´0710.9099	´712.9039	´0712.9099	´0904.2100	´0904.2219	´0904.2290	´0709.4000
2014	Vol	18000	1512064.74	105,278.98	81627.84	23405.6	53046	35010.2	13,000.0
Francia			17,850.00	22,000.00					
Inglaterra			123,910.00						
EE.UU.		18,000.00	412,675.50					35,010.20	
Alemania			21,532.00	35,685.00					
España						11,029.00			
Cánada						5,712.00			
Japón			903,606.60	34,893.18	81,627.84		53,046.00		13,000.0
Australia						6,664.00			
Argentina			8,507.66						
N. Zelanda			23982						

EMPRESA JORGE E. GALLARDO F. S.A.C.		
	PRODUCTOS	ORÉGANO
	Código Aduana	'1211.9020
2014	Vol	5,600.0
Paraguay		5,600.0

EMPRESA NEXCO CHILE S.A.			
	PRODUCTOS	CEBOLLAS FRESCAS	AJOS
	Código Aduana	'0703.1019	'0703.2090
2014	Vol	417,780.0	180,641.0

EMPRESA MASSAI AGRICULTURAL SERVICE S.A.		
	PRODUCTOS	CEBOLLAS FRESCAS
	Código Aduana	'0703,1019
2014	Vol	24,875.0
EE.UU.		24,875.0

EMPRESA PROCESADORA Y EXPORTADORA DE FRUTA			
	PRODUCTOS	ESPÁRRAGOS CONGELADOS	HONGOS CONGELADOS
	Código aduana	'0710.8049	'0710.8030
2014	Vol	550680.5	591240
Francia		36,000.00	154,240.00
Holanda		207,492.00	
EE.UU.		27,445.50	
Alemania			136,500.00
España		25,410.00	46,000.00
Cánada		14,208.00	
Bélgica		127,715.00	
Suecia		51,810.00	
Italia		60,600.00	142,500.00
Rusia			109,000.00
Suiza			3,000.00

EMPRESA NEW YORK EXPORTACIONES Y CIA LTDA.		
	PRODUCTOS	AJOS
	Código aduana	'0703.2090
2014	Vol	2,003,000.0
México		2,003,000.0



EMPRESA		PRODUCTOS SILVESTRES LTDA.
	PRODUCTOS	AJOS
	Código Aduana	´0703.2090
2014	Vol	1,421,000.00
México		1,421,000.00

EMPRESA		SANTA MATILDE COMERCIAL LTDA.
	PRODUCTOS	ORÉGANO
	Código Aduana	´1211.9020
2014	Vol	327,255.0
Alemania		122,040.0
España		84,890.0
Bélgica		6,480.0
Suecia		62,025.0
Turquia		51,820.0

EMPRESA		SABORES DE AZAPA LTDA.
	PRODUCTOS	ACEITUNAS
	Código Aduana	´0711.2010
2014	Vol	25,676.00
EE.UU.		12,838.00
Kuwait		12,838.00

EMPRESA		SANTIAGO COM. EXT. EXPORT. LTDA.
	PRODUCTOS	ESPÁRRAGOS CONGELADOS
	Código aduana	´0710.8049
2014	Vol	285618
España		21,000.00
Bélgica		233,250.0
Japón		31,368.00

EMPRESA		SOC. COMERZIALIDADORA AGROCOMEX	
	PRODUCTOS	CEBOLLAS FRESCAS	AJOS
	Código aduana	´0703.1019	´0703.2090
2014	Vol	1,599,293.0	23,000.0

EMPRESA		SOC. DE COM. EXT. MEMO LTDA.
	PRODUCTOS	POROTOS
	Código aduana	´0708.2000
2014	Vol	300.0
Suecia		300.0

EMPRESA		SOC. IND. EXP. SALUS FUTACOYAN LTDA.
	PRODUCTOS	ZANAHORIA DESHIDRATADA
	Código aduana	´0713.9091
2014	Vol	178
Alemania		178.00



EMPRESA		SOCIEDAD COMERCIAL E INVERSIONES					
	PRODUCTOS	POROTITOS VERDES	ENSALADA PRIMAVERA	PIMENTÓN	ORÉGANO	ZAPALLOS	ZANAHORIAS
	Código Aduana	'0710.2100	'0710.9000	'0904.2219	'1211.9020	'0709.9390	'0706.1000
2014	Vol	14	9.5	1	0.2	20.0	25.0
Islas Falkland		14.00	9.50		0.2	20.0	25.0
	PRODUCTOS	HORTALIZAS FRESCAS	PIMIENTOS	LECHUGAS	PEREJIL, CILANTRO	TOMATES VERDES	
	Código Aduana	'0706.1000	'0709.6010	'0705.1900	'0709.9990	'0702.000	
2014	Vol	25.0	90.0	190.0	3.5	50.0	
Islas Falkland		25.0	90.0	190.0	3.5	50.0	

EMPRESA		SOCIEDAD COMERCIAL INAL Y CIA LTDA.		
	PRODUCTOS	CEBOLLAS	TOMATES	CILANTRO
	Código aduana	'0703.1019	'0702.0000	'0709.9990
2014	Vol	1,000.0	95.0	9.0
Islas Falkland		1,000.0	95.0	9.0

EMPRESA		SOUTH-AM FREEZE DRY S.A.
	PRODUCTOS	ZAPALLO EN POLVO (LIOFILIZADA)
	Código Aduana	'0712.9069
2014	Vol	1500
EE.UU.		1,500.00

EMPRESA		SOCIEDAD EXPORTADORA KUGAR LTDA.
	PRODUCTOS	HORTALIZAS CONGELADAS
	Código Aduana	'0710.2100
2014	Vol	21996.3
EE.UU.		21,996.30

EMPRESA		SURFRUT LTDA.
	PRODUCTOS	PIMENTÓN
	Código aduana	'0904.2219
2014	Vol	2565.23
EE.UU.		2,565.23

EMPRESA		SOCIEDAD OLMOS LTDA.	
	PRODUCTOS	CEBOLLAS	AJOS FRESCOS
	Código aduana	'0703.1019	'0703,2090
2014	Vol	383,645.0	23,370.0
México			23,370.0



EMPRESA UNIFIED FOODS INTERNATIONAL S.A.									
	PRODUCTOS	PUERROS	TOMATES	APIO	AJO	ESPINÁCA	PIMIENTO VERDE	PIMIENTO ROJO	ORÉGANO
	Código Aduana	´0712.9010	´0712.9039	´0712.9040	´0712.9050	´0712.9099	´0904.2100	´0904.2219	´1211.9020
2014	Vol	342	495.00	2000	149175	56545	2923	1551	1,810.0
Brasil				1,750.00		8,500.00			
Uruguay		342.00	495.00			29,838.00	650.00	180	
Colombia				250.00	70,875.00	18,177.00	2,273.00	1,371.00	1,810.0
Costa Rica					78,300.00				

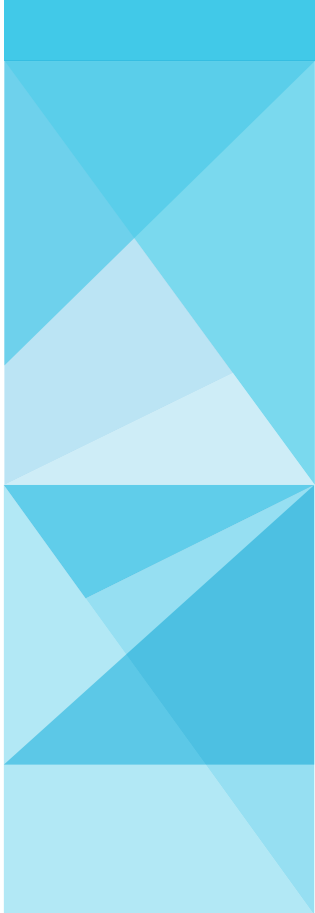
EMPRESA		RAUL E.
	PRODUCTOS	ACEITUNAS
	Código aduana	'0711.2010
2014	Vol	266,714.00
Brasil		16,200.00
EE.UU.		35,884.00
Cánada		14,400.00
Perú		178,180.00
Arabia Saudita		22,050.00

EMPRESA		AGRO FUNGI LTDA.
	PRODUCTOS	HONGOS DESHIDRATADOS
	Código aduana	'0712.3920
2014	Vol	10620
Uruguay		700
Guatemala		9920









**Fundación para la  
Innovación Agraria**

MINISTERIO DE AGRICULTURA

© PUBLICACIONES FIA | [WWW.FIA.CL](http://WWW.FIA.CL) | [INFO@FIA.CL](mailto:INFO@FIA.CL)





# THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS

1207 EAST 58TH STREET, CHICAGO, ILLINOIS 60637, U.S.A.  
TEL: (773) 707-7000 FAX: (773) 707-7001

WWW.CHICAGO.PRESS.EDU

© 2005 THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS. ALL RIGHTS RESERVED.

PRINTED IN THE UNITED STATES OF AMERICA

ISBN 0-226-17711-1

HARDCOVER \$45.00

PAPERBACK \$22.00

9 780226 177111 >

0 226 17711 1

0 226 17711 1

0 226 17711 1

0 226 17711 1

0 226 17711 1

0 226 17711 1

0 226 17711 1

0 226 17711 1

0 226 17711 1