



Investigación de Mercado

Fecha: Junio 2021

Destino: Chile

Producto: Alfajores



1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESTINO - CHILE

1.1 PRINCIPALES INDICADORES

- Población: 19,1 millones de habitantes (2019)
- Superficie: 756.950 Km²
- PBI: USD 282.254 millones (2019)
- Ranking países más ricos del mundo según PBI nominal: 45°
- PBI per cápita nominal: USD \$14.772 (2019)

Es considerado un país de ingreso alto por el Banco Mundial y en vías de desarrollo por la Agencia Central de Inteligencia. Sus más de 18 millones de habitantes promedian índices de alfabetización, calidad de vida, crecimiento económico, desarrollo humano, esperanza de vida, globalización y PIB per cápita que están entre los más altos de América Latina.

1.2 MARCO POLITICO

- Forma de Gobierno: República democrática y presidencialista
- Jefe de Estado: presidente Sebastián Piñera
- Poder Ejecutivo: Está encabezado por el Presidente de la República, quien es el Jefe de Estado y de Gobierno. Actualmente el cargo pertenece a Sebastián Piñera, quien asumió por segunda vez el mandato en marzo de 2018.
- Poder Legislativo: El poder legislativo reside tanto en el presidente de la República como en el Congreso Nacional, con sede en Valparaíso. El mismo es de carácter bicameral, compuesto por una Cámara de Senadores y una de Diputados elegidos por votación popular. El Senado está formado por 38 senadores que permanecen en el cargo por ocho años. La cámara de Diputados está formada por 120 miembros que permanecen cuatro años en el cargo.

2. ASPECTOS ECONOMICOS

La economía de Chile es la quinta mayor economía de América Latina en términos de PBI nominal después de Brasil, México, Argentina y Colombia.

También en cuanto al PIB a precios de paridad de poder adquisitivo (PIB PPA). Chile posee la renta per cápita más elevada de América Latina y pertenece a la categoría de países de ingresos medios altos según el Banco Mundial.

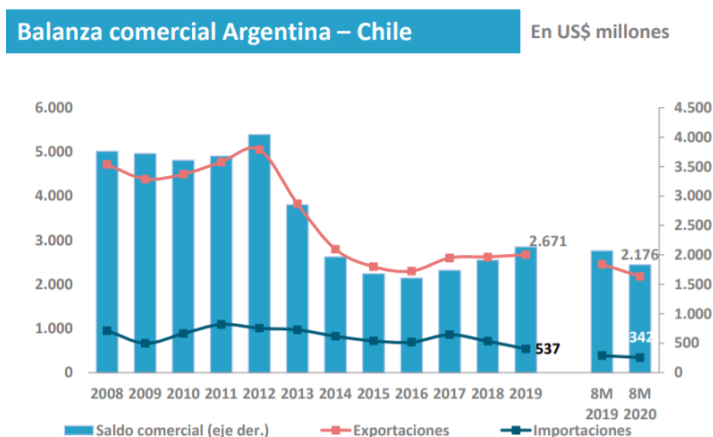
La economía chilena ostenta índices remarcables en cuanto a competitividad, libertad económica, desarrollo financiero, y se consagra como la economía más dinámica de América Latina. Además, tiene la calificación de la deuda externa más favorable del continente.

Chile ha sido una de las economías latinoamericanas que más rápido creció en las últimas décadas, debido a un marco económico sólido, que le ha permitido amortiguar los efectos de un contexto internacional volátil y reducir la pobreza. Sin embargo, más del 30% de la población es económicamente vulnerable y la desigualdad de ingresos sigue siendo elevada.

En un contexto de agitación social, el crecimiento del PIB se redujo de 3,9% en 2018 a 1,1% en 2019. Las disrupciones en la actividad económica ocasionaron un repunte del desempleo, que pasó de 7,1% en diciembre de 2018 a 7,4% en diciembre de 2019.

2.1 BALANZA COMERCIAL CON ARGENTINA

Argentina se ubica en el cuarto lugar de las importaciones de Chile y en el décimo noveno lugar en el destino de las exportaciones chilenas en el año 2019. En las importaciones, Argentina mantuvo su cuarto puesto en el ranking de proveedores chilenos y en las exportaciones, bajó del puesto 17 al 19.



La balanza comercial con Chile es superavitaria. En 2019, las exportaciones argentinas a Chile tuvieron un aumento de 1,9%, agrupando un total de U\$S 2.671 millones. Por otra parte, las importaciones tuvieron una caída de 24,4% y alcanzaron un total de U\$S 537 millones en 2019.

2.2 MONEDA Y TIPO DE CAMBIO

La moneda en Chile es el Peso Chileno y su tipo de cambio al 6 de julio de 2021 es de 741.61 pesos chilenos por dólar.

3. ASPECTOS DEMOGRAFICOS

Las condiciones sociales de la población han mejorado ostensiblemente con respecto a las de hace una década en gran medida gracias al crecimiento económico, el amplio acceso al crédito⁵⁶ y a unas políticas sociales sensibles con los problemas de Chile.

Los extensos barrios de infraviviendas o de construcción precaria, denominadas poblaciones callampas (o más formalmente, campamentos), surgidos en los años 1970 y 1980, han ido desapareciendo a gran velocidad por el impulso de las políticas habitacionales, que han permitido realojar a un gran número de familias en sectores de viviendas sociales con acceso a servicios de electricidad, agua potable, teléfono y comercios.

En Santiago se concentra cerca del 40 % de la población total de Chile. Su número apenas ha variado con respecto a la de hace una década, en parte por la progresiva emigración de su población desde la ciudad hacia los nuevos suburbios, San Bernardo, Puente Alto, Buin, Paine, Peñaflor y Colina, entre otros. Lo que la convierte en una de las áreas metropolitanas más pobladas de América Latina y una gran aglutinadora de industria y servicios.

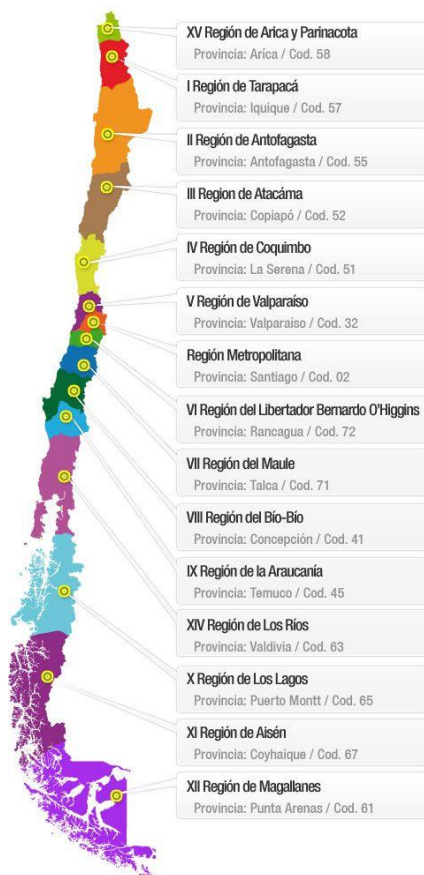
Demografía de Chile.

Población (2019)	18.952,04 miles de habitantes
Varones	8 536 904 hab.

Mujeres	8 711 546 hab.
<u>Tasa Bruta de Natalidad</u> (2019)	11,9 ‰
<u>Tasa Bruta de Mortalidad</u> (2017)	5,8 ‰
<u>Crecimiento Natural</u> (2017)	6,1 ‰
<u>Tasa de Mortalidad Infantil</u> (2016)	7,0‰
<u>Tasa Global de Fecundidad</u> (2017)	1,61 hijos por mujer
<u>Esperanza de Vida</u> (2020)	79,91 años

Fuente: INE Chile

ORGANIZACIÓN TERRITORIAL



4. ACUERDOS COMERCIALES.

La economía chilena se caracteriza por ser abierta orientada al libre comercio es uno de los países con mayor número de tratados firmados (entre otros con NAFTA, Unión Europea, EFTA, India, Mercosur, Japón, Australia, Corea del Sur, China, Vietnam) le da acceso a la mayor parte del mercado mundial de bienes y servicios.

Desde fines de la década de 1990, Chile se ha adherido a una serie de tratados de libre comercio (TLC) con países tanto de América Latina como del resto del mundo, destacando entre ellos los firmados con las principales economías del mundo. A la fecha a través de los tratados de comercio firmados, Chile actualmente posee libre acceso a los principales mercados en el mundo, alcanzando más de 4.200 millones de personas distribuidas en los cinco continentes. Hasta la fecha se han suscrito 21 Acuerdos Comerciales con 58 países.

Acuerdos multilaterales		
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción	
Miembros de la OMC	01 enero 1995 (Parte contratante del <u>GATT 1947</u> desde 16 marzo 1949)	
Acuerdos de libre comercio		
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción	Vigencia
Indonesia	14 diciembre 2017	10 agosto 2019
Argentina	02 noviembre 2015	02 mayo 2019
Hong Kong, China	07 septiembre 2014	29 noviembre 2014
Alianza del Pacífico	10 febrero	01 mayo

	2014	2016
Tailandia	04 octubre 2013	05 noviembre 2015
Vietnam	12 noviembre 2011	04 febrero 2014
Malasia	13 noviembre 2010	18 abril 2012
Turquía	14 julio 2009	01 marzo 2011
Australia	30 julio 2008	06 marzo 2009
Japón	27 marzo 2007	03 septiembre 2007
Colombia	27 noviembre 2006	08 mayo 2009
Perú	22 agosto 2006	01 marzo 2009
Panamá	27 junio 2006	07 marzo 2008
China	18 noviembre 2005	01 octubre 2006
Nueva Zelanda, Singapur y Brunei Darussalam (P4)	18 julio 2005	
Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) Asociación Europea de Libre Comercio	26 junio 2003	01 diciembre 2004
Estados Unidos	06 junio 2003	01 enero 2004
Corea del Sur	15 febrero 2003	01 abril 2004
Unión Europea (UE)	18 noviembre	01 febrero

	2002	2003
Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua)	18 octubre 1999	
México (ACE 41)	17 abril 1998	01 agosto 1999
Canadá	05 diciembre 1996	05 julio 1997
MERCOSUR (ACE 35)	25 junio 1996	01 octubre 1996
Acuerdos comerciales preferenciales		
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción	Vigencia
Ecuador (AAP.CE N° 65)	10 marzo 2008	05 enero 2010
India	08 marzo 2006	17 agosto 2007
Bolivia (AAP.CE N° 22)	06 abril 1993	06 abril 1993
Venezuela (AAP.CE N° 23)	02 abril 1993	02 abril 1993
Argentina (AAP.CE N° 16)	02 agosto 1991	02 agosto 1991

Fuente: SICE

5. MERCADO DE ALFAJORES EN CHILE

En Chile, el mercado de alfajores es una de las categorías de productos más activa en el mercado de las golosinas y una de las principales en su participación en el mercado del chocolate. Existe una variedad de presentaciones dirigidos a diversos segmentos de la población. Estos segmentos se basan en función de los ingresos de cada uno de ellos. Se consumen productos tanto nacionales como importados.

El mercado cuenta con diferentes puntos de venta como son los lugares

turísticos, locales comerciales especiales donde se encuentran los alfajores artesanales y naturales, y los masivos que están compuestos por kioscos, drugstores y supermercados.

Existen los alfajores artesanales y los alfajores Premium. Estos últimos se caracterizan por tener un packaging más sofisticado y apuntan a un segmento socioeconómico alto.

Los argentinos en Chile son los mayores demandantes de este producto nacional. Sin embargo, hace unos años, los propios chilenos comenzaron a consumirlos de manera regular también.

En el mercado se ofertan diferentes tipos de alfajores: blancos, negros, también alfajores de maicena. La presentación es en cajas de cartulina y cajas de cartón. El tamaño varía de 25 gr a 55 gr. Utilizan como ingredientes yema de huevo, harina, margarina, esencia de vainilla, canela molida, entre otros.

Son alfajores redondos, de tres capas, alfajores simples, rellenos de mousse de chocolate blanco, con frambuesa, con dulce de leche.

Los factores de éxito que intervienen en la comercialización de los alfajores son:

- El envase o paquete en el que se presenta el producto.
- Las recomendaciones de terceros.
- Marketing.
- Experiencia general en el punto de venta.
- Conocimiento del mercado.
- Calidad del producto.
- Diseño, forma y tamaño.
- Imagen del producto.
- Precio.
- Marca.

5.1 CONSUMO DE ALFAJORES EN CHILE

Chile fue el tercer destino más importante de las exportaciones de alfajores

argentinos en el año 2020, con un total de 330.000 kgs.

En dicho país, el alfajor dejó de ser una golosina para las clases bajas para pasar a ser un alimento habitual. Un trabajador de clase baja puede almorzar uno o dos alfajores, ya que es el producto inmediato más económico. Ni en las peores crisis se dejaron de vender alfajores. En cambio, en las clases altas, un alfajor puede significar un postre o una merienda.

Las mujeres chilenas consumen más alfajores que los hombres. A su vez, los niños consumen más que los adultos. Los niños se convierten en el público más extenso, por lo que la primera compra individual de este tipo de productos se realiza alrededor de los 8 años. Entre sus preferencias, eligen principalmente los alfajores rellenos de dulce de leche.

Por lo general, se buscan alfajores sabrosos, que no se desarmen y a un precio razonable. El alfajor se considera más “nutritivo” que las golosinas como caramelos, chupetines o gomitas.

Chile es el país de América Latina que más chocolate consume por persona, con un promedio de 2,1 kg per cápita al año, muy por delante del segundo, Brasil, que consume 1,3 kg por persona.

5.2 TENDENCIAS DE CONSUMO DE ALFAJORES

Los alfajores son principalmente alimentos de “compra por impulso”. En el caso de los alfajores, es un producto que no es de primera necesidad y mayormente se compra por tentación. Quizás el consumidor no tenía en mente comer un alfajor, pero si tenía un antojo de algo dulce, y no es hasta el momento en que el consumidor tiene un contacto directo con el producto que se produce ese impulso y deseo de compra.

En los últimos años, se incorporaron nuevos ingredientes demandados por la población adulta como son los alfajores de arroz. Estos alfajores contienen

menos calorías y son más saludables que los tradicionales.

A su vez, las tendencias de consumos por lo saludable, llevan a los consumidores a buscar alimentos orgánicos, sin conservantes ni aditivos, que aporten un valor extra al consumo del mismo. Se registra una tendencia de consumo hacia alfajores con semillas, frutos secos, harinas de diferentes productos, entre otros.

Existen productos sustitutos dulces como son las galletas y salados como son los snacks (papas fritas, nachos).

5.3 CARACTERÍSTICAS DE LOS ALFAJORES EN CHILE

Los alfajores chilenos se presentan en bolsas o cajas de 3, 4, 6 8, 9, 10,12 o 24 unidades. Varían entre los 21 gramos (los alfajores minis) hasta 100 gramos.





NOMBRE ALFAJOR	ORIGEN	COMPOSICIÓN	PRESENTACION
Lagos del Sur	Chile	Alfajor relleno de dulce de leche, simple o triple	Chocolate negro y dulce de leche, dulce de leche con brandy. Alfajor 35 gr, 45 gr, 50 gr.
Calaf	Chile	Alfajor relleno de dulce de leche, simple o triple	Chocolate negro y dulce de leche. Alfajor 35 gr.

Alfi	Chile	Alfajor relleno de manjar, simple	Chocolate negro y manjar Alfajor 30gr
Pulmahue	Chile	Alfajor relleno de manjar, simple	Chocolate negro y manjar Alfajor 100gr
Chocman - Costa	Chile	Alfajor relleno de dulce de leche, simple	Chocolate negro y dulce de leche Alfajor 21gr
Nutra Bien	Chile	Galleta rellena con dulce de leche o frambuesa	Dulce de leche o frambuesa Alfajor 42 gr

Fuente: elaboración propia.

5.4 IMPORTACIONES EN CHILE

En Chile se estudió la posición arancelaria a ocho dígitos 19059090, que incluye además de alfajores otros productos comprendidos en el mercado como pan de viena, pan rallado, budines, alfajores, tortas, productos salados, prepizza, entre otros.

Importaciones PA 19059090 Chile año 2020.

País de Origen	U\$S FOB	% Incidencia	Kgs. Brutos
ESPAÑA	9952315	23,24	4840000
ESTADOS UNIDOS	8407793	19,63	2735034
ARGENTINA	3159981	7,38	1600789
ALEMANIA	2697741	6,30	929714
CHINA	2178112	5,09	1626527

PERU	2131420	4,98	1745115
BELGICA	2039748	4,76	579709
ITALIA	1912406	4,47	507252
MEXICO	1694964	3,96	1065908
FRANCIA	1377477	3,22	440557
BRASIL	1334949	3,12	707553
CANADA	1131288	2,64	317077
COLOMBIA	1017378	2,38	384015
TURQUIA	949805	2,22	542219
BOLIVIA	568405	1,33	267970
POLONIA	509943	1,19	112817
URUGUAY	291165	0,68	163233
HOLANDA	247118	0,58	190165
AUSTRALIA	198028	0,46	24790
THAILANDIA	155256	0,36	70671
REINO UNIDO/INGLATERRA	138932	0,32	41031
GUATEMALA	122559	0,29	55530
COREA DEL SUR	117915	0,28	44083
TAIWAN	108111	0,25	37608
GRECIA	107980	0,25	29022
DINAMARCA	68241	0,16	21558
PARAGUAY	57733	0,13	18732
RUMANIA	33361	0,08	9533
REP CHECA	22767	0,05	7742
JAPON	17899	0,04	2971
ISRAEL	11688	0,03	700
VENEZUELA	10016	0,02	2278
SUECIA	10011	0,02	1121
BULGARIA	7377	0,02	1516
INDIA	6783	0,02	2194
COSTA RICA	1930	0,00	247
OTROS (PAIS DESCONOCIDO)	1705	0,00	292
REP DOMINICANA	1369	0,00	1439
TERR BRIT ASIA (H KONG)	1049	0,00	261
ECUADOR	1004	0,00	171
LITUANIA	313	0,00	29
EMIRATOS ARABES UNIDOS	197	0,00	101
MALASIA	51	0,00	0

Fuente: Penta Transaction.

Importaciones PA 19059090 Chile año 2019.

País de Origen	U\$S FOB	% Incidencia	Kgs. Brutos
ESPAÑA	14156000	27,27	7179941
ESTADOS UNIDOS	9620623	18,53	3335021
ARGENTINA	5577229	10,74	2813676
BELGICA	4019083	7,74	1125764
ALEMANIA	3110881	5,99	1137186
CHINA	2161977	4,16	1539957
ITALIA	1948986	3,75	531934
FRANCIA	1806892	3,48	452976
MEXICO	1598264	3,08	741355
BOLIVIA	1371833	2,64	602303
CANADA	1355590	2,61	362523
BRASIL	1037281	2,00	470686
PERU	893053	1,72	1146502
POLONIA	676312	1,30	143975
HOLANDA	533770	1,03	203297
URUGUAY	370022	0,71	214434
COLOMBIA	294209	0,57	126864
AUSTRALIA	260278	0,50	48147
REINO UNIDO/INGLATERRA	218823	0,42	62712
TAIWAN	180757	0,35	63145
TURQUIA	154887	0,30	61089
REP CHECA	101975	0,20	25515
THAILANDIA	91786	0,18	33777
COREA DEL SUR	80189	0,15	31851
RUSIA	67270	0,13	33454
RUMANIA	57669	0,11	15719
VENEZUELA	41460	0,08	6399
PORTUGAL	36109	0,07	24437
GRECIA	26428	0,05	3742
INDIA	6352	0,01	1918
ECUADOR	3521	0,01	808
JAPON	2546	0,00	149
LIBANO	1425	0,00	75
GUATEMALA	613	0,00	29
COSTA RICA	553	0,00	521
PARAGUAY	326	0,00	34
SUIZA	180	0,00	13
MARRUECOS	165	0,00	3
ISRAEL	132	0,00	64
LETONIA	18	0,00	61

Fuente: Penta Transaction.

Como se puede observar en ambos años, Argentina se encuentra en tercer lugar

de los países de los que importa Chile con respecto a la posición arancelaria 19059090.

5.5 ARANCELES DE IMPORTACIÓN

Al momento de ingresar a un territorio aduanero la mercadería debe para un arancel de importación, la cual se transforma en un costo que debe hacerse cargo el importador y deberá ser amortizado en el costo del producto.

País	Arancel
ESPAÑA	0%
ESTADOS UNIDOS	0%
ARGENTINA	0%
ALEMANIA	0%
CHINA	0%
PERU	0%
BELGICA	0%
ITALIA	0%
MEXICO	0%
FRANCIA	0%
BRASIL	0%
CANADA	0%
COLOMBIA	0%
TURQUIA	6%
BOLIVIA	0%
POLONIA	0%
URUGUAY	0%
HOLANDA	0%
AUSTRALIA	0%
THAILANDIA	0%
REINO UNIDO/INGLATERRA	0%
GUATEMALA	1,6%
COREA DEL SUR	0%
GRECIA	0%

DINAMARCA	0%
PARAGUAY	0%
RUMANIA	0%
REP CHECA	0%
JAPON	6%
ISRAEL	6%
VENEZUELA	0%
SUECIA	0%
BULGARIA	0%
INDIA	6%
COSTA RICA	0%
REP DOMINICANA	6%
TERR BRIT ASIA (H KONG)	0%
ECUADOR	0%
LITUANIA	0%
EMIRATOS ARABES UNIDOS	6%
MALASIA	0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de MacMap.

5.6 LEY DE ETIQUETADO EN CHILE

Chile fue pionero en el desarrollo de los sellos que advertían sobre la presencia excesiva de azúcares, calorías, grasas saturadas o sodio en los alimentos.

Con el fin de disminuir la obesidad en Chile, se adoptó una nueva política que ha tomado fuerza en los últimos años. Las leyes de etiquetado de alimentos consisten principalmente en poner sellos de advertencia sobre el exceso de nutrientes en aquellos alimentos procesados altos en azúcares, sodio, grasas saturadas y calorías. Chile fue el primero en establecerla a nivel nacional y de manera obligatoria.

Desde 2016, los sellos de advertencia han cobrado cierta popularidad y se han implementado en países como México, Perú e Israel. La figura a continuación muestra los sellos de advertencia en Chile.



La Ley de Alimentos impuso nuevas normas sobre la forma en que los fabricantes de alimentos podían empaquetar y publicitar los productos alimenticios.

Una parte importante de la nueva ley eran los sellos de advertencia, que indican si un producto es alto en azúcares, calorías, grasas saturadas o sodio cuando sobrepasan cierto umbral de concentración cada 100 gramos. Por cada umbral superado, se debe colocar una etiqueta de advertencia en la parte delantera del paquete del producto.

La política de los sellos se implementó de forma gradual en tres etapas, cada una de las cuales establecía límites más estrictos que la anterior. Las etapas 1, 2 y 3 tuvieron lugar en junio de 2016, 2018 y 2019, respectivamente.

LIMITES ALIMENTOS SÓLIDOS			
NUTRIENTE	ETAPA 1 (2016)	ETAPA 2 (2018)	ETAPA 3 (2019)

Energía kcal/100g	350	300	275
Sodio mg/100g	800	500	400
Azúcares totales g/100g	22,5	15	10
Grasas saturadas g/100g	6	5	4

La consecuencia de dicha implementación fue, en primer lugar, que las cadenas de supermercados informan una importante baja en la compra de productos poco saludables. En muchos casos, los clientes consumían productos que creían que eran sanos y no lo eran.

Por otro lado, las empresas se adaptaron y cambiaron la composición de sus productos. Una consecuencia negativa de este proceso es que los precios tuvieron tendencia a la suba.

5.7 PRINCIPALES COMPETIDORES

Los principales competidores en Chile son aquellas empresas o personas que actualmente exportan sus alfajores hacia dicho país.

Hay grandes corporaciones multinacionales que hacen la mayor cantidad de envíos como Bagley. Sin embargo, entre los exportadores, se encuentran otras empresas que son PyMES que serían los competidores directos de dicha marca. Estas son:

ENTRE DOS S.R.L



Alfajores desarrollados en la ciudad de Mendoza.

<https://www.entredosalfajorespremium.online/>

DEL TURISTA SOCIEDAD ANONIMA COMERCIAL E INDUSTRIAL



Cuentan con 16 puntos de venta entre Argentina y Chile.

<http://www.delturistachocolates.com/>

ULTRA CONGELADOS ROSARIO S.A.

Ultracongelados Rosario S.A. produce desde Argentina panificados congelados, entre los que se encuentran alfajores de chocolate.

<https://www.ultracongelados.com.ar/>

5.8 POTENCIALES CLIENTES

PRINCIPALES IMPORTADORAS EN CHILE PA 19059090: Ranking año 2020.

Se obtuvo datos de la posición arancelaria a la que pertenecen los alfajores. Sin embargo, es importante aclarar que la PA 19059090 contiene otros productos además de alfajores.

Importador	U\$S FOB	% Incidencia	Kgs. Brutos
IDEAL S.A.	4323033	10,09	2131279
CRANDON S.A.	3916225	9,14	2023575
WALMART CHILE SA	3174900	7,41	1326243
CENCOSUD RETAIL S.A.	2672864	6,24	847935
PIBAMOUR LTDA.	2420973	5,65	1053601
HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	1850709	4,32	773722
IMPORTADORA CAFE DO BRASIL SA	1736334	4,05	591480
IMP.Y ALIM. ICB FOOD SERVICE L	1274762	2,98	436502
IMP. Y COM. MACRODELI LTDA.	1092761	2,55	358919

RENDIC HNOS. S.A.	1055758	2,47	456332
PJ CHILE SPA	1033797	2,41	457910
NESTLE CHILE S.A.	886254	2,07	323790
PROMERCO S.A.	737303	1,72	244212
BREDENMASTER CHILE S.A.	546169	1,28	146076
SADIA CHILE S.A.	525979	1,23	255460
ELBELMAN CORP S.A.	470669	1,10	133177
AGROSUPER COM. DE ALIMENTOS LT	388560	0,91	106561
ASUR S.A.	343654	0,80	79106
COMERCIALIZADORA NOVAVERDE S.A	341624	0,80	70513
EMPRESAS CAROZZI S.A.	320336	0,75	228976
COMON S.A.	294518	0,69	148181
SOC. COMERCIALIZADORA MACAN LT	291099	0,68	204974
TECNOLOGIA Y ALIMENTOS LTDA.	274267	0,64	180330
DIST.DE ALIM.GLOBE ITALIA LTDA	272724	0,64	59514
AGROSUPER S.A.	262738	0,61	73224
ALIMENTOS BOBA LIMITADA	251070	0,59	156977
COMERCIALIZADORA MAQUIPAN CHIL	232667	0,54	149224
IMPORT Y COM RESTOMARKET LTDA	220833	0,52	175668
PROSUD S.A.	183884	0,43	21906
SUPERMERCADOS CENTRAL LTDA.	172156	0,40	50710
BAGLEY CHILE S.A.	169260	0,40	123204
COMERCIAL CERRILLOS S.A.	151601	0,35	71556
TRAITEUR DE PARIS COMER.LTDA	146818	0,34	34118
MONDELEZ CHILE S.A.	141109	0,33	44187
NUTRICION Y ALIMENTOS S.A.	130696	0,31	27490
MONTANA S.A.	122842	0,29	145799
ALIMENTOS Y FRUTOS S.A.	122124	0,29	32267
KENTUCKY FOODS CHILE LTDA	103753	0,24	33171
MASIVOS S.A.	91064	0,21	46060

CONGELADOS PACIFICO S.A.	88434	0,21	63599
QUIMATIC SA	83492	0,19	123015
ALFA CHILENA S.A.	79085	0,18	100972
LABORATORIO MAVER S.A	71280	0,17	3866
ADMINISTRADORA DE RESTAURANTES	70272	0,16	40973
SALAMANCA FOODS S.A.	69084	0,16	16580
TILTAN IMP.EXP.Y COMERCIAL S.A	53682	0,13	7520
COMERCIALIZ.GOLDEN VENDING L	51426	0,12	26250
DELIMASTER EXPORT LTDA.	50951	0,12	34589
GOOD FOOD S.A.	50670	0,12	33850
COMERCIAL UFA LIMITADA	50523	0,12	3933
FERNANDO ARENILLAS COTRONEO	49531	0,12	11745
AXIS LOGISTICA DE CHILE S.A.	44995	0,11	23824
DIMERCO COMERCIAL LIMITADA	42820	0,10	49248
IMP.Y DIS.DE ALIM.GRAN GOURMET	40594	0,09	7923
TAMY SPA	38244	0,09	26274
ORIZON S.A.	35694	0,08	8817
FBS FOOD&BEVERAGE SUPPLY SPA	32796	0,08	10136
IMP.Y COM.SABOR PERUANO LTDA	30858	0,07	9254
SOC. DE ALIMENTOS LEEFOOD LTDA	28721	0,07	18426
PURATOS DE CHILE S.A.	25010	0,06	5758
SERVICIOS GYE LTDA.	20500	0,05	5233
ALTAS CUMBRES S.A.	19901	0,05	5785
FAST FOOD CHILE SA	18211	0,04	5696
MI SUK JANG	16111	0,04	6337
QIFOOD SPA	15184	0,04	2523
IMP Y EXP CHENG FENG Y CIA LTD	14278	0,03	4295
INNOVA LTDA	14234	0,03	6160
COMERCIAL SEA GARDEN SPA	14176	0,03	5182

COMERCIO INT.TAGLER S.A.	10033	0,02	7879
COMERCIALIZ. ONE NUTRITION SPA.	7705	0,02	698
GERONIMO HERMANOS LIMITADA	7504	0,02	32201
IMPORTADORA TABOM LTDA	7261	0,02	2579
COMERCIAL F.H.ENGEL S.A.	7205	0,02	3330
COMERCIAL YOLANDA L(VERSLUYS)	7009	0,02	463
DRAGER SIMSA S.A	6695	0,02	2185
BARRY CALLEBAUT CHILE SPA	6690	0,02	1608
COMERCIAL SANTA BARBARA LTDA	6360	0,01	1306
COMERCIALIZADORA M Y A LTDA.	6082	0,01	5466
GRANAROLO CHILE SPA	6071	0,01	1203
TRAVERSO S.A.	5373	0,01	2299
PHB CONSULTORES LTDA	5267	0,01	295
CHINESE MARK ALIMENTOS LTDA.	4539	0,01	2755
COMERCIALIZADORA BOGA S.A	4313	0,01	355
IMPORTADORA NUEVO ORIENTE LTDA	4093	0,01	6917
FAGASE S.A.	4013	0,01	1616
GERMAN RICARDO GIRON ERAZO	3951	0,01	2518
DIETA PROTEICA S.A.	3673	0,01	215
VITELIO A. GERONIMO ESCOBAL CO	3084	0,01	20115
LEVADURAS COLLICO S.A	2809	0,01	1394
COMERCIALIZADORA YOGURTERIA SA	2037	0,00	912
SUPERMERCADOS ASSI MARKET LTDA	1971	0,00	2594
JHV UNIVERSAL LTDA	1466	0,00	445
IMPORT. SHIRA KIKU CHILE LTDA.	1385	0,00	749
SEUL TRADING CHILE SAC	1176	0,00	331
YOUNG HEE KIM	1092	0,00	364

FENG Y LIU Y CIA LTDA.	1059	0,00	1307
COM. IMP. EXP. STA.ELENA LTDA.	1003	0,00	76
CAF.Y REST.ERIKA BISHARA EIRL	770	0,00	156
TELEPIZZA CHILE S.A.	637	0,00	100
COM.GENERAL BIOTEC CHILE LTDA.	633	0,00	104
IMP.ALIM.GRUPO GV LTDA	604	0,00	2509
MAURICIO KISHINEVSKY R. S.A.	558	0,00	52
EURO CORP S.A.	414	0,00	56
WEIDENHAMMER CHILE LIMITADA	314	0,00	21
TETRA PAK DE CHILE COMERCIAL L	133	0,00	5
VAICO SPA	119	0,00	3
TRESMONTES LUCCHETTI S.A.	106	0,00	1
FRUSELVA AMERICA	97	0,00	3
AGROVIVO S.A.	39	0,00	1

Fuente: Penta Transaction.

[Posibles y potenciales importadores de alfajores:](#)

IMP. Y COM. MACRODELI LTDA.



Importó en 2020 u\$17.607 – 10.236

<http://www.macrodeli.cl/>

COMON S.A.

Importador de alimentos.

Calle Antillanca 440

Santiago - Chile

Tel: 22 599 4444

COMERCIALIZADORA BOGA S.A



Importador y distribuidor de alimentos.

+52 645 109 0189

distribuidoraboga@gmail.com

<https://www.facebook.com/Distribuidora-Boga-2062836383952595/>

IMPORTADORA NUEVO ORIENTE LTDA



Importador y distribuidor de productos varios.

WhatsApp: 973986736 / 984444411

impornuevaorientegmail.com

<https://www.facebook.com/Importadora-Nueva-Oriente-Limitada-101823681510553/>

GERMAN RICARDO GIRON ERAZO

Importador de alimentos.

<https://www.facebook.com/ricardo.gironerazo>

LEVADURAS COLLICO S.A

Importador de alimentos con levadura.

collicolevaduras@gmail.com

<https://www.collico.cl/>

SUPERMERCADOS ASSI MARKET LTDA

Supermercado con sucursales en diferentes países.

importacionesgemma@gmail.com

https://m.facebook.com/ASSIMARKETPE/about/?ref=page_internal&mt_nav=0

JHV UNIVERSAL LTDA



Importador y distribuidor de alimentos.

<http://jhvuniversal.com/>

CAF.Y REST.ERIKI BISHARA EIRL

Productor e importador de alimentos.

(+56) 9 9230 5440

COM.GENERAL BIOTEC CHILE LTDA.

generalbiotec

Venden pastas, galletas, postres y salados.

contacto@generalbiotec.cl

(+562) 29851627 (+562) 29851554

<http://generalbiotec.cl/Home/alimentos-entretenidos/>

WEIDENHAMMER CHILE LIMITADA

Mayorista.

+56223536000

TRESMONTES LUCCHETTI S.A.



Distribuidores de productos de consumo masivo.

harellano@ctmsa.cl / lvillagran@tmluc.com

<https://www.tmluc.cl/>

UNIMARC



Empresa supermercadista.

mftobar@unimarc.cl / mjduran@unimarc.cl

www.unimarc.cl

ELBELMAN CORP. S.A.

Elbelman
Corp. S.A.

Importador y distribuidor mayorista de una extensa línea de productos alimenticios, especialmente en las áreas de delicatessen, cocktail y confitería.

marketing@elbelman.cl

+56993369340

<https://elbelman.cl/>

Importadora Dulce Locura



Importador de marcas y productos de calidad internacional.

akrichmar@dulcelocura.cl

<https://dulcelocura.cl/>

Importadora Trasandina S.A. / Nevares Chile

Empresa argentina de alimentos con sede en Chile.

transandina@tie.cl

(56-2) 25533719

<https://nevares.companiaamericana.com.ar/>

Pibamour Sociedad Comercial Y De Representaciones Ltda.

Importador y distribuidor de chicles, caramelos, chocolates, galletas, entre otros.

cristian.pastene@pibamour.cl / contacto@pibamour.cl

+56 2 2483 4400

www.pibamour.cl

Procesadora de Alimentos Ltda. Prosud



Importación, almacenamiento y distribución de productos de consumo masivo.

contacto@prosud.cl / pruiiz-tagle@prodeasa.cl

(56-2) 2913 5000

www.prosud.cl

SUPERMERCADOS SAN FRANCISCO S.A. – TOTTUS



lamorales@falabella.cl

www.tottus.cl

Velarde Hnos. S.A.



Importadora y distribuidora de alto prestigio nacional e internacional.

velarde@entel.cl / gerenciav@velarde.cl

(56 2) 7146 700

www.velarde.cl

Caso y Cia

CASO & CIA.
DESDE 1881

Importador y distribuidor de productos de consumo masivo.

contacto@casoycia.cl

www.casoycia.cl

COMERCIAL LA MONTAÑA LTDA.

Importadores de alimentos.

lamontana@vtr.net / lamontana@chile.com

+56222235896

Coppelia

coppelia

Salón de té que importa productos de distintos países. Hoy Coppelia cuenta con diez locales en Santiago y una fábrica ubicada en Quilicura.

mfernandez@coppelia.cl

www.coppelia.cl

ELBELMAN CORP. S.A.



Importador y distribuidor mayorista de una extensa línea de productos alimenticios, especialmente en las áreas de delicatessen, cocktail y confitería.

marketing@elbelman.cl

www.elbelman.cl

[Empresas Carozzi](#)



Importador y distribuidor de productos de consumo masivo.

marketing@carozzi.cl / alexmoya@carozzi.cl / contacto@carozzi.cl

www.carozzi.cl

[INDUSTRIA DE ALIMENTOS DOS EN UNO S.A.](#)

Dos en uno, empresa chilena parte de Grupo Arcor.

jlecumbe@dosenuno.cl

www.dosenuno.cl

[KEYSTONE DISTRIBUTION DE CHILE SA](#)

Venta de alimentos.

(56 2) 3922610 / +5627386078 / +56(2) 2392 2600

rgaldame@netup.cl

[MULTIALIANZA DE SUPERMERCADOS SA \(M.A.S\)](#)

www.mas.cl

rgonzalez@mas.cl

SUPERMERCADOS MONTSERRAT SAC



jmpalacios@montserrat.cl / juand1mixtape1@gmail.com

www.montserrat.cl

<https://www.facebook.com/Supermercados-Montserrat-122913157771936/>

Tavelli



Cafetería con 13 sucursales en Chile.

jnazal@tavelli.cl / contacto@tavelli.cl

www.tavelli.cl

Mayorista 10



contacto.mayoristas@mayoristas10.cl

www.mayorista10.cl

Alvi Club Mayorista



ventasempresas@alvi.cl

<https://www.alvi.cl/>

6. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

En Chile, la apertura y la desregulación económica, así como la expansión del ingreso disponible, crearon las condiciones para la modernización del comercio detallista.

Supermercados

La industria de supermercados en Chile representa alrededor del 4% del PIB (INE), y emplea a más de 150 mil personas en más de mil 400 salas a lo largo del país. Los supermercados se han expandido en los últimos años, aunque a partir de 2018 han afrontado desafíos fruto del fuerte auge del comercio electrónico.

Cuentan con un total de 2.595.700 metros cuadrados, y registran una participación femenina en la fuerza laboral de 61%, así como un 3% de extranjeros.

Principales actores del rubro supermercadista:

- Walmart Chile, propietaria de las cadenas Líder, Ekono y ACuenta, entre otras
- Cencosud (matriz de las cadenas de supermercados Jumbo y Santa Isabel)
- SMU (Unimarc, entre otras cadenas)
- Falabella (Tottus)

Cadenas de supermercados de menor tamaño

- Deca en el norte del país (que se fusionó con SMU), Bric en la zona centro sur (adquirida por el grupo Saieh) y Keymarket y Full Fresh (compradas por Southern Cross y que luego pasaron a manos de SMU).

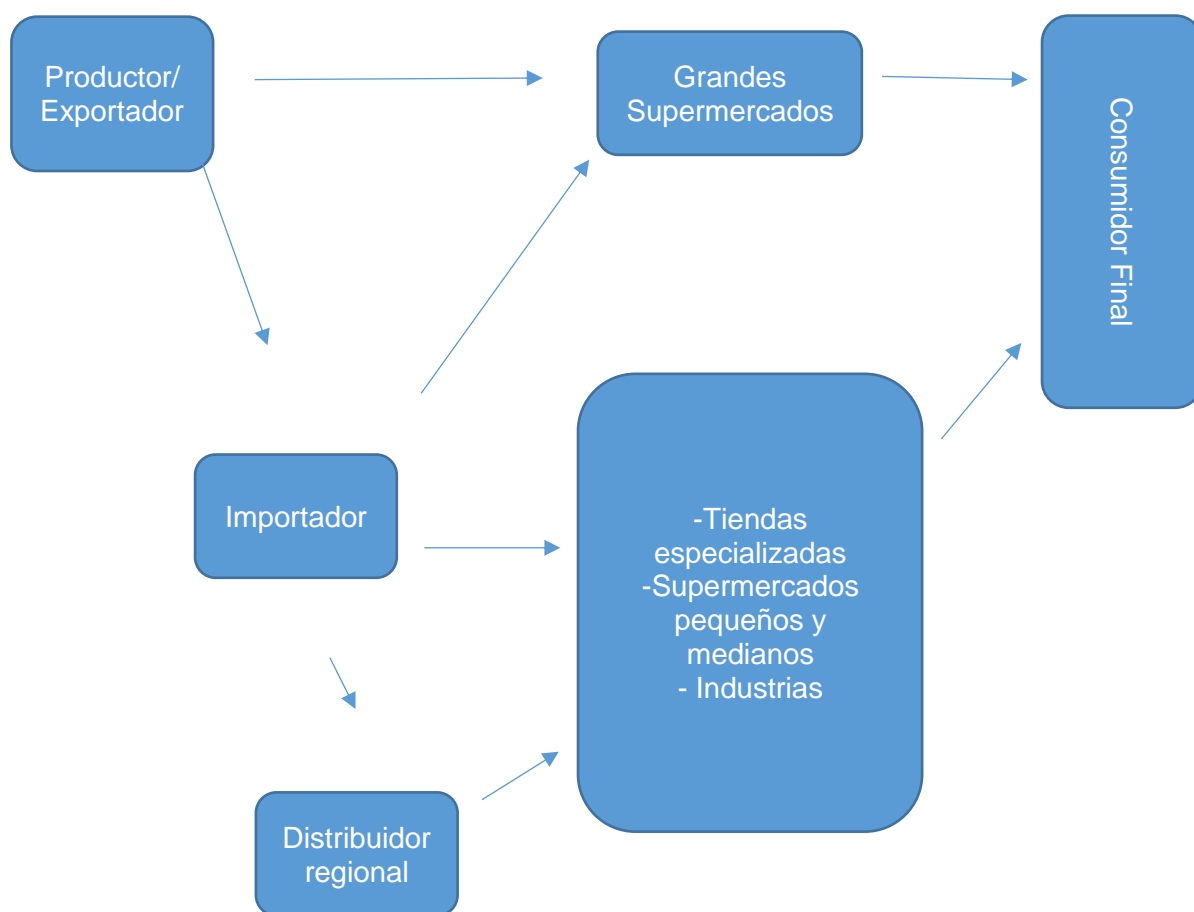
En el caso de los grandes supermercados, los mismos importan el producto a granel, lo fraccionan y envasan para poder comercializarlo por menor.

El resto de los canales de distribución se lo reparten los mayoristas, locales de barrio y las ferias libres. En general, estas empresas son importadores directos para una gran cantidad de productos, pero, en la mayoría de los casos, prefieren proveerse directamente de un distribuidor mayorista. Entre éstos, se destacan las empresas importadoras y distribuidoras de productos alimenticios.

Las tiendas de especialidad son aquellas superficies grandes o medianas, enfocadas a algún rubro en particular como alimentos.

Finalmente está el pequeño comercio que corresponde a las tiendas de pequeña superficie, especializadas, que se ubican en las arterias de circulación urbana, centros de comercio comunal o en los centros comerciales o “malls”.

Estructura general de los canales de distribución en Chile



7. ESTRATEGIA DE PRECIO

7.1 PRECIOS DE REFERENCIA DEL MERCADO.

Precios de importación por kg:

Importador	U\$S FOB	% Incidencia	Kgs. Brutos	U\$/Kg
IDEAL S.A.	4323033	10,09	2131279	2,0284
CRANDON S.A.	3916225	9,14	2023575	1,9353
WALMART CHILE SA	3174900	7,41	1326243	2,3939

CENCOSUD RETAIL S.A.	2672864	6,24	847935	3,1522
PIBAMOUR LTDA.	2420973	5,65	1053601	2,2978
HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	1850709	4,32	773722	2,392
IMPORTADORA CAFE DO BRASIL SA	1736334	4,05	591480	2,9356
IMP.Y ALIM. ICB FOOD SERVICE L	1274762	2,98	436502	2,9204
IMP. Y COM. MACRODELI LTDA.	1092761	2,55	358919	3,0446
RENDIC HNOS. S.A.	1055758	2,47	456332	2,3136
PJ CHILE SPA	1033797	2,41	457910	2,2576
NESTLE CHILE S.A.	886254	2,07	323790	2,7371
PROMERCO S.A.	737303	1,72	244212	3,0191
BREDENMASTER CHILE S.A.	546169	1,28	146076	3,7389
SADIA CHILE S.A.	525979	1,23	255460	2,0589
ELBELMAN CORP S.A.	470669	1,10	133177	3,5342
AGROSUPER COM. DE ALIMENTOS LT	388560	0,91	106561	3,6464
ASUR S.A.	343654	0,80	79106	4,3442
COMERCIALIZADORA NOVAVERDE S.A	341624	0,80	70513	4,8448
EMPRESAS CAROZZI S.A.	320336	0,75	228976	1,399
COMON S.A.	294518	0,69	148181	1,9876
SOC. COMERCIALIZADORA MACAN LT	291099	0,68	204974	1,4202
TECNOLOGIA Y ALIMENTOS LTDA.	274267	0,64	180330	1,5209
DIST.DE ALIM.GLOBE ITALIA LTDA	272724	0,64	59514	4,5825
AGROSUPER S.A.	262738	0,61	73224	3,5881
ALIMENTOS BOBA LIMITADA	251070	0,59	156977	1,5994
COMERCIALIZADORA MAQUIPAN CHIL	232667	0,54	149224	1,5592
IMPORT Y COM RESTOMARKET LTDA	220833	0,52	175668	1,2571
PROSUD S.A.	183884	0,43	21906	8,3942
SUPERMERCADOS CENTRAL LTDA.	172156	0,40	50710	3,3949
BAGLEY CHILE S.A.	169260	0,40	123204	1,3738
COMERCIAL CERRILLOS S.A.	151601	0,35	71556	2,1186

TRAITEUR DE PARIS COMER.LTDA	146818	0,34	34118	4,3032
MONDELEZ CHILE S.A.	141109	0,33	44187	3,1935
NUTRICION Y ALIMENTOS S.A.	130696	0,31	27490	4,7543
MONTANA S.A.	122842	0,29	145799	0,8425
ALIMENTOS Y FRUTOS S.A.	122124	0,29	32267	3,7848
KENTUCKY FOODS CHILE LTDA	103753	0,24	33171	3,1278
MASIVOS S.A.	91064	0,21	46060	1,9771
CONGELADOS PACIFICO S.A.	88434	0,21	63599	1,3905
QUIMATIC SA	83492	0,19	123015	0,6787
ALFA CHILENA S.A.	79085	0,18	100972	0,7832
LABORATORIO MAVER S.A	71280	0,17	3866	18,438
ADMINISTRADORA DE RESTAURANTES	70272	0,16	40973	1,7151
SALAMANCA FOODS S.A.	69084	0,16	16580	4,1667
TILTAN IMP.EXP.Y COMERCIAL S.A	53682	0,13	7520	7,1386
COMERCIALIZ.GOLDEN VENDING L	51426	0,12	26250	1,9591
DELIMASTER EXPORT LTDA.	50951	0,12	34589	1,473
GOOD FOOD S.A.	50670	0,12	33850	1,4969
COMERCIAL UFA LIMITADA	50523	0,12	3933	12,846
FERNANDO ARENILLAS COTRONEO	49531	0,12	11745	4,2172
AXIS LOGISTICA DE CHILE S.A.	44995	0,11	23824	1,8886
DIMERCO COMERCIAL LIMITADA	42820	0,10	49248	0,8695
IMP.Y DIS.DE ALIM.GRAN GOURMET	40594	0,09	7923	5,1236
TAMY SPA	38244	0,09	26274	1,4556
ORIZON S.A.	35694	0,08	8817	4,0483
FBS FOOD&BEVERAGE SUPPLY SPA	32796	0,08	10136	3,2356
IMP.Y COM.SABOR PERUANO LTDA	30858	0,07	9254	3,3346
SOC. DE ALIMENTOS LEEFOOD LTDA	28721	0,07	18426	1,5587

PURATOS DE CHILE S.A.	25010	0,06	5758	4,3435
SERVICIOS GYE LTDA.	20500	0,05	5233	3,9174
ALTAS CUMBRES S.A.	19901	0,05	5785	3,4401
FAST FOOD CHILE SA	18211	0,04	5696	3,1972
MI SUK JANG	16111	0,04	6337	2,5424
QIFOOD SPA	15184	0,04	2523	6,0182
IMP Y EXP CHENG FENG Y CIA LTD	14278	0,03	4295	3,3243
INNOVA LTDA	14234	0,03	6160	2,3107
COMERCIAL SEA GARDEN SPA	14176	0,03	5182	2,7356
COMERCIO INT.TAGLER S.A.	10033	0,02	7879	1,2734
COMERCIALIZ.ONE NUTRITION SPA.	7705	0,02	698	11,039
GERONIMO HERMANOS LIMITADA	7504	0,02	32201	0,233
IMPORTADORA TABOM LTDA	7261	0,02	2579	2,8154
COMERCIAL F.H.ENGEL S.A.	7205	0,02	3330	2,1637
COMERCIAL YOLANDA L(VERSLUYS)	7009	0,02	463	15,138
DRAGER SIMSA S.A	6695	0,02	2185	3,0641
BARRY CALLEBAUT CHILE SPA	6690	0,02	1608	4,1604
COMERCIAL SANTA BARBARA LTDA	6360	0,01	1306	4,8698
COMERCIALIZADORA M Y A LTDA.	6082	0,01	5466	1,1127
GRANAROLO CHILE SPA	6071	0,01	1203	5,0466
TRAVERSO S.A.	5373	0,01	2299	2,3371
PHB CONSULTORES LTDA	5267	0,01	295	17,854
CHINESE MARK ALIMENTOS LTDA.	4539	0,01	2755	1,6475
COMERCIALIZADORA BOGA S.A	4313	0,01	355	12,149
IMPORTADORA NUEVO ORIENTE LTDA	4093	0,01	6917	0,5917
FAGASE S.A.	4013	0,01	1616	2,4833
GERMAN RICARDO GIRON ERAZO	3951	0,01	2518	1,5691
DIETA PROTEICA S.A.	3673	0,01	215	17,084
VITELIO A. GERONIMO ESCOBAL CO	3084	0,01	20115	0,1533

LEVADURAS COLLICO S.A	2809	0,01	1394	2,0151
COMERCIALIZADORA YOGURTERIA SA	2037	0,00	912	2,2336
SUPERMERCADOS ASSI MARKET LTDA	1971	0,00	2594	0,7598
JHV UNIVERSAL LTDA	1466	0,00	445	3,2944
IMPORT. SHIRA KIKU CHILE LTDA.	1385	0,00	749	1,8491
SEUL TRADING CHILE SAC	1176	0,00	331	3,5529
YOUNG HEE KIM	1092	0,00	364	3
FENG Y LIU Y CIA LTDA.	1059	0,00	1307	0,8103
COM. IMP. EXP. STA.ELENA LTDA.	1003	0,00	76	13,197
CAF.Y REST.ERIKA BISHARA EIRL	770	0,00	156	4,9359
TELEPIZZA CHILE S.A.	637	0,00	100	6,37
COM.GENERAL BIOTEC CHILE LTDA.	633	0,00	104	6,0865
IMP.ALIM.GRUPO GV LTDA	604	0,00	2509	0,2407
MAURICIO KISHINEVSKY R. S.A.	558	0,00	52	10,731
EURO CORP S.A.	414	0,00	56	7,3929
WEIDENHAMMER CHILE LIMITADA	314	0,00	21	14,952
TETRA PAK DE CHILE COMERCIAL L	133	0,00	5	26,6
VAICO SPA	119	0,00	3	39,667
FRUSELVA AMERICA	97	0,00	3	32,333
AGROVIVO S.A.	39	0,00	1	39

El precio de importación por kilo de los productos de la PA 1905900 varía desde 0,15 a 39,66 U\$S/kg.

[Precio de exportación argentina a Chile por kg:](#)

Los exportadores argentinos que participan en el mercado chileno, son Autoservicio Mayorista Diarco SA, Entre dos SRL, Del Turista SA y Ultracongelados Rosario SA.

Los precios a los que venden dichos productos son:

ENTRE DOS S.R.L



Alfajores desarrollados en la ciudad de Mendoza.

Exportaron en 2020 u\$4071 – 606 kgs.

<https://www.entredosalfajorespremium.online/>

DEL TURISTA SOCIEDAD ANONIMA COMERCIAL E INDUSTRIAL



Cuentan con 16 puntos de venta entre Argentina y Chile.

Exportaron en 2020 u\$598 – 50 kgs.

<http://www.delturistachocolates.com/>

ULTRA CONGELADOS ROSARIO S.A.

Ultracongelados Rosario S.A. produce desde Argentina panificados congelados, entre los que se encuentran alfajores de chocolate.

Exportó en 2020 u\$532 – 71 kgs.

<https://www.ultracongelados.com.ar/>

[Precios del mercado](#)

PRODUCTO	TAMAÑO	PRECIO
Lagos del Sur	Alfajor 35 gr, 45 gr,	Caja 4 unidades de 45 gramos u\$2

	50 gr.	
Calaf	Alfajor 35 gr.	Bolsa 4 unidades de 35 gramos u\$1,7
Alfi	Alfajor 30gr	Caja 4 unidades de 30 gramos u\$1,3
Pulmahue	Alfajor 100gr	Caja 2 unidades 100 gramos u\$1,7
Chocman - Costa	Alfajor 21gr	Bolsa 8 unidades 21 gramos u\$1,9
Nutra Bien	Alfajor 42 gr	3 unidades de 42 gramos u\$1,4

8. FORMAS DE PROMOCIÓN EN EL MERCADO

Las actividades para contactar y realizar las tareas de promoción y desarrollo comercial con las empresas objetivo son los siguientes:

8.1 CONTACTO VIA MAIL / VIDEOLLAMADA

Se tomará la base de las empresas seleccionadas como potenciales clientes. Se buscará el mail de contacto específico, (Gerente de compras, de importaciones y/o Gerente General) ya sea solicitándolo al mail general o llamando directamente. A este contacto se le enviará un correo de introducción, con un brochure PDF conteniendo los datos de la empresa y los productos.

8.2 VISITA AL MERCADO

Se realizará una visita al mercado en cuestión. La intención es realizar un viaje de 5 días, con una agenda coordinada previamente que permite una estadía eficiente, incluyendo la mayor cantidad de visitas a las potenciales empresas interesadas, buscando que estas reuniones sean en las instalaciones de la empresa.

Conocer las instalaciones del distribuidor (oficinas, depósitos, cantidad de empleados, estructura, conocer su stock y los productos que maneja, su flota de distribución, etc.) brinda una información valiosísima. Además de esto, compartir tiempo de trabajo, reuniones y actividades sociales, permite ir generando una relación personal que es un activo intangible muy valioso en cualquier tipo de negocio.

Preparar un viaje comercial con la antelación necesaria es imprescindible para poder llevarla a cabo. No debe dejarse nada a la improvisación y se recomienda ser previsor en todo lo relacionado con:

- ✓ Agenda: Asegurarse de que los días planeados para realizar las visitas no son días festivos en el lugar de destino y concierte formalmente las citas con sus clientes. Tratar de optimizar al máximo el tiempo y cumplir con el planning.
- ✓ Alojamiento: Seleccionar el modo de alojamiento más apropiado para el fin comercial teniendo en cuenta distancia a los lugares a visitar, número de personas que viajarán y precios.
- ✓ Transporte en destino.
- ✓ Dinero en la moneda local y tarjetas de crédito.
- ✓ Seguro de viaje.

PRESUPUESTO DE VIAJE COMERCIAL

Tucumán – Chile

Concepto	Detalle	US\$
Auto a Chile	Tucumán – Santiago de Chile	150
Alojamiento	US\$100 por noche aproximado (3/4 noches)	400
Gastos Diarios	Comida y movilidad. US\$100 por día	500
TOTAL		1050

Fuente: Elaboración propia.

8.3 PARTICIPACIÓN FERIA INTERNACIONAL

La participación en una feria internacional es una valiosísima actividad para llevar adelante. En el mismo evento se agrupan a los referentes del sector y permite contactarse con potenciales distribuidores, conocer a los referentes del sector,

los nuevos lanzamientos que se realizan, ver servicios de proveedores disponibles, etc.

Espacio Food & Service



Espacio Food & Service es la feria más grande de Chile. Está categorizada como una feria internacional, que recibe en cada edición a más de 22 mil personas, quienes se reúnen para observar las últimas novedades y tendencias en productos, servicios y tecnologías. Además, los participantes pueden conocer en qué está el mercado, los nuevos requerimientos de la autoridad y finalmente las tendencias del sector.

www.espaciofoodservice.cl

(+56 2) 2470 4460 • (+56 2) 2470 4422

INOFOOD



Es un encuentro latinoamericano que une al Sector Alimentario con más de 7.000 visitas.

Un área de feria virtual para descubrir lo mejor de las tecnologías y productos para la industria de los alimentos. Interactúan más de 60 empresas, organizaciones, centros, y otros.

inscripciones2@infofood.cl

expo@infofood.cl

Fancy Food Expo

Fancy Food Expo es la Feria Internacional de Delicatessen, Bebidas y Alimentos Finos organizada cada dos años en **Santiago de Chile**. La exposición apunta al mercado hotelero y gastronómico.

www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show

Feria Chile a la Carta

Es el primer encuentro organizado por la Asociación Chilena de Gastronomía donde se presentarán más de 200 expositores provenientes de todo el país, desde pequeños productores y agricultores, grandes marcas, chefs y restaurantes. El objetivo es acercar a los chilenos a la gastronomía nacional integrando a todos sus miembros desde los más pequeños hasta los más importantes.

www.platosycopas.cl/reportajes/feria-chile-a-la-carta/

Internacionales:

-Expocomer – Panamá

La Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá (CCIAP) organiza EXPOCOMER, en la que se cuenta con las siguientes categorías de productos: Alimentos, Bebidas y Productos Agropecuarios; Textiles, Ropa y Accesorios; Tecnología y Electrónicos.

www.expocomer.com

-Expoalimentaria – Perú

Expoalimentaria Virtual es la plataforma comercial de alimentos y bebidas en Latinoamérica, siendo un punto de encuentro para los operadores claves de la distribución, retail, horeca y canal especializado en el mercado nacional e internacional.

www.join.expoalimentariaperu.com

-Anufood –Brasil

ANUFOOD Brazil es la exclusiva feria de alimentos y bebidas que se centra en la nueva generación de negocios para empresas de todos los tamaños.

Además de centenas de marcas nacionales e internacionales, es un canal para estimular el conocimiento de las tendencias mundiales y los lanzamientos del sector a los profesionales y empresarios del comercio minorista y de la alimentación fuera del hogar.

www.anufoodbrazil.com.br/es

-Expo ANTAD - México.

Expositores con categoría de alimentos, bebidas, farmacias, mercancías generales, compradores de supermercados, tiendas departamentales y especializadas, hoteles, food service, importadores, entre otros.

www.expoantad.com.mx

-Gulfood

Punto de encuentro por excelencia de la industria alimentaria mundial, Gulfood es un animado y concurrido evento que acoge a más de 100 000 visitantes de 200 países cada año.

www.gulfood.com/es

-Prodexpo

Es una de las más importantes del rubro agroalimentario de Europa del Este, que promociona alimentos de alta calidad para el mercado ruso. Se exhiben aceites, bebidas, café, snacks, frutas, hortalizas, granos, carnes, lácteos, productos orgánicos, aderezos, semillas, cereales, pescados, envases, embalajes, maquinaria y equipos para la industria.

Lugar: Moscú, Rusia.

www.prod-expo.ru

-Foodex-Japón

Es una feria de alimentos y bebidas con gran prestigio, ideal para la inserción en Asia. En este evento, que se hace desde 1976, las empresas podrán exhibir productos agrícolas, cereales y panificados, así como lácteos, delicatessen, frutas y verduras, hierbas, condimentos, ingredientes, aceites, productos orgánicos y de mar, sopas, bebidas alcohólicas, café, jugos, logística y servicios de entrega, entre otros.

Lugar: Tokio, Japón

www.jma.or.jp/foodex/en/

9. CONCLUSIONES

Chile se presenta como un desafío especial, donde hay muchos aspectos nuevos que deben ser contemplados. Aquí la preparación de un equipo de trabajo que lleve adelante este proceso de internacionalización será uno de los factores claves.

Chile es un país con formas de consumo y gustos muy similares a los argentinos, por lo que los alfajores se podrían comercializar sin problemas. Es uno de los principales socios comerciales de Argentina, con un flujo comercial existente de estos productos.

Actualmente, Argentina compite con otros países en el mercado, pero la cercanía geográfica con el mercado en cuestión puede representar un diferencial importante.

La corta distancia brinda la posibilidad también para que cualquier empresa pueda realizar visitas al mercado regularmente. En dichos viajes se puede a visitar potenciales distribuidores, relevar el mercado sobre la competencia, precios, calidad, servicios adicionales, participar en ferias, etc. Esto brindará un importante conocimiento del mercado y una dinámica de comprensión de un mercado externo que será muy positivo para la empresa.

Chile es un buen punto de partida para la experiencia exportadora.