



**Consultoría:
«Potencial de producción y exportación del sector
agroindustrial hortofrutícola»**

Informe final

Diciembre de 2010

**Oficina de Estudios y Políticas Agrarias
www.odepa.gob.cl**



Estudio encargado por la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (Odepa)
del Ministerio de Agricultura

2011

Director y Representante Legal

Gustavo Rojas Le-Bert

Informaciones:

Centro de Información Silvoagropecuaria, CIS
Valentín Letelier 1339 - Código Postal 6501970
Teléfono (56-2) 397 3000 - Fax (56-2) 397 3044
www.odepa.gob.cl

El presente estudio se puede reproducir total o parcialmente, citando la fuente.

Esta investigación fue encargada por la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias -Odepa- por lo cual los comentarios y conclusiones emitidas en este documento no representan necesariamente la opinión de la institución contratante.

INNOVACIÓN PARA EL DESARROLLO AGRARIO CONSULTORA LTDA.
IDEACONSULTORA

“POTENCIAL DE PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL HORTOFRUTÍCOLA”

INFORME FINAL

ESTUDIO CONTRATADO POR LA
OFICINA DE ESTUDIOS Y POLITICAS AGRARIAS (ODEPA)

Los comentarios que se hacen en este documento no representan necesariamente la
opinión de ODEPA

Santiago, 30 de diciembre de 2010

Este documento contiene el informe final del proyecto “Potencial de Producción y Exportación del Sector Agroindustrial Hortofrutícola”, que Ideaconsultora Ltda. desarrolló para la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA).

Santiago de Chile
Diciembre de 2010.

RESUMEN EJECUTIVO

Diagnóstico del sector agroindustrial hortofrutícola

- El sector agroindustrial hortofrutícola presenta un comercio internacional activo, con exportaciones mundiales que muestran tasas de aumento crecientes a través del tiempo.
- De acuerdo con información de COMTRADE (2008), entre 1996 y 2006 las exportaciones mundiales de alimentos crecieron a un promedio de 6,6% anual, al pasar de US\$ 371,1 mil millones (1996), a US\$ 408,1 mil millones (2002) y US\$ 703,8 mil millones (2006).
- El valor de las exportaciones mundiales de procesados hortofrutícolas (conservas, congelados, deshidratados, jugos y aceites) ha aumentado en los últimos años desde US\$ 42.314,2 millones en 2001 hasta US\$ 109.589,2 millones en 2009, con un crecimiento acumulado de 159% a lo largo del período y una tasa promedio anual de 13,3%.
- El volumen exportado ha aumentado en una proporción menor, desde 81.581.047 toneladas en 2001 hasta 103.846.215 toneladas en 2009, es decir, muestra un aumento acumulado de 27,3% y un promedio anual de 6,06%. Esta evolución es resultado del aumento del volumen exportado de conservas, congelados, deshidratados y aceites, que va desde 38,0% (congelados) hasta 91,5% (aceites), en tanto que el volumen exportado de jugos disminuyó casi un 60%, lo que da cuenta de las distintas dinámicas de cada grupo de productos.
- Las importaciones de productos hortofrutícolas procesados, según cifras de 2009, registran un valor de US\$ 111.834,4 millones y un volumen de 97.681.995 toneladas. El valor importado muestra así un aumento acumulado de 152% en relación a 2001, muy similar al incremento del valor exportado, que fue de 159% como se indicó.
- Entre las características que se observan hoy en el consumo de alimentos destacan la orientación de los consumidores hacia alimentos saludables y convenientes, sin dejar de lado su atractivo (sabor y aroma, entre otros), una alta demanda de los mercados exigentes por los alimentos de origen mediterráneo, por sus características organolépticas y de salud, donde Chile presenta condiciones de clima adecuado, y una clara tendencia al aumento de la demanda de estos productos
- Las exportaciones de Chile representan el 0,64% del volumen mundial y el 1,16% del valor exportado en el mundo. Chile, como se sabe, es un exportador neto de los distintos grupos de procesados hortofrutícolas. Esta condición es menos clara en el comercio de aceites, ya que el volumen que Chile importa es cercano al que exporta, pero en términos del valor, el carácter de exportador del país se hace más evidente. En los otros grupos de productos, el balance más positivo entre exportaciones e importaciones se registra en el caso de los congelados, en términos de valor.
- Las exportaciones chilenas de **conservas** alcanzaron en 2009 las 281.473 toneladas, correspondientes a 335.379 miles de US\$ FOB. El volumen exportado de conservas hortofrutícolas muestra entre 1989 y 2009 una tasa de crecimiento anual promedio de 7,8%; y el valor exportado, una tasa de crecimiento anual promedio de 10,2%.
- Las exportaciones de **conservas de frutas** las conforman un conjunto de productos, destacándose las conservas de durazno (30,9% del volumen y 33,8% del valor de las conservas de frutas), cocktail, cerezas, uva, pera, damasco, frutilla, pulpas, jaleas y

mermeladas de damasco y durazno. Las exportaciones de **conservas de hortalizas** incluyen distintos productos, destacándose la pasta de tomates (70,2% del volumen y 62,5% del valor estas exportaciones), espárragos, champiñón, tomate y maíz.

- Las exportaciones chilenas de **productos hortofrutícolas congelados** alcanzaron en 2009 las 111.428 toneladas, correspondientes a 274.483 miles de US\$ FOB. El volumen exportado muestra entre 1989 y 2009 una tasa de crecimiento anual promedio de 13,3%; y el valor exportado, una tasa de crecimiento anual promedio de 18,2%. La dinámica más alta la ha mostrado el sector de frutas congeladas, con un crecimiento anual promedio de sus exportaciones de 13,8% en volumen y 17,6% en valor.
- Las exportaciones de **congelados hortícolas** las conforman un conjunto de productos entre los cuales destacan espárragos, hongos, maíz, mezclas de hortalizas y arvejas; un segundo grupo está conformado por pimentón, habas y papas; y un tercer grupo, por brócoli, poroto granado, poroto verde y coliflor. Las exportaciones de **congelados frutícolas** incluyen un conjunto de productos entre los cuales destacan frambuesas, frutilla y mora; en segundo lugar, arándanos, kiwi, uva, durazno, boysenberry, cereza, damasco, melón, manzana y castaña. Destaca en particular el aporte de las frambuesas congeladas, por su evolución a lo largo de los años (1989-2009) y por su importancia absoluta desde el punto de vista del volumen y del valor de exportación alcanzado.
- Las exportaciones chilenas de **productos hortofrutícolas deshidratados** alcanzaron en 2009 las 160.753 toneladas, correspondientes a 452.488 miles de US\$ FOB. El volumen de exportación muestra entre 1989 y 2009 una tasa de crecimiento anual promedio de 7,7%; y el valor exportado, una tasa de crecimiento anual promedio de 10,6%.
- Las exportaciones de **deshidratados frutícolas** las integran un conjunto de productos, destacándose las pasas, ciruelas, manzanas, duraznos, peras, damascos y nueces
- Las exportaciones de **jugos de frutas y hortalizas** alcanzaron en 2009 las 96.053 toneladas, correspondientes 181.945 miles de US\$ FOB. El volumen exportado muestra entre 1989 y 2009 una tasa de crecimiento anual promedio de 12,0% y el valor de dichas exportaciones, una tasa de crecimiento anual promedio de 19,6%. La dinámica más alta la ha mostrado el sector de jugos de hortalizas, con un crecimiento anual promedio de 65,3% en el volumen exportado y 58,7% en el valor de las exportaciones.
- Las exportaciones de **jugos de fruta** las integran principalmente jugo de manzana, uva, ciruela y durazno; un segundo grupo lo conforman jugos de pera, frambuesa, frutilla, kiwi y mora. Las exportaciones de **jugos de hortalizas** han sido menos diversificadas y se han concentrado en jugo de pimentón.
- Las exportaciones chilenas de **aceites de frutas y hortalizas** alcanzaron en 2009 las 4.308 toneladas, correspondientes a 21.464 miles de US\$ FOB. El volumen exportado muestra entre 2001 y 2009 una tasa de crecimiento anual promedio de 33,5%; y el valor de dichas exportaciones, una tasa de crecimiento anual promedio de 31,8%.
- La oferta exportable actual de estos aceites de frutas y hortalizas está compuesta casi totalmente por productos provenientes de frutas, principalmente aceite de oliva, seguido por rosa mosqueta, pepita de uva y palta.

Productos no tradicionales y/o emergentes que presentan potencial de desarrollo para Chile

- Se presenta un extenso listado de productos no tradicionales y/o emergentes que fueron seleccionados en base a análisis cuantitativo y cualitativo.
- Los productos que surgieron del análisis cuantitativo se presentan con las cifras por las cuales fueron seleccionados, de acuerdo con los criterios definidos y concordados con la contraparte del estudio.
- Una parte importante de ellos, seleccionados en base al análisis cualitativo, se encuentran en una fase de inicio o desarrollo de proyectos de innovación, por lo que no se registran cifras de exportaciones. Cabe señalar que la mayoría de ellos son productos que presentan características de “specialities”, asociadas a funcionalidad alimentaria, su condición de orgánicos o, principalmente, de productos gourmet.

Nuevos procesos productivos y/o nuevas tecnologías usadas en el sector

- Se presentan aquellas tecnologías y procesos que están siendo utilizadas en el sector de la agroindustria a nivel de uso comercial como a nivel experimental. Estas se presentan asociadas a tres grandes objetivos (calidad, reducción de energía y residuos y generación de nuevos productos) y a las plataformas de biotecnología, TIC's, ERNC, servicios ambientales y automatización y control de procesos).

Productos exportados por los principales países agroindustriales y/o competidores de Chile y sus mercados

- En **productos hortofrutícolas congelados**, los principales exportadores son Bélgica, China y Polonia, cuyas ventas al exterior representaron el 18,8%, el 11,1% y el 8,8% del valor total exportado en 2009, respectivamente. También son relevantes los Países Bajos (5,8% del valor), España (5,7%), México (5,5%), Canadá, Francia y Estados Unidos (4,2% cada uno) y Serbia (3,8%). Chile es el undécimo exportador, con el 3,5% del valor exportado en el mundo en 2009.
- En **productos hortofrutícolas deshidratados**, los principales exportadores son Estados Unidos (24,3% del valor total exportado en 2009), China (14,2%), Turquía (11,3%), Alemania (4,4%), España (3,5%), Irán (3,4%), India (3,2%), Chile (2,8%), Países Bajos (2,4%) y Hong Kong (2,1%). Estas exportaciones incluyen un conjunto muy amplio y diverso de productos, de modo que los diferentes exportadores (incluyendo a Chile) son líderes en uno u otro grupo, de manera bastante excluyente.
 - Las exportaciones de frutas y otros frutos secos (excepto frutales de nuez) (0813) en 2009 sumaron 1.652.812 miles de dólares. Los principales exportadores son Turquía y Estados Unidos (17,8% y 16% del valor exportado respectivamente). También son relevantes Chile (8%), Francia (6,3%) y Tailandia (6,2%).
 - Las exportaciones de los demás frutos de cáscara frescos o secos (0802) sumaron en 2009 un valor de 8.380.962 miles de dólares. El principal exportador es Estados

- Unidos, con el 41,4% del valor exportado total. También son exportadores destacados Turquía (10%), Irán (5,5%), Hong Kong (4,2%) y España (4,0%).
- Las exportaciones de pasas sumaron en 2009 un valor de 1.276.953 miles de US\$. Los principales exportadores son Turquía (31,9% del valor exportado en 2009), Estados Unidos (22,8%), Chile (9,3%) y China (5,1%). Las exportaciones de Chile corresponden en un 83% del valor a pasas morenas y en un 17% a las demás.
 - Las exportaciones de pimientos secos, triturados o pulverizados (pimentón): (090420) sumaron en 2009 un valor de 916.942 miles de US\$. Los principales exportadores son India (27,3% del valor), China (23,2%), Perú (11,2%), España (10,2%) y Brasil (2,9%).
 - En **jugos de frutas y hortalizas**, los principales exportadores son Brasil, los Países Bajos, Bélgica, Estados Unidos, Alemania y China, que en conjunto representan el 54,8% del valor y el 57,3% del volumen total de estas exportaciones en 2009.
 - En **aceites de frutas**, los principales exportadores son Indonesia y Malasia, que concentran respectivamente el 36,2% y el 30,1% del valor exportado en 2009. Otros exportadores destacados son España (7,2% del valor exportado en 2009), Italia (4,9%) y los Países Bajos (4,5%).
 - En aceite de oliva y sus fracciones (código 1509), las exportaciones en 2009 sumaron 4.833.049 miles de US\$. Los principales exportadores son España e Italia, que concentraron el 44,4% y el 27,6% del valor exportado, respectivamente. Otros exportadores destacados son Túnez (8,2%), Grecia (8%) y Portugal (3,5%).
 - En aceites esenciales de cítricos, los principales exportadores son Argentina, Estados Unidos y Brasil.
 - En 'las demás grasas y aceites vegetales fijos' (1515), los principales exportadores son Estados Unidos, India, Bélgica, Francia e Italia. Este grupo de productos tiene interés para Chile por cuanto incluye los aceites de mosqueta y pepita de uva; sin embargo, la información disponible sobre comercio mundial no permite identificar estos aceites dentro de las partidas que identifican los códigos.

Países líderes en la actividad, desempeño exportador y modelos de desarrollo

España

- En 2009, España exportó procesados hortofrutícolas por un volumen de 3.484.030 toneladas (3,4% del total mundial) y un valor de 6.412.490 miles de US\$ (5,9% del total mundial). Es el tercer mayor exportador de aceites (en valor de exportación), el quinto de congelados y deshidratados y el séptimo de conservas y jugos. Su valor exportado del conjunto de procesados registra un promedio de crecimiento anual de 12% entre 2001 y 2009.
- En España, la agroindustria juega un rol fundamental en la agricultura y es un sector fuertemente dinamizador y generador de empleo y riqueza. En los últimos años, la industria alimentaria española ha realizado importantes esfuerzos para su desarrollo y crecimiento, lo que le ha permitido ocupar una posición líder en el contexto europeo. Sus esfuerzos se han orientado a favorecer un creciente proceso de apertura e

internacionalización, un fuerte proceso de modernización y una apuesta por la calidad, la seguridad alimentaria y el respeto por el medioambiente.

Bélgica

- Las exportaciones de procesados hortofrutícolas de Bélgica sumaron en 2009 un volumen de 4.285.966 toneladas (4,1% del total mundial) y un valor de 5.394.141 miles de US\$ (4,9% del total mundial). Es el primer exportador mundial de congelados hortofrutícolas (en valor de exportación), tercero en jugos, sexto en conservas y tiene una importancia menor en deshidratados (número 13) y aceites (número 30). Su valor exportado del conjunto de procesados registra un promedio de crecimiento anual de 12,8% entre 2001 y 2009.
- Pese a su reducida superficie y número de habitantes, es uno de los países más relevantes en el comercio mundial de productos agrícolas. La economía belga es muy abierta y debido a su ubicación, sus puertos marítimos, sus carreteras y su amplio tráfico aéreo, cumple un importante rol como centro logístico de Europa. Por su fuerte tradición gastronómica y diversidad cultural, frecuentemente las grandes empresas internacionales toman a Bélgica como un mercado de prueba para nuevos productos alimentarios. En el país, el 50% de la producción alimentaria se destina a la exportación y más del 50% de los productos alimentarios disponibles en el país son importados.

Perú

- En 2009, Perú exportó procesados hortofrutícolas por un volumen de 315.312 toneladas (el 0,3% del total mundial) y un valor de 613.486 miles de US\$ (casi 0,6% del total mundial). Alcanza su mayor importancia como exportador en conservas (ocupa el lugar número 19) y la menor en aceites (número 47). Su valor exportado del conjunto de procesados registra un promedio de crecimiento anual de 18,6% entre 2001 y 2009.
- El sector agroindustrial peruano ha experimentado un importante desarrollo en los últimos diez años y se vislumbran aún grandes espacios futuros de crecimiento. Destacan los espacios existentes para la profundización de las estrategias de desarrollo en torno a los siguientes ejes centrales: crecimiento de los volúmenes de producción (diversificación y ampliación de las actuales zonas de producción, generación de nuevos emprendimientos, entre otras formas); diversificación de productos y agregación de valor; crecimiento de sus volúmenes de exportación; ampliación de los países de destino de la producción; posicionamiento de los productos en nichos de mayor poder adquisitivo.

Australia

- En 2009, Australia exportó procesados hortofrutícolas por un volumen de 169.621 toneladas (0,16% del total mundial) y un valor de 408.810 miles de US\$ (0,37% del total mundial). Alcanza su mayor importancia como exportador en deshidratados (ocupa el lugar número 25) y la menor en congelados (número 50). Su valor exportado del conjunto de procesados registra un crecimiento anual promedio de 6,1% entre 2001 y 2009.

- La horticultura es una industria que hace una importante contribución al comercio y a la economía del país. La política de Australia en materia de horticultura tiene por objetivo apoyar y facilitar el crecimiento y desarrollo de una industria hortícola autosuficiente, competitiva e innovadora, en el marco de un mercado global en rápida evolución. Sus estrategias para lograrlo incluyen: el desarrollo de cadenas hortícolas de abastecimiento competitivas a nivel internacional, la eliminación de los obstáculos al acceso a los mercados de exportación y la facilitación de las exportaciones; el apoyo para la propiedad por parte de la industria de los servicios clave; la asistencia a proyectos de desarrollo de mercados y programas del mercado para aumentar el consumo de productos hortícolas; y el fomento a la innovación a lo largo de toda la cadena de valor.

Estados Unidos

- En 2009, Estados Unidos exportó procesados hortofrutícolas por un volumen de 4.934.858 toneladas (4,8% del total mundial) y un valor de 8.743.603 miles de US\$ (8% del total mundial). Es el primer exportador mundial de deshidratados (en valor de las exportaciones), tercero en conservas, cuarto en jugos y noveno en congelados y aceites. Su valor exportado del conjunto de procesados registra un crecimiento anual promedio de 9,1% entre 2001 y 2009.
- El país cuenta con un sólido sistema de apoyo a la competitividad de la agricultura. En el sector público, cumple un rol central el Departamento de Agricultura del país (USDA), que ejerce funciones en materias de investigación (Agricultural Research Service) y promoción y apoyo a las exportaciones (Foreign Agricultural Service y Agricultural Marketing Service, principalmente), entre otras. A nivel de cada estado y especie de hortalizas y frutas existe una nutrida red de organizaciones de la industria, que cumplen funciones de regulación del comercio, promoción, entrega de información a los consumidores y a los integrantes de la industria, entre otras.

Recomendaciones

Se presentan un conjunto de recomendaciones para mejorar el desarrollo competitivo del sector agroindustrial hortofrutícola, las cuales provienen del análisis de las debilidades del sector, de sus oportunidades y de buenas prácticas aplicadas en los países respecto a los cuales se hizo benchmarking. Estas se presentan agrupadas en torno a los ejes de información sectorial, costos de producción, productividad y calidad, residuos industriales, inocuidad de los alimentos, variedades, mercado, relación entre industria y proveedores, investigación, desarrollo e innovación y capital humano.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	
1.	INTRODUCCIÓN / ANTECEDENTES 1
2.	OBJETIVOS GENERALES Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS 3
2.1	OBJETIVO GENERAL 3
2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS 3
3.	METODOLOGÍA 5
3.1	ETAPA 1: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL HORTOFRUTÍCOLA NACIONAL, SU POTENCIAL DE PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN Y SUS PROYECCIONES PARA LA PRÓXIMA DÉCADA 7
3.1.1	RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN 8
3.1.2	SISTEMATIZACIÓN, INTEGRACIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN .. 15
3.1.3	REALIZACIÓN DE UN TALLER DE TRABAJO DE VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN 16
3.2	ETAPA 2: IDENTIFICACIÓN DE NUEVOS PROCESOS PRODUCTIVOS Y NUEVAS TECNOLOGÍAS USADAS EN EL SECTOR AGROINDUSTRIAL HORTOFRUTÍCOLA NACIONAL. 19
3.2.1	RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DE FUENTES SECUNDARIAS 20
3.2.2	SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN DE FUENTES SECUNDARIAS 23
3.2.3	VALIDACIÓN Y COMPLEMENTACIÓN DE INFORMACIÓN DE BASE .. 23
3.2.4	ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS Y POBLAMIENTO DE BASES DE DATOS ESTANDARIZADA 23
3.3	ETAPA 3: REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE BENCHMARKING DE PRINCIPALES PAÍSES AGROINDUSTRIALES Y/O COMPETIDORES DE CHILE 24
3.3.1	RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN EN FUENTES SECUNDARIAS 27
3.3.2	SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN 27
3.3.3	VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN 27

3.4	ETAPA 4: GENERACIÓN DE UNA PROPUESTA DE ACCIONES QUE FAVOREZCAN EL DESARROLLO DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL HORTOFRUTÍCOLA NACIONAL	29
3.5	ALGUNOS ASPECTOS DE GESTIÓN DE LA CONSULTORÍA	30
4.	RESULTADOS	31
4.1	DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL DE PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL HORTOFRUTÍCOLA	31
4.2	PROYECCIONES PARA EL SECTOR PERÍODO 2010-2020	219
4.3	LISTADO PRELIMINAR DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES Y/O EMERGENTES QUE PRESENTAN UN POTENCIAL DE DESARROLLO PARA NUESTRO PAÍS, SUS EXPORTACIONES, SUS PROYECCIONES Y SUS MERCADOS POTENCIALES	237
4.4	INFORME DETALLADO SOBRE NUEVOS PROCESOS PRODUCTIVOS Y/O NUEVAS TECNOLOGÍAS USADAS EN EL SECTOR.....	247
4.5	INFORME SOBRE LOS PRINCIPALES PAÍSES AGROINDUSTRIALES Y/O COMPETIDORES DE CHILE Y SUS MERCADOS	255
4.6	INFORME SOBRE LOS MODELOS DE DESARROLLO IMPLEMENTADOS EN PAÍSES LÍDERES EN ESA ACTIVIDAD	315
4.7	INFORME SOBRE LA EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE LOS PAÍSES LÍDERES Y HACIA QUÉ MERCADOS SE HAN FOCALIZADO SUS EXPORTACIONES.....	365
4.8	PROPUESTA DE ACCIONES ESPECÍFICAS ORIENTADAS AL DESARROLLO DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL CHILENO	457
5.	CONCLUSIONES	467
6.	REFERENCIAS	471
7.	ANEXOS.....	477
7.1	ANEXO 1	479
7.2	ANEXO 2	495
7.3	ANEXO 3	517
7.4	ANEXO 4	529
7.5	ANEXO 5	539

ÍNDICE DE FIGURAS, CUADROS Y GRÁFICOS

Figuras

FIGURA 1.	ESQUEMA GENERAL DEL ESTUDIO: OBJETIVO GENERAL, OBJETIVOS ESPECÍFICOS 1 A 3 Y RESULTADOS ASOCIADOS	5
FIGURA 2.	ESQUEMA GENERAL DEL ESTUDIO (CONTINUACIÓN): OBJETIVO GENERAL, OBJETIVOS ESPECÍFICOS 4 A 6 Y RESULTADOS ASOCIADOS.....	6
FIGURA 3.	RETAPAS DE DESARROLLO DE LA CONSULTORÍA	6
FIGURA 4.	CRITERIOS DE SELECCIÓN DE PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES HORTÍCOLAS Y DE FRUTAS.....	7
FIGURA 5.	PASOS METODOLÓGICOS DE LA ETAPA 1.....	8
FIGURA 6.	PROPUESTA MATRIZ DE ANÁLISIS POTENCIAL DE CRECIMIENTO	15
FIGURA 7.	POSIBLES CRITERIOS A APLICAR EN LA CONSTRUCCION DE ESCENARIOS DE ANÁLISIS PROSPECTIVO	16
FIGURA 8.	PASOS METODOLÓGICOS DE LA ETAPA 2	20
FIGURA 9.	PRODUCTOS DE LA ETAPA 2	24
FIGURA 10.	PASOS METODOLÓGICOS DE LA ETAPA 3	25
FIGURA 11.	POSIBLES CRITERIOS A APLICAR EN LA SELECCIÓN DE PAÍSES AGROINDUSTRIALES A ABORDAR EN EL ESTUDIO DE BENCHMARKING	26
FIGURA 12.	PASOS METODOLÓGICOS DE LA ETAPA 4	29

Cuadros

CUADRO 1.	PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS: EXPORTACIONES MUNDIALES POR TIPO DE PRODUCTO, VALOR 2001-2009 (MILES DE US\$ FOB Y VARIACIÓN PORCENTUAL).....	34

CUADRO 2.	PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS: EXPORTACIONES MUNDIALES POR TIPO DE PRODUCTO, VOLUMEN 2001-2009 (TONELADAS Y VARIACIÓN PORCENTUAL).....	36
CUADRO 3.	PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS: IMPORTACIONES MUNDIALES POR TIPO DE PRODUCTO, VALOR 2001-2009 (MILES DE US\$ FOB Y VARIACIÓN PORCENTUAL).....	39
CUADRO 4.	PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS: IMPORTACIONES MUNDIALES POR TIPO DE PRODUCTO, VOLUMEN 2001-2009 (TONELADAS Y VARIACIÓN PORCENTUAL).....	41
CUADRO 5.	CONSERVAS: VOLUMEN EXPORTADO SEGÚN PAÍSES EXPORTADORES, 2001 – 2009 (TONELADAS Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009).....	43
CUADRO 6.	CONSERVAS: VALOR EXPORTADO SEGÚN PAÍSES EXPORTADORES, 2001 – 2009 (MILES DE DÓLARES FOB Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009)	44
CUADRO 7.	CONSERVAS: VOLUMEN IMPORTADO SEGÚN PAÍSES IMPORTADORES, 2001 – 2009 (TONELADAS Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009).....	45
CUADRO 8.	CONSERVAS: VALOR IMPORTADO SEGÚN PAÍSES IMPORTADORES, 2001 – 2009 (MILES DE DÓLARES FOB Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009)	46
CUADRO 9.	CONGELADOS: VOLUMEN EXPORTADO SEGÚN PAÍSES EXPORTADORES, 2001 – 2009 (TONELADAS Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009).....	47
CUADRO 10.	CONGELADOS: VALOR EXPORTADO SEGÚN PAÍSES EXPORTADORES, 2001 – 2009 (MILES DE DÓLARES FOB Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009)	48
CUADRO 11.	CONGELADOS: VOLUMEN IMPORTADO SEGÚN PAÍSES IMPORTADORES, 2001 – 2009 (TONELADAS Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009).....	49
CUADRO 12.	CONGELADOS: VALOR IMPORTADO SEGÚN PAÍSES IMPORTADORES, 2001 – 2009 (MILES DE DÓLARES FOB Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009)	50

CUADRO 13.	DESHIDRATADOS: VOLUMEN EXPORTADO SEGÚN PAÍSES EXPORTADORES, 2001 – 2009 (TONELADAS Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009).....	51
CUADRO 14.	DESHIDRATADOS: VALOR EXPORTADO SEGÚN PAÍSES EXPORTADORES, 2001 – 2009 (MILES DE US\$ FOB Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009)	52
CUADRO 15.	DESHIDRATADOS: VOLUMEN IMPORTADO SEGÚN PAÍSES IMPORTADORES, 2001 – 2009 (TONELADAS Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009).....	53
CUADRO 16.	DESHIDRATADOS: VALOR IMPORTADO SEGÚN PAÍSES IMPORTADORES, 2001 – 2009 (MILES DE US\$ FOB Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009).....	54
CUADRO 17.	JUGOS: VOLUMEN EXPORTADO SEGÚN PAÍSES EXPORTADORES, 2001 – 2009 (TONELADAS Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009)	55
CUADRO 18.	JUGOS: VALOR EXPORTADO SEGÚN PAÍSES EXPORTADORES, 2001 – 2009 (MILES DE US\$ FOB Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009).....	56
CUADRO 19.	JUGOS: VOLUMEN IMPORTADO SEGÚN PAÍSES IMPORTADORES, 2001 – 2009 (TONELADAS Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009)	58
CUADRO 20.	JUGOS: VALOR IMPORTADO SEGÚN PAÍSES IMPORTADORES, 2001 – 2009 (MILES DE US\$ FOB Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009).....	59
CUADRO 21.	ACEITES DE FRUTAS: VOLUMEN EXPORTADO SEGÚN PAÍSES EXPORTADORES, 2001 – 2009 (TONELADAS Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009).....	60
CUADRO 22.	ACEITES DE FRUTAS: VALOR EXPORTADO SEGÚN PAÍSES EXPORTADORES, 2001 – 2009 (MILES DE US\$ FOB Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009).....	61
CUADRO 23.	ACEITES DE FRUTAS: VOLUMEN IMPORTADO SEGÚN PAÍSES IMPORTADORES, 2001 – 2009 (TONELADAS Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL).....	62
CUADRO 24.	ACEITES DE FRUTAS: VALOR IMPORTADO SEGÚN PAÍSES IMPORTADORES, 2001 – 2009 (MILES DE DÓLARES FOB Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009)	63

CUADRO 25.	CHILE: EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE PRODUCTOS PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS 2001 – 2009 EN VOLUMEN (TONELADAS Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009)	65
CUADRO 26.	CHILE: EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE PRODUCTOS PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS 2001 – 2009 EN VALOR (MILES DE US\$ Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL 2009)	65
CUADRO 27.	TASA DE VARIACIÓN DE LAS EXPORTACIONES CHILENAS DE CONSERVAS DE FRUTAS, DE HORTALIZAS, DE PRODUCTOS FARINÁCEOS Y TOTALES (VOLUMEN Y VALOR)	74
CUADRO 28.	CONSERVAS DE FRUTAS: EXPORTACIONES A PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINOS POR PRODUCTO: VALOR EXPORTADO EN 2009 (US\$ FOB), PARTICIPACIÓN (%) Y PRECIO PROMEDIO 2002-2009 (US\$ FOB/KILO)	81
CUADRO 29.	CONSERVAS DE HORTALIZAS: EXPORTACIONES A PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINOS POR PRODUCTO: VALOR EXPORTADO EN 2009 (US\$ FOB), PARTICIPACIÓN (%) Y PRECIO PROMEDIO 2002-2009 (US\$ FOB/KILO)	83
CUADRO 30.	PRODUCTOS FARINÁCEOS: EXPORTACIONES A PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINOS POR PRODUCTO: VALOR EXPORTADO EN 2009 (US\$ FOB), PARTICIPACIÓN (%) Y PRECIO PROMEDIO 2002-2009 (US\$ FOB/KILO)	85
CUADRO 31.	CONSERVAS DE FRUTAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO Y PAÍS DE ORIGEN: VALOR Y VOLUMEN IMPORTADO EN 2009, PARTICIPACIÓN POR PAÍS, PRECIO 2009 Y PRECIO PROMEDIO 2002-2009.....	97
CUADRO 32.	CONSERVAS DE HORTALIZAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO Y PAÍS DE ORIGEN: VALOR Y VOLUMEN IMPORTADO EN 2009, PARTICIPACIÓN POR PAÍS, PRECIO 2009 Y PRECIO PROMEDIO 2002-2009.....	98
CUADRO 33.	PRODUCTOS FARINÁCEOS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO Y PAÍS DE ORIGEN: VALOR Y VOLUMEN IMPORTADO EN 2009, PARTICIPACIÓN POR PAÍS, PRECIO 2009 Y PRECIO PROMEDIO 2002-2009.....	98
CUADRO 34.	TASA DE VARIACIÓN DE LAS EXPORTACIONES CHILENAS DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS CONGELADOS (VOLUMEN Y VALOR).....	105

CUADRO 35.	PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS CONGELADOS: DISTRIBUCIÓN DE LA EXPORTACIÓN EN VALOR POR REGIONES DE DESTINO, 2002-2009 (% Y MILES DE US\$ FOB)	109
CUADRO 36.	PRECIO PROMEDIO 2002-2009 DE FRUTAS CONGELADAS POR PRODUCTO Y DESTINO (US\$ FOB/KG).....	114
CUADRO 37.	PRECIO PROMEDIO 2002-2009 DE HORTALIZAS CONGELADAS POR PRODUCTO Y DESTINO (US\$ FOB/KG).....	115
CUADRO 38.	NÚMERO DE EMPRESAS QUE HAN EXPORTADO PRODUCTOS CONGELADOS HORTOFRUTÍCOLAS POR 7-8 AÑOS CONSECUTIVOS	117
CUADRO 39.	ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE CHILENAS DE PRODUCTOS CONGELADOS HORTOFRUTÍCOLAS	119
CUADRO 40.	PAÍSES DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE MAÍZ CONGELADO	120
CUADRO 41.	TASAS DE VARIACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE DESHIDRATADOS DE FRUTAS, HORTALIZAS, PARTES DE PLANTAS Y TOTALES (VOLUMEN Y VALOR).....	129
CUADRO 42.	FRUTAS DESHIDRATADAS: PRECIO PROMEDIO DE EXPORTACIÓN 2002-2009, POR PRODUCTO Y DESTINO (US\$/KILO)	137
CUADRO 43.	HORTALIZAS Y HONGOS DESHIDRATADOS: PRECIO PROMEDIO DE EXPORTACIÓN 2002-2009, POR PRODUCTO Y DESTINO (US\$/KILO).....	138
CUADRO 44.	PARTES DE PLANTAS DESHIDRATADAS: PRECIO PROMEDIO DE EXPORTACIÓN 2002-2009, POR PRODUCTO Y DESTINO (US\$/KILO)	138
CUADRO 45.	PRECIOS (PROMEDIO 2002-2009) DE LAS IMPORTACIONES DE FRUTAS DESHIDRATADAS POR PRODUCTO Y ORIGEN (US\$ CIF/KILO)	155
CUADRO 46.	PRECIOS (PROMEDIO 2002-2009) DE IMPORTACIONES DE HORTALIZAS Y HONGOS DESHIDRATADAS POR PRODUCTOS Y DESTINOS (US\$ CIF/KILO).....	156
CUADRO 47.	PRECIOS (PROMEDIO 2002-2009) DE IMPORTACIONES DE PARTES DE PLANTAS DESHIDRATADAS POR PRODUCTOS Y DESTINOS (US\$ CIF/KILO).....	156

CUADRO 48.	EVOLUCIÓN DE LOS VOLÚMENES DE EXPORTACIÓN DE JUGO DE FRUTAS (TONELADAS) Y SU IMPORTANCIA RELATIVA (%), 1989, 1999 Y 2009	160
CUADRO 49.	EVOLUCIÓN DE LOS VALORES DE EXPORTACIÓN DE JUGO DE FRUTAS (MILES DE US\$) Y SU IMPORTANCIA RELATIVA (%), 1989, 1999 Y 2009	161
CUADRO 50.	EVOLUCIÓN DE LOS VOLÚMENES (TONELADAS) Y VALORES DE EXPORTACIÓN (MILES DE US\$) DE JUGO DE HORTALIZAS Y SU IMPORTANCIA RELATIVA (%), 1989, 1999 Y 2009	163
CUADRO 51.	TASA DE VARIACIÓN PROMEDIO DE LAS EXPORTACIONES DE JUGOS DE FRUTAS, DE HORTALIZAS Y TOTALES EN VOLUMEN Y VALOR (%).....	164
CUADRO 52.	COMPARACIÓN DE LOS VOLÚMENES EXPORTACIÓN PARA LOS PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO EN JUGOS DE FRUTAS (TONELADAS)	166
CUADRO 53.	COMPARACIÓN DE LOS VALORES DE EXPORTACIÓN PARA LOS PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO EN JUGOS DE FRUTAS (MILES DE US\$).....	167
CUADRO 54.	VALORES DE EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES JUGOS DE FRUTAS EXPORTADOS A ESTADOS UNIDOS EN 2009 (MILES DE US\$)	168
CUADRO 55.	VOLÚMENES DE EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES JUGOS DE FRUTA EXPORTADOS A ESTADOS UNIDOS EN 2009 (TONELADAS)	169
CUADRO 56.	VALORES DE EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES JUGOS DE FRUTAS EXPORTADOS A JAPÓN EN 2009 (MILES DE US\$).....	169
CUADRO 57.	VOLÚMENES DE EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES JUGOS DE FRUTAS EXPORTADOS A JAPÓN EN 2009 (TONELADAS)	170
CUADRO 58.	VALORES DE EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES JUGOS DE FRUTAS EXPORTADOS A CANADÁ EN 2009 (MILES DE US\$)	170
CUADRO 59.	VOLÚMENES DE EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES JUGOS DE FRUTAS EXPORTADOS A CANADÁ EN 2009 (TONELADAS)	171
CUADRO 60.	VALORES DE EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES JUGOS DE FRUTAS EXPORTADOS A MÉXICO EN 2009 (MILES DE US\$).....	171

CUADRO 61.	VOLÚMENES DE EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES JUGOS DE FRUTAS EXPORTADOS A MÉXICO EN 2009 (TONELADAS)	172
CUADRO 62.	VALORES DE EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES JUGOS DE FRUTAS EXPORTADOS A COREA DEL SUR EN 2009 (MILES DE US\$)	172
CUADRO 63.	VOLÚMENES DE EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES JUGOS DE FRUTAS EXPORTADOS A COREA DEL SUR EN 2009 (TONELADAS)	173
CUADRO 64.	PRECIOS FOB (PROMEDIO 2002-2009) DE LAS EXPORTACIONES DE JUGO DE FRUTA POR PRODUCTOS Y DESTINOS (US\$ FOB/KILO)	173
CUADRO 65.	COMPARACIÓN DE LOS VOLÚMENES DE EXPORTACIÓN PARA LOS PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE JUGOS DE HORTALIZAS	176
CUADRO 66.	COMPARACIÓN DE LOS VALORES DE EXPORTACIÓN PARA LOS PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE JUGOS DE HORTALIZAS.	177
CUADRO 67.	VALORES DE EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS A JAPÓN EN 2009 (US\$).....	177
CUADRO 68.	VOLÚMENES DE EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES JUGOS DE HORTALIZAS EXPORTADOS A JAPÓN EN 2009 (TONELADAS).....	178
CUADRO 69.	VALORES DE EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES JUGOS DE HORTALIZAS EXPORTADOS A FRANCIA EN 2009 (US\$)	178
CUADRO 70.	VOLÚMENES DE EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES JUGOS DE HORTALIZAS EXPORTADOS A FRANCIA EN 2009 (TONELADAS)	179
CUADRO 71.	PRECIOS FOB (PROMEDIO 2002-2009) DE LAS EXPORTACIONES DE JUGOS DE HORTALIZAS POR PRODUCTOS Y DESTINOS (US\$ FOB/KILO).....	180
CUADRO 72.	COMPARACIÓN 2002-2009 DE LOS VALORES DE IMPORTACIÓN DE JUGO DE FRUTAS (MILES DE US\$ CIF)	186
CUADRO 73.	COMPARACIÓN 2002-2009 DE LOS VOLÚMENES DE IMPORTACIÓN DE JUGO DE FRUTAS (TONELADAS).....	188
CUADRO 74.	COMPARACIÓN 2002-2009 DE LOS VALORES DE IMPORTACIÓN DE JUGO DE FRUTAS POR ORIGEN (MILES DE US\$ CIF)	190

CUADRO 75.	COMPARACIÓN 2002-2009 DE LOS VOLUMENES DE IMPORTACIÓN DE JUGO DE FRUTAS POR ORIGEN (TONELADAS).....	191
CUADRO 76.	COMPARACIÓN 2002-2009 DE LOS VALORES DE IMPORTACIÓN DE JUGO DE HORTALIZAS POR ORIGEN	192
CUADRO 77.	COMPARACIÓN 2002-2009 DE LOS VOLUMENES DE IMPORTACIÓN DE JUGO DE HORTALIZAS POR ORIGEN.....	193
CUADRO 78.	PRECIOS CIF (PROMEDIO 2002-2009) DE IMPORTACIONES DE JUGO DE FRUTA POR PRODUCTOS Y DESTINOS (US\$ CIF/KILO).....	194
CUADRO 79.	PRECIOS CIF (PROMEDIO 2002-2009) DE IMPORTACIONES DE JUGO DE HORTALIZAS POR PRODUCTOS Y DESTINOS (US\$ CIF/KILO)	194
CUADRO 80.	TASA DE VARIACIÓN DE LAS EXPORTACIONES TOTALES Y SUS PRINCIPALES PRODUCTOS DE ACEITES DE FRUTAS Y HORTALIZAS (VOLUMEN Y VALOR).....	198
CUADRO 81.	ACEITES DE FRUTAS Y HORTALIZAS: EXPORTACIÓN CHILENA POR PAÍSES DE DESTINO EN VOLUMEN Y VALOR, 2002 - 2009	202
CUADRO 82.	DISTRIBUCIÓN DE LA SUPERFICIE POR REGIÓN. 2007	203
CUADRO 83.	ACEITE DE OLIVA: PRECIOS DE LAS EXPORTACIONES CHILENAS A LOS PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO, PROMEDIO 2002-2009 (US\$ FOB/KILO)	211
CUADRO 84.	ROSA MOSQUETA: PRECIOS DE LAS EXPORTACIONES CHILENAS A LOS PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO, PROMEDIO 2002-2009 (US\$ FOB/KILO)	211
CUADRO 85.	ACEITES DE FRUTAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO Y PAÍS DE ORIGEN: VALOR Y VOLUMEN IMPORTADO EN 2009, PARTICIPACIÓN POR PAÍS, PRECIO 2009 Y PRECIO PROMEDIO 2002-2009.....	217
CUADRO 86.	INDICADORES DEL SECTOR Y PRODUCTOS EN CONSERVAS EXPORTADOS POR CHILE	220
CUADRO 87.	CRITERIOS APLICADOS A LAS ESTIMACIONES DE CRECIMIENTO DE LA OFERTA DE DURAZNOS EN CONSERVA	221
CUADRO 88.	INDICADORES DEL SECTOR Y PRODUCTOS CONGELADOS EXPORTADOS POR CHILE	223

CUADRO 89.	CRITERIOS DE APLICADOS A LAS ESTIMACIONES DE CRECIMIENTO DE LA OFERTA DE ARÁNDANOS.....	224
CUADRO 90.	INDICADORES DEL SECTOR Y PRODUCTOS DESHIDRATADOS EXPORTADOS POR CHILE	227
CUADRO 91.	CRITERIOS DE APLICADOS A LAS ESTIMACIONES DE CRECIMIENTO DE LA OFERTA DE CIRUELAS DESHIDRATADAS	227
CUADRO 92.	CRITERIOS DE APLICADOS A LAS ESTIMACIONES DE CRECIMIENTO DE LA OFERTA DE NUECES.....	228
CUADRO 93.	INDICADORES DEL SECTOR JUGOS, EXPORTADOS POR CHILE...	230
CUADRO 94.	CRITERIOS DE APLICADOS A LAS ESTIMACIONES DE CRECIMIENTO DE LA OFERTA DE JUGOS DE MANZANA	231
CUADRO 95.	CHINA, EXPORTACIONES DE PREPARADOS DE LEGUMBRES, HORTALIZAS, FRUTOS Y OTRAS PARTES DE PLANTAS (20).....	256
CUADRO 96.	PAÍSES BAJOS, EXPORTACIONES DE PREPARADOS DE LEGUMBRES, HORTALIZAS, FRUTOS Y OTRAS PARTES DE PLANTAS (20)	257
CUADRO 97.	ESTADOS UNIDOS, EXPORTACIONES DE PREPARADOS DE LEGUMBRES, HORTALIZAS, FRUTOS Y OTRAS PARTES DE PLANTAS (20)	258
CUADRO 98.	ITALIA, EXPORTACIONES DE PREPARADOS DE LEGUMBRES, HORTALIZAS, FRUTOS Y OTRAS PARTES DE PLANTAS (20).....	259
CUADRO 99.	BÉLGICA, EXPORTACIONES DE PREPARADOS DE LEGUMBRES, HORTALIZAS, FRUTOS Y OTRAS PARTES DE PLANTAS (20).....	260
CUADRO 100.	FRANCIA, EXPORTACIONES DE PRODUCTOS DE LA MOLINERÍA (11)	261
CUADRO 101.	ALEMANIA, EXPORTACIONES DE PRODUCTOS DE LA MOLINERÍA (11)	262
CUADRO 102.	BÉLGICA, EXPORTACIONES DE PRODUCTOS DE LA MOLINERÍA (11)	263
CUADRO 103.	BÉLGICA, EXPORTACIONES DE HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES), AUNQUE ESTÉN COCIDAS EN AGUA O VAPOR, CONGELADAS (0710).....	265

CUADRO 104.	CHINA, EXPORTACIONES DE HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES),AUNQUE ESTÉN COCIDAS EN AGUA O VAPOR, CONGELADAS (0710).....	266
CUADRO 105.	ESPAÑA, EXPORTACIONES DE HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES), AUNQUE ESTÉN COCIDAS EN AGUA O VAPOR, CONGELADAS (0710).....	268
CUADRO 106.	MÉXICO, EXPORTACIONES DE HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES),.....	269
CUADRO 107.	FRANCIA, EXPORTACIONES DE HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES), AUNQUE ESTÉN COCIDAS EN AGUA O VAPOR, CONGELADAS (0710).....	270
CUADRO 108.	POLONIA, EXPORTACIONES DE FRUTAS Y OTROS FRUTOS, SIN COCER O COCIDOS EN AGUA O VAPOR, CONGELADOS (0811)...	271
CUADRO 109.	SERBIA, EXPORTACIONES DE FRUTAS Y OTROS FRUTOS, SIN COCER O COCIDOS EN AGUA O VAPOR, CONGELADOS (0811)...	273
CUADRO 110.	CHILE, EXPORTACIONES DE FRUTAS Y OTROS FRUTOS, SIN COCER O COCIDOS EN AGUA O VAPOR, CONGELADOS (0811)...	274
CUADRO 111.	CANADÁ, EXPORTACIONES DE FRUTAS Y OTROS FRUTOS, SIN COCER O COCIDOS EN AGUA O VAPOR, CONGELADOS (0811)...	276
CUADRO 112.	PAÍSES BAJOS, EXPORTACIONES DE FRUTAS Y OTROS FRUTOS, SIN COCER O COCIDOS EN AGUA O VAPOR, CONGELADOS (0811)...	277
CUADRO 113.	ESTADOS UNIDOS, EXPORTACIONES DE LOS DEMÁS FRUTOS DE CÁSCARA FRESCOS O SECOS (0802)	279
CUADRO 114.	TURQUÍA, EXPORTACIONES DE LOS DEMÁS FRUTOS DE CÁSCARA FRESCOS O SECOS (0802)	280
CUADRO 115.	IRÁN, EXPORTACIONES DE LOS DEMÁS FRUTOS DE CÁSCARA FRESCOS O SECOS (0802)	281
CUADRO 116.	HONG KONG, EXPORTACIONES DE LOS DEMÁS FRUTOS DE CÁSCARA FRESCOS O SECOS (0802)	282
CUADRO 117.	ESPAÑA, EXPORTACIONES DE LOS DEMÁS FRUTOS DE CÁSCARA FRESCOS O SECOS (0802)	283

CUADRO 118.	TURQUÍA, EXPORTACIONES DE FRUTAS Y OTROS FRUTOS SECOS (0813)	285
CUADRO 119.	ESTADOS UNIDOS, EXPORTACIONES DE FRUTAS Y OTROS FRUTOS SECOS (0813).....	285
CUADRO 120.	CHILE, EXPORTACIONES DE FRUTAS Y OTROS FRUTOS SECOS (0813)	287
CUADRO 121.	FRANCIA, EXPORTACIONES DE FRUTAS Y OTROS FRUTOS SECOS (0813)	288
CUADRO 122.	TAILANDIA, EXPORTACIONES DE FRUTAS Y OTROS FRUTOS SECOS (0813).....	289
CUADRO 123.	PRINCIPALES EXPORTADORES: PASAS	290
CUADRO 124.	INDIA, EXPORTACIONES DE PIMIENTOS SECOS, TRITURADOS O PULVERIZADOS (PIMENTÓN) (090420)	291
CUADRO 125.	CHINA, EXPORTACIONES DE PIMIENTOS SECOS, TRITURADOS O PULVERIZADOS (PIMENTÓN) (090420)	292
CUADRO 126.	OTROS EXPORTADORES, DE PIMIENTOS SECOS, TRITURADOS O PULVERIZADOS (PIMENTÓN) (090420)	293
CUADRO 127.	BRASIL, EXPORTACIONES DE JUGOS.....	294
CUADRO 128.	PAÍSES BAJOS, EXPORTACIONES DE JUGOS	295
CUADRO 129.	BÉLGICA, EXPORTACIONES DE JUGOS	297
CUADRO 130.	ESTADOS UNIDOS, EXPORTACIONES DE JUGOS	298
CUADRO 131.	ALEMANIA, EXPORTACIONES DE JUGOS	299
CUADRO 132.	CHINA, EXPORTACIONES DE JUGOS.....	300
CUADRO 133.	INDONESIA, EXPORTACIONES DE ACEITE DE PALMA Y SUS FRACCIONES (1511)	303
CUADRO 134.	MALASIA, EXPORTACIONES DE ACEITE DE PALMA Y SUS FRACCIONES (1511)	304
CUADRO 135.	PAÍSES BAJOS, EXPORTACIONES DE ACEITE DE PALMA Y SUS FRACCIONES (1511)	304

CUADRO 136.	ESPAÑA, EXPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES (1509)	305
CUADRO 137.	ITALIA, EXPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES (1509)	306
CUADRO 138.	TÚNEZ, EXPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES (1509)	306
CUADRO 139.	GRECIA, EXPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES (1509)	307
CUADRO 140.	PORTUGAL, EXPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES (1509)	307
CUADRO 141.	ESTADOS UNIDOS, EXPORTACIONES DE ACEITES ESENCIALES (3301) DE CÍTRICOS	310
CUADRO 142.	INDIA, EXPORTACIONES DE ACEITES ESENCIALES (3301) DE CÍTRICOS	311
CUADRO 143.	FRANCIA, EXPORTACIONES DE ACEITES ESENCIALES (3301) DE CÍTRICOS	311
CUADRO 144.	ARGENTINA, EXPORTACIONES DE ACEITES ESENCIALES (3301) DE CÍTRICOS	312
CUADRO 145.	BRASIL, EXPORTACIONES DE ACEITES ESENCIALES (3301) DE CÍTRICOS	313
CUADRO 146.	PERÚ: LEY DE PROMOCIÓN AGRARIA (LEY 27.360)	341
CUADRO 147.	CALIFORNIA: PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES AGRÍCOLAS 2009	353
CUADRO 148.	ESPAÑA: VALOR EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS, SEGÚN GRUPO DE PRODUCTOS, 2001-2009 (MILES DE US\$ FOB Y VARIACIÓN PORCENTUAL)	365
CUADRO 149.	ESPAÑA: VOLUMEN EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS, SEGÚN GRUPO DE PRODUCTOS, 2001-2009 (TONELADAS Y VARIACIÓN PORCENTUAL).....	367
CUADRO 150.	ESPAÑA, EXPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES (1509)	370

CUADRO 151.	ESPAÑA: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE ACEITES DE OLIVA Y SUS FRACCIONES	370
CUADRO 152.	ESPAÑA, EXPORTACIONES DE HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES), AUNQUE ESTÉN COCIDAS EN AGUA O VAPOR, CONGELADAS (0710).....	372
CUADRO 153.	ESPAÑA: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE HORTALIZAS CONGELADAS.....	372
CUADRO 154.	ESPAÑA: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE FRUTAS CONGELADAS	373
CUADRO 155.	ESPAÑA, EXPORTACIONES DE LOS DEMÁS FRUTOS DE CÁSCARA FRESCOS O SECOS (0802)	375
CUADRO 156.	ESPAÑA: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE LOS DEMÁS FRUTOS DE CÁSCARA FRESCOS O SECOS (0802).....	376
CUADRO 157.	ESPAÑA: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PIMIENTOS SECOS (PIMENTÓN) (090420).....	378
CUADRO 158.	ESPAÑA, EXPORTACIONES DE HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES) CONSERVADAS PROVISORIAMENTE (0711)	379
CUADRO 159.	ESPAÑA: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE HORTALIZAS CONSERVADAS PROVISORIAMENTE (0711)	380
CUADRO 160.	ESPAÑA, EXPORTACIONES DE FRUTAS Y OTROS FRUTOS, CONSERVADOS PROVISORIAMENTE (0812)	381
CUADRO 161.	ESPAÑA: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE FRUTAS Y OTROS FRUTOS, CONSERVADOS PROVISORIAMENTE (0812)	381
CUADRO 162.	ESPAÑA, EXPORTACIONES DE PREPARADOS DE LEGUMBRES, HORTALIZAS, FRUTOS O DE OTRAS PARTES DE PLANTAS (20)...	382
CUADRO 163.	ESPAÑA: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PREPARADOS DE LEGUMBRES, HORTALIZAS, FRUTOS O DE OTRAS PARTES DE PLANTAS (20)...	383
CUADRO 164.	ESPAÑA, EXPORTACIONES DE JUGOS	384

CUADRO 165.	ESPAÑA: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE JUGOS.....	386
CUADRO 166.	BÉLGICA: VALOR EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS, SEGÚN GRUPO DE PRODUCTOS, 2001-2009 (MILES DE US\$ FOB Y VARIACIÓN PORCENTUAL)	387
CUADRO 167.	BÉLGICA: VOLUMEN EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS, SEGÚN GRUPO DE PRODUCTOS, 2001-2009 (MILES DE US\$ FOB Y VARIACIÓN PORCENTUAL)	389
CUADRO 168.	BÉLGICA, EXPORTACIONES DE HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES), AUNQUE ESTÉN COCIDAS EN AGUA O VAPOR, CONGELADAS (0710).....	391
CUADRO 169.	BÉLGICA: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE HORTALIZAS CONGELADAS.....	392
CUADRO 170.	BÉLGICA, EXPORTACIONES DE FRUTAS CONGELADAS.....	393
CUADRO 171.	BÉLGICA: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE FRUTAS CONGELADAS	394
CUADRO 172.	BÉLGICA, EXPORTACIONES DE JUGOS	395
CUADRO 173.	BÉLGICA: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE JUGOS.....	396
CUADRO 174.	BÉLGICA, EXPORTACIONES DE PREPARADOS DE LEGUMBRES, HORTALIZAS, FRUTOS Y OTRAS PARTES DE PLANTAS (20).....	398
CUADRO 175.	BÉLGICA: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PREPARADOS DE LEGUMBRES, HORTALIZAS, FRUTOS Y OTRAS PARTES DE PLANTAS (20).....	399
CUADRO 176.	BÉLGICA: EXPORTACIONES DE HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES) CONSERVADAS PROVISIONALMENTE (CÓDIGO 0711)	401
CUADRO 177.	BÉLGICA: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES) CONSERVADAS PROVISIONALMENTE (CÓDIGO 0711)	401
CUADRO 178.	BÉLGICA: EXPORTACIONES DE FRUTAS EN CONSERVADAS.....	402

CUADRO 179.	BÉLGICA: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE FRUTAS EN CONSERVAS.....	403
CUADRO 180.	BÉLGICA: EXPORTACIONES DE FRUTAS DESHIDRATADAS	403
LOS CINCO PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE CADA UNO DE ESTOS PRODUCTOS PROVENIENTES DE BÉLGICA SE DETALLAN EN LOS CUADROS SIGUIENTES.....		404
CUADRO 181.	BÉLGICA: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE FRUTAS DESHIDRATADAS	404
CUADRO 182.	BÉLGICA: EXPORTACIONES DE DESHIDRATADOS DE FRUTAS Y OTROS FRUTOS, SECOS, DEL CÓDIGO 0813.....	405
CUADRO 183.	BÉLGICA: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE FRUTAS Y OTROS FRUTOS SECOS DEL CÓDIGO 0813	406
CUADRO 184.	BÉLGICA: EXPORTACIONES DE HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES) SECAS, BIEN CORTADAS EN TROZOS O EN RODAJAS, DESHIDRATADAS (CÓDIGO 0712).....	407
CUADRO 185.	BÉLGICA: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES) SECAS, BIEN CORTADAS EN TROZOS O EN RODAJAS, DESHIDRATADAS (CÓDIGO 0712)	408
CUADRO 186.	BÉLGICA: EXPORTACIONES DE PARTES DE PLANTAS DESHIDRATADAS (CÓDIGO 1211).....	409
CUADRO 187.	BÉLGICA: EXPORTACIONES DE HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES) SECAS, BIEN CORTADAS EN TROZOS O EN RODAJAS, DESHIDRATADAS (CÓDIGO 0712).....	409
CUADRO 188.	BÉLGICA: EXPORTACIONES DE ACEITES DE OLIVA.....	410
CUADRO 189.	BÉLGICA: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE ACEITES DE OLIVA.....	410
CUADRO 190.	BÉLGICA: EXPORTACIONES DE ACEITES ESENCIALES (CÓDIGO 3301).....	411
CUADRO 191.	BÉLGICA: EXPORTACIONES DE ACEITES ESENCIALES DE MAYOR INTERÉS PARA CHILE.....	411
CUADRO 192.	BÉLGICA: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE ACEITES ESENCIALES.....	412

CUADRO 193.	PERÚ: VALOR EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS, SEGÚN GRUPO DE PRODUCTOS, VALOR 2001-2009 (MILES DE US\$ FOB Y VARIACIÓN PORCENTUAL)	412
CUADRO 194.	PERÚ: VOLUMEN EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS, SEGÚN GRUPO DE PRODUCTOS, 2001-2009 (TONELADAS Y VARIACIÓN PORCENTUAL).....	414
CUADRO 195.	PERÚ: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PIMIENTOS DESHIDRATADOS.....	416
CUADRO 196.	PERÚ: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE HORTALIZAS SECAS	417
CUADRO 197.	PERÚ: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE FRUTAS DESHIDRATADAS.....	418
CUADRO 198.	PERÚ: EXPORTACIONES DE CONSERVAS DE HORTALIZAS (CÓDIGOS 200).....	419
CUADRO 199.	PERÚ: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE TOMATES CONSERVADOS	419
CUADRO 200.	PERÚ: EXPORTACIONES DE CONSERVAS DE FRUTAS	420
CUADRO 201.	PERÚ: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE CONSERVAS DE FRUTAS CÓDIGOS 2008 Y 2007.	420
CUADRO 202.	PERÚ: EXPORTACIONES DE HORTALIZAS CONGELADAS.....	421
CUADRO 203.	PERÚ: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE HORTALIZAS CONGELADAS	422
CUADRO 204.	PERÚ: EXPORTACIONES DE FRUTAS CONGELADAS.....	423
CUADRO 205.	PERÚ: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE FRUTAS CONGELADAS	423
CUADRO 206.	PERÚ: EXPORTACIONES DE JUGOS DE FRUTAS (Y HORTALIZAS)	424
CUADRO 207.	PERÚ: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE JUGOS DE FRUTAS	424
CUADRO 208.	PERÚ: EXPORTACIONES DE ACEITES DE OLIVA.....	425

CUADRO 209.	PERÚ: PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ACEITES DE OLIVA	426
CUADRO 210.	AUSTRALIA: VALOR EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS, SEGÚN GRUPO DE PRODUCTOS, VALOR 2001-2009 (MILES DE US\$ FOB Y VARIACIÓN PORCENTUAL)	427
CUADRO 211.	AUSTRALIA: VOLUMEN EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS, SEGÚN GRUPO DE PRODUCTOS, 2001-2009 (TONELADAS Y VARIACIÓN PORCENTUAL).....	429
CUADRO 212.	AUSTRALIA: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE JUGOS.....	431
CUADRO 213.	AUSTRALIA: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE ACEITES.....	432
CUADRO 214.	AUSTRALIA: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS CONSERVAS DE FRUTAS	433
CUADRO 215.	AUSTRALIA: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS CONSERVAS DE HORTALIZAS.....	435
CUADRO 216.	AUSTRALIA: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE FRUTAS CONGELADAS	436
CUADRO 217.	AUSTRALIA: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE HORTALIZAS CONGELADAS	437
CUADRO 218.	ESTADOS UNIDOS: VALOR EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS, SEGÚN GRUPO DE PRODUCTOS, VALOR 2001-2009 (MILES DE US\$ FOB Y VARIACIÓN PORCENTUAL)	438
CUADRO 219.	ESTADOS UNIDOS: VOLUMEN EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS, SEGÚN GRUPO DE PRODUCTOS, 2001-2009 (TONELADAS Y VARIACIÓN PORCENTUAL).....	440
CUADRO 220.	ESTADOS UNIDOS, EXPORTACIONES DE LOS DEMÁS FRUTOS DE CÁSCARA FRESCOS O SECOS (0802)	442
CUADRO 221.	ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE LOS DEMÁS FRUTOS DE CÁSCARA FRESCOS O SECOS (0802).....	443
CUADRO 222.	ESTADOS UNIDOS, EXPORTACIONES DE FRUTAS Y OTROS FRUTOS SECOS (0813).....	445

CUADRO 223.	ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE FRUTAS Y OTROS FRUTOS SECOS (0813).....	446
CUADRO 224.	ESTADOS UNIDOS, EXPORTACIONES DE PREPARADOS DE LEGUMBRES, HORTALIZAS, FRUTOS Y OTRAS PARTES DE PLANTAS (20)	447
CUADRO 225.	ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE CONSERVAS DE FRUTAS (CÓDIGOS 2008) .	448
CUADRO 226.	ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE LAS DEMÁS HORTALIZAS PREPARADAS O CONSERVADAS (EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO) (CÓDIGOS 2004).....	450
CUADRO 227.	ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE LAS DEMÁS HORTALIZAS PREPARADAS O CONSERVADAS (CÓDIGOS 2005).....	450
CUADRO 228.	ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE TOMATES PREPARADOS O CONSERVADOS (EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO).....	451
CUADRO 229.	ESTADOS UNIDOS, EXPORTACIONES DE JUGOS	452
CUADRO 230.	ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE JUGOS.....	453
CUADRO 231.	ESTADOS UNIDOS, EXPORTACIONES DE ACEITES ESENCIALES (3301) DE CÍTRICOS	455
CUADRO 232.	ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE ACEITES ESENCIALES (3301) DE CÍTRICOS	455

Gráficos

GRÁFICO 1.	PARTICIPACIÓN DE LOS DIFERENTES TIPOS DE PRODUCTOS EN EL VOLUMEN EXPORTADO (% DEL VOLUMEN EXPORTADO A NIVEL MUNDIAL - 2009).....	32
GRÁFICO 2.	PARTICIPACIÓN DE LOS DIFERENTES TIPOS DE PRODUCTOS EN EL VALOR EXPORTADO (% DEL VALOR EXPORTADO A NIVEL MUNDIAL - 2009).....	33

GRÁFICO 3.	PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS: EXPORTACIONES MUNDIALES POR TIPO DE PRODUCTO, VALOR 2001-2009 (MILES DE US\$ FOB)	35
GRÁFICO 4.	PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS: EXPORTACIONES MUNDIALES POR TIPO DE PRODUCTO, VOLUMEN 2001-2009 (TONELADAS)	38
GRÁFICO 5.	PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS: IMPORTACIONES MUNDIALES POR TIPO DE PRODUCTO, VALOR 2001-2009 (MILES DE US\$ FOB)	40
GRÁFICO 6.	PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS: IMPORTACIONES MUNDIALES POR TIPO DE PRODUCTO, VOLUMEN 2001-2009 (TONELADAS)	42
GRÁFICO 7.	CONSERVAS HORTOFRUTÍCOLAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN Y VALOR, 1989-2009 (TONELADAS, MILES DE US\$ FOB).....	67
GRÁFICO 8.	CONSERVAS DE FRUTAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN, 1989-2009 (TONELADAS).....	68
GRÁFICO 9.	CONSERVAS DE FRUTAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VALOR, 1989-2009 (MILES DE US\$ FOB)	69
GRÁFICO 10.	CONSERVAS DE HORTALIZAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN 1989-2009 (TONELADAS) – PRIMERA PARTE	70
GRÁFICO 11.	CONSERVAS DE HORTALIZAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN 1989-2009 (TONELADAS) – SEGUNDA PARTE.....	71
GRÁFICO 12.	CONSERVAS DE HORTALIZAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VALOR 1989-2009 (MILES DE US\$ FOB) – PRIMERA PARTE.....	72
GRÁFICO 13.	CONSERVAS DE HORTALIZAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VALOR 1989-2009 (MILES DE US\$ FOB) – SEGUNDA PARTE.....	73
GRÁFICO 14.	CONSERVAS DE HORTALIZAS: TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO DEL VALOR DE LAS EXPORTACIONES 2000-2009 (%) ..	75
GRÁFICO 15.	CONSERVAS DE FRUTAS: TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO DEL VALOR DE LAS EXPORTACIONES 2000-2009 (%)	76
GRÁFICO 16.	CONSERVAS HORTOFRUTÍCOLAS Y FARINÁCEOS: RELACIÓN VALOR/VOLUMEN DE LA EXPORTACIÓN CHILENA, 1989-2009.....	77

GRÁFICO 17.	CONSERVAS DE FRUTAS: EXPORTACIONES CHILENAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO EN VALOR, 2002-2009 (MILES DE DÓLARES FOB).....	78
GRÁFICO 18.	CONSERVAS DE HORTALIZAS: EXPORTACIONES CHILENAS POR PRINCIPALES DESTINO EN VALOR, 2002-2009 (MILES DE DÓLARES FOB).....	79
GRÁFICO 19.	PRODUCTOS FARINÁCEOS: EXPORTACIONES CHILENAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO EN VALOR, 2002-2009 (MILES DE DÓLARES FOB).....	80
GRÁFICO 20.	CONSERVAS HORTOFRUTÍCOLAS Y FARINÁCEOS: NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS, 2002-2009*	87
GRÁFICO 21.	CONSERVAS DE FRUTAS: NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO, 2002-2009*	88
GRÁFICO 22.	CONSERVAS DE HORTALIZAS Y HONGOS: NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO, 2002-2009*	89
GRÁFICO 23.	PRODUCTOS FARINÁCEOS: NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO, 2002-2009*	90
GRÁFICO 24.	CONSERVAS DE FRUTAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO EN VALOR, 2002-2009 (MILES DE US\$ CIF)	91
GRÁFICO 25.	CONSERVAS DE FRUTAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO EN VOLUMEN, 2002-2009 (TONELADAS)	92
GRÁFICO 26.	CONSERVAS DE HORTALIZAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO EN VALOR 2002-2009 (MILES DE US\$ CIF)	93
GRÁFICO 27.	CONSERVAS DE HORTALIZAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO EN VOLUMEN, 2002-2009 (TONELADAS)	94
GRÁFICO 28.	PRODUCTOS FARINÁCEOS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO EN VALOR, 2002-2009 (DÓLARES CIF)*	95
GRÁFICO 29.	PRODUCTOS FARINÁCEOS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO EN VOLUMEN, 2002-2009 (TONELADAS)	96

GRÁFICO 30.	PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS CONGELADOS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN Y VALOR, 1989-2009 (TONELADAS, MILES DE US\$ FOB).....	100
GRÁFICO 31.	FRUTAS CONGELADAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN, 1989-2009 (TONELADAS).....	101
GRÁFICO 32.	FRUTAS CONGELADAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VALOR, 1989-2009 (MILES DE US\$ FOB)	102
GRÁFICO 33.	HORTALIZAS CONGELADAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN, 1989-2009 (TONELADAS).....	103
GRÁFICO 34.	HORTALIZAS CONGELADAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VALOR, 1989-2009 (MILES DE US\$ FOB)	104
GRÁFICO 35.	FRUTAS CONGELADAS: TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO DEL VALOR DE LAS EXPORTACIONES, 2000-2009 (%)	106
GRÁFICO 36.	HORTALIZAS CONGELADAS: TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO DEL VALOR DE LAS EXPORTACIONES, 2000-2009 (%)	107
GRÁFICO 37.	PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS CONGELADOS: RELACIÓN VALOR/VOLUMEN DE LA EXPORTACIÓN CHILENA, 1989-2009 (US\$/KILO).....	108
GRÁFICO 38.	FRUTAS CONGELADAS: EXPORTACIONES CHILENAS POR REGIONES DE DESTINO EN VALOR, 2002-2009 (US\$FOB)	110
GRÁFICO 39.	HORTALIZAS CONGELADAS: EXPORTACIONES CHILENAS POR REGIONES DE DESTINO EN VALOR, 2002-2009 (US\$FOB)	111
GRÁFICO 40.	FRUTAS CONGELADAS: PRECIOS DE EXPORTACIÓN SEGÚN MERCADOS DE DESTINO, 2002-2009 (US\$/KG)	113
GRÁFICO 41.	HORTALIZAS CONGELADAS: PRECIOS DE EXPORTACIÓN SEGÚN MERCADOS DE DESTINO, 2002-2009 (US\$/KG)	114
GRÁFICO 42.	FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS: NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS, 2002-2009*	116
GRÁFICO 43.	FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS: PERMANENCIA DE LAS EMPRESAS EN LA ACTIVIDAD DE EXPORTACIÓN (Nº AÑOS)*.....	117
GRÁFICO 44.	CONGELADOS HORTOFRUTÍCOLAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PAÍS DE ORIGEN EN VALOR, 2002-2009 (US\$ CIF).....	118

GRÁFICO 45.	FRUTAS, HORTALIZAS Y PARTES DE PLANTAS DESHIDRATADAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN Y VALOR 1989-2009 (TONELADAS Y MILES DE US\$ FOB).....	122
GRÁFICO 46.	FRUTAS DESHIDRATADAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN, 1989-2009 (TONELADAS).....	123
GRÁFICO 47.	FRUTAS DESHIDRATADAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VALOR, 1989-2009 (MILES DE US\$ FOB)	124
GRÁFICO 48.	HORTALIZAS Y HONGOS DESHIDRATADOS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN, 1989-2009 (TONELADAS)	125
GRÁFICO 49.	HORTALIZAS Y HONGOS DESHIDRATADOS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VALOR, 1989-2009 (MILES DE DÓLARES FOB).....	126
GRÁFICO 50.	PRODUCTOS DESHIDRATADOS PROVENIENTES DE PARTES DE PLANTAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN, 1989-2009 (TONELADAS)	127
GRÁFICO 51.	PRODUCTOS DESHIDRATADOS PROVENIENTES DE PARTES DE PLANTAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VALOR, 1989-2009 (MILES DE DÓLARES FOB).....	128
GRÁFICO 52.	PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DESHIDRATADOS: RELACIÓN VALOR/VOLUMEN DE LA EXPORTACIÓN CHILENA, 1989-2009 (US\$FOB/KILO)	130
GRÁFICO 53.	FRUTAS DESHIDRATADAS: EXPORTACIONES CHILENAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO EN VALOR, 2002-2009 (MILLONES DE DÓLARES FOB).....	131
GRÁFICO 54.	HORTALIZAS Y HONGOS DESHIDRATADOS: EXPORTACIONES CHILENAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO EN VALOR, 2002-2009 (MILLONES DE DÓLARES FOB).....	132
GRÁFICO 55.	PARTES DE PLANTAS DESHIDRATADAS: EXPORTACIONES CHILENAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO EN VALOR, 2002-2009 (MILLONES DE DÓLARES FOB).....	133
GRÁFICO 56.	FRUTAS DESHIDRATADAS: EXPORTACIONES CHILENAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO EN VOLUMEN, 2002-2009 (MILES DE TONELADAS).....	134

GRÁFICO 57.	HORTALIZAS Y HONGOS DESHIDRATADOS: EXPORTACIONES CHILENAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO EN VOLUMEN, 2002-2009 (MILES DE TONELADAS)	135
GRÁFICO 58.	PARTES DE PLANTAS DESHIDRATADAS: EXPORTACIONES CHILENAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO EN VOLUMEN, 2002-2009 (MILES DE TONELADAS)	136
GRÁFICO 59.	FRUTAS DESHIDRATADAS: NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS POR PAÍS DE DESTINO, 2002-2009	139
GRÁFICO 60.	HORTALIZAS Y HONGOS DESHIDRATADOS: NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS POR PAÍS DE DESTINO, 2002-2009 ...	140
GRÁFICO 61.	PARTES DE PLANTAS DESHIDRATADAS: NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS POR PAÍS DE DESTINO, 2002-2009	141
GRÁFICO 62.	DESHIDRATADOS HORTOFRUTÍCOLAS: NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS*	142
GRÁFICO 63.	PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DESHIDRATADOS: PERMANENCIA DE LAS EMPRESAS EN ACTIVIDAD DE EXPORTACIÓN (Nº DE AÑOS)*	143
GRÁFICO 64.	FRUTAS DESHIDRATADAS: IMPORTACIONES CHILENAS EN VALOR POR PRODUCTO, 2002-2009 (DÓLARES CIF)	144
GRÁFICO 65.	FRUTAS DESHIDRATADAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO EN VOLUMEN, 2002-2009 (TONELADAS)	145
GRÁFICO 66.	HORTALIZAS Y HONGOS DESHIDRATADOS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO EN VALOR, 2002-2009 (DÓLARES CIF)	146
GRÁFICO 67.	HORTALIZAS Y HONGOS DESHIDRATADOS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO EN VOLUMEN, 2002-2009 (TONELADAS)	147
GRÁFICO 68.	PARTES DE PLANTAS DESHIDRATADAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO EN VALOR, 2002-2009 (DÓLARES CIF)	148
GRÁFICO 69.	PARTES DE PLANTAS DESHIDRATADAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO EN VOLUMEN, 2002-2009 (TONELADAS)	149

GRÁFICO 70.	FRUTAS DESHIDRATADAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PAÍS DE ORIGEN EN VALOR, 2002-2009 (MILES DE DÓLARES CIF).....	150
GRÁFICO 71.	FRUTAS DESHIDRATADAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PAÍS DE ORIGEN EN VOLUMEN, 2002-2009 (TONELADAS).....	151
GRÁFICO 72.	HORTALIZAS Y HONGOS DESHIDRATADOS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PAÍS DE ORIGEN EN VALOR, 2002-2009 (MILES DE DÓLARES CIF)	152
GRÁFICO 73.	HORTALIZAS Y HONGOS DESHIDRATADOS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PAÍS DE ORIGEN EN VOLUMEN, 2002-2009 (TONELADAS)	153
GRÁFICO 74.	PARTES DE PLANTAS DESHIDRATADAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PAÍS DE ORIGEN EN VALOR, 2002-2009 (MILES DE DÓLARES CIF)	154
GRÁFICO 75.	PARTES DE PLANTAS DESHIDRATADAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PAÍS DE ORIGEN EN VOLUMEN, 2002-2009 (TONELADAS)	155
GRÁFICO 76.	JUGOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN Y VALOR, 1989-2009 (TONELADAS Y MILES DE US\$ FOB).....	158
GRÁFICO 77.	JUGOS DE FRUTAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN, 1989-2009 (TONELADAS).....	159
GRÁFICO 78.	JUGOS DE FRUTAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VALOR, 1989-2009 (MILES DE US\$ FOB).....	161
GRÁFICO 79.	JUGOS DE HORTALIZAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN Y VALOR, 1989-2009 (TONELADAS Y MILES DE US\$) ..	162
GRÁFICO 80.	JUGOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS: RELACIÓN VALOR/VOLUMEN DE LA EXPORTACIÓN CHILENA, 1989-2009 (US\$FOB/KILO).....	165
GRÁFICO 81.	JUGOS DE FRUTAS: EXPORTACIONES CHILENAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO EN VOLUMEN, 2002-2009 (TONELADAS)	166
GRÁFICO 82.	JUGOS DE FRUTAS: EXPORTACIONES CHILENAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO EN VALOR, 2002-2009 (MILES DE DÓLARES FOB).....	167

GRÁFICO 83.	JUGOS DE FRUTAS: NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS POR PAÍS DE DESTINO, 2002-2009	174
GRÁFICO 84.	JUGOS DE HORTALIZAS: EXPORTACIONES CHILENAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO EN VOLUMEN, 2002-2009 (TONELADAS)	175
GRÁFICO 85.	JUGOS DE HORTALIZAS: EXPORTACIONES CHILENAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO EN VALOR, 2002-2009 (MILES DE US\$ FOB).....	176
GRÁFICO 86.	JUGOS DE HORTALIZAS: NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO, 2002-2009	181
GRÁFICO 87.	JUGOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS: NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS, 2002-2009*	182
GRÁFICO 88.	JUGOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS: PERMANENCIA DE LAS EMPRESAS EN LA ACTIVIDAD DE EXPORTACIÓN (Nº AÑOS)*	183
GRÁFICO 89.	JUGOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS: IMPORTACIONES CHILENAS EN VALOR Y VOLUMEN, 2002 - 2009 (TONELADAS, DÓLARES CIF)	185
GRÁFICO 90.	JUGOS DE FRUTAS: IMPORTACIONES CHILENAS EN VALOR, 2002 - 2009 (MILES DE DÓLARES CIF)	186
GRÁFICO 91.	JUGOS DE FRUTAS: IMPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN, 2002 - 2009 (TONELADAS).....	187
GRÁFICO 92.	JUGOS DE FRUTAS: IMPORTACIONES CHILENAS EN VALOR POR PAÍS DE ORIGEN, 2002 - 2009 (MILES DE DÓLARES CIF).....	189
GRÁFICO 93.	JUGOS DE FRUTAS: IMPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN POR PAÍS DE ORIGEN 2002 - 2009 (TONELADAS)	190
GRÁFICO 94.	JUGOS DE HORTALIZAS: IMPORTACIONES CHILENAS EN VALOR POR PAÍS DE ORIGEN, 2002-2009 (MILES DE DÓLARES CIF)	192
GRÁFICO 95.	JUGOS DE HORTALIZAS: IMPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN POR PAÍS DE ORIGEN, 2002-2009 (TONELADAS)	193
GRÁFICO 96.	ACEITES DE FRUTAS Y HORTALIZAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN Y VALOR, 2002-2009 (TONELADAS, MILES DE US\$ FOB).....	195

GRÁFICO 97.	ACEITES DE FRUTAS Y HORTALIZAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN POR PRODUCTO, 2002-2009 (TONELADAS).....	196
GRÁFICO 98.	ACEITES DE FRUTAS Y HORTALIZAS: EXPORTACIONES CHILENAS EN VALOR POR PRODUCTO, 2002-2009 (MILES DE US\$ FOB)	197
GRÁFICO 99.	ACEITES DE FRUTAS Y HORTALIZAS: RELACIÓN VALOR/VOLUMEN DE LA EXPORTACIÓN CHILENA, 2002-2009 (US\$FOB/KILO)	200
GRÁFICO 100.	SUPERFICIE DE OLIVOS PLANTADA EN CHILE	203
GRÁFICO 101.	SEGMENTACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL ACEITE DE OLIVA: DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN SEGÚN TAMAÑO DE LOS PREDIOS (VALORES EN PORCENTAJE).....	205
GRÁFICO 102.	ACEITES DE OLIVA VIRGEN: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN POR PAÍSES DE DESTINO, 2002-2009 (TONELADAS)....	206
GRÁFICO 103.	ACEITES DE OLIVA VIRGEN: EXPORTACIONES CHILENAS EN VALOR POR PAÍSES DE DESTINO, 2002-2009 (MILES DE US\$ FOB)	207
GRÁFICO 104.	ACEITE DE ROSA MOSQUETA: EXPORTACIONES CHILENAS EN VOLUMEN POR PAÍSES DE DESTINO, 2002-2009 (TONELADAS)....	208
GRÁFICO 105.	ACEITE DE ROSA MOSQUETA: EXPORTACIONES CHILENAS EN VALOR POR PAÍSES DE DESTINO, 2002-2009 (MILES DE US\$ FOB)	209
GRÁFICO 106.	ACEITES: NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS, 2002-2009 ...	212
GRÁFICO 107.	ACEITE DE OLIVA: NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO, 2002-2009	213
GRÁFICO 108.	ACEITE DE ROSA MOSQUETA: NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS POR PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO, 2002-2009	214
GRÁFICO 109.	ACEITES DE FRUTAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO EN VALOR, 2002-2009 (MILLONES DE DÓLARES CIF)	215
GRÁFICO 110.	ACEITES DE FRUTAS: IMPORTACIONES CHILENAS POR PRODUCTO EN VOLUMEN, 2002-2009 (TONELADAS)	216
GRÁFICO 111.	PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO DE EXPORTACIONES DEL SECTOR DE CONSERVAS	222

GRÁFICO 112.	PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO DE EXPORTACIONES DEL SECTOR DE CONGELADOS	226
GRÁFICO 113.	PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO DE EXPORTACIONES DEL SECTOR DE DESHIDRATADOS.....	229
GRÁFICO 114.	PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO DE EXPORTACIONES DEL SECTOR DE JUGOS	233
GRÁFICO 115.	PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO DE EXPORTACIONES DEL SECTOR DE ACEITES DE FRUTAS	235
GRÁFICO 116.	PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS PROCESADOS: VALOR EXPORTADO PAÍSES BENCHMARKING Y CHILE 2001-2009 (MILES DE US\$).....	316
GRÁFICO 117.	PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS PROCESADOS: VOLUMEN EXPORTADO PAÍSES BENCHMARKING Y CHILE 2001-2009 (TONELADAS)	317
GRÁFICO 118.	CONSERVAS DE FRUTAS Y HORTALIZAS: VALOR EXPORTADO PAÍSES BENCHMARKING Y CHILE 2001-2009 (MILES DE US\$)	318
GRÁFICO 119.	CONSERVAS DE FRUTAS Y HORTALIZAS: VOLUMEN EXPORTADO PAÍSES BENCHMARKING Y CHILE 2001-2009 (TONELADAS).....	319
GRÁFICO 120.	CONGELADOS HORTOFRUTÍCOLAS: VALOR EXPORTADO PAÍSES BENCHMARKING Y CHILE 2001-2009 (MILES DE US\$).....	320
GRÁFICO 121.	CONGELADOS HORTOFRUTÍCOLAS: VOLUMEN EXPORTADO PAÍSES BENCHMARKING Y CHILE 2001-2009 (TONELADAS).....	321
GRÁFICO 122.	DESHIDRATADOS HORTOFRUTÍCOLAS: VALOR EXPORTADO PAÍSES BENCHMARKING Y CHILE 2001-2009 (MILES DE US\$)	322
GRÁFICO 123.	DESHIDRATADOS HORTOFRUTÍCOLAS: VOLUMEN EXPORTADO PAÍSES BENCHMARKING Y CHILE 2001-2009 (TONELADAS).....	323
GRÁFICO 124.	JUGOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS: VALOR EXPORTADO PAÍSES BENCHMARKING Y CHILE 2001-2009 (MILES DE US\$).....	324
GRÁFICO 125.	JUGOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS: VOLUMEN EXPORTADO PAÍSES BENCHMARKING Y CHILE 2001-2009 (TONELADAS).....	325
GRÁFICO 126.	ACEITES DE FRUTAS: VALOR EXPORTADO PAÍSES BENCHMARKING Y CHILE 2001-2009 (MILES DE US\$).....	326

GRÁFICO 127.	ACEITES DE FRUTAS: VOLUMEN EXPORTADO PAÍSES BENCHMARKING Y CHILE 2001-2009 (TONELADAS)	327
GRÁFICO 128.	ESPAÑA: VALOR EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS POR GRUPOS DE PRODUCTOS 2001-2009 (MILES DE US\$)	367
GRÁFICO 129.	ESPAÑA: VOLUMEN EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS POR GRUPOS DE PRODUCTOS 2001-2009 (TONELADAS)	368
GRÁFICO 130.	BÉLGICA: VALOR EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS POR GRUPOS DE PRODUCTOS 2001-2009 (MILES DE US\$)	388
GRÁFICO 131.	BÉLGICA: VOLUMEN EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS POR GRUPOS DE PRODUCTOS 2001-2009 (TONELADAS)	390
GRÁFICO 132.	PERÚ: VALOR EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS POR GRUPOS DE PRODUCTOS 2001-2009 (MILES DE US\$)	414
GRÁFICO 133.	PERÚ: VOLUMEN EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS POR GRUPOS DE PRODUCTOS 2001-2009 (TONELADAS)	415
GRÁFICO 134.	AUSTRALIA: VALOR EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS POR GRUPOS DE PRODUCTOS 2001-2009 (MILES DE US\$)	428
GRÁFICO 135.	AUSTRALIA: VOLUMEN EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS POR GRUPOS DE PRODUCTOS 2001-2009 (TONELADAS)	430
GRÁFICO 136.	ESTADOS UNIDOS: VALOR EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS POR GRUPOS DE PRODUCTOS 2001-2009 (MILES DE US\$)	439
GRÁFICO 137.	ESTADOS UNIDOS: VOLUMEN EXPORTADO DE PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS POR GRUPOS DE PRODUCTOS 2001-2009 (TONELADAS)	441

1. INTRODUCCIÓN / ANTECEDENTES

El presente documento contiene el Informe Técnico Final del estudio “Potencial de Producción y Exportación del Sector Agroindustrial Hortofrutícola”, que Innovación para el Desarrollo Agrario Consultora Ltda. (Ideaconsultora) desarrolló para la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA).

El Informe entrega el conjunto de productos de la consultoría, a saber:

- Diagnóstico del potencial de producción y exportación del sector agroindustrial hortofrutícola
- Proyecciones para el sector período 2010-2020
- Listado de productos no tradicionales y/o emergentes que presentan un potencial de desarrollo para nuestro país, sus exportaciones, sus proyecciones y sus mercados potenciales
- Informe detallado sobre nuevos procesos productivos y/o nuevas tecnologías usadas en el sector
- Informe sobre los principales países agroindustriales y/o competidores de Chile y sus mercados
- Informe sobre los modelos de desarrollo implementados en países líderes en esa actividad
- Informe sobre la evolución de las exportaciones de los países líderes y hacia qué mercados se han focalizado sus exportaciones
- Propuesta de acciones específicas orientadas al desarrollo del sector agroindustrial chileno

El Informe presenta además, en la sección Metodología, la descripción del conjunto de actividades desarrolladas para la elaboración de estos resultados, así como algunos aspectos de gestión asociados al desarrollo del estudio.

En la sección de Anexos se entrega información complementaria a los resultados informados; adicionalmente se entrega también un Anexo digital (en CD), donde se incluyen archivos Excel y PDF complementarios a dichos resultados.

2. OBJETIVOS GENERALES Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS

El presente estudio se orientó a alcanzar los siguientes objetivos:

2.1 Objetivo General

Analizar el potencial de producción y exportación del sector agroindustrial hortofrutícola nacional, estudiando nuevos productos y procesos productivos así como comparando su desarrollo con el de países líderes y proponiendo acciones para acelerar su crecimiento.

2.2 Objetivos Específicos

1. Analizar el potencial de producción y exportación del sector agroindustrial hortofrutícola y sus proyecciones.
2. Analizar el potencial de producción y exportación del sector agroindustrial hortofrutícola para productos no tradicionales y/o emergentes, determinar sus proyecciones y su mercado potencial.
3. Estudiar nuevos procesos productivos y/o nuevas tecnologías de procesamiento usadas en el sector.
4. Estudiar los productos exportados por los principales países agroindustriales y/o competidores de Chile y sus mercados.
5. Estudiar el modelo de desarrollo de la agroindustria hortofrutícola en países líderes en esta actividad.
6. Analizar acciones específicas que se pudieran implementar en nuestro país orientadas al desarrollo del sector agroindustrial.

3. METODOLOGÍA

Se describen en esta sección los principales aspectos de la metodología y las actividades desarrolladas para generar el conjunto de productos que se entregan en este Informe Final, de acuerdo con la propuesta metodológica que se presentó en el Informe de Avance N° 1.

Como marco de referencia, se presentan a continuación el objetivo general del estudio, el conjunto de objetivos específicos y los resultados asociados a ellos, esquematizados en esos tres niveles. En primer lugar (Figura 1) se detallan los objetivos 1 a 3 y luego (Figura 2), los objetivos 4 a 6.

Figura 1. **Esquema general del estudio: Objetivo general, objetivos específicos 1 a 3 y resultados asociados**

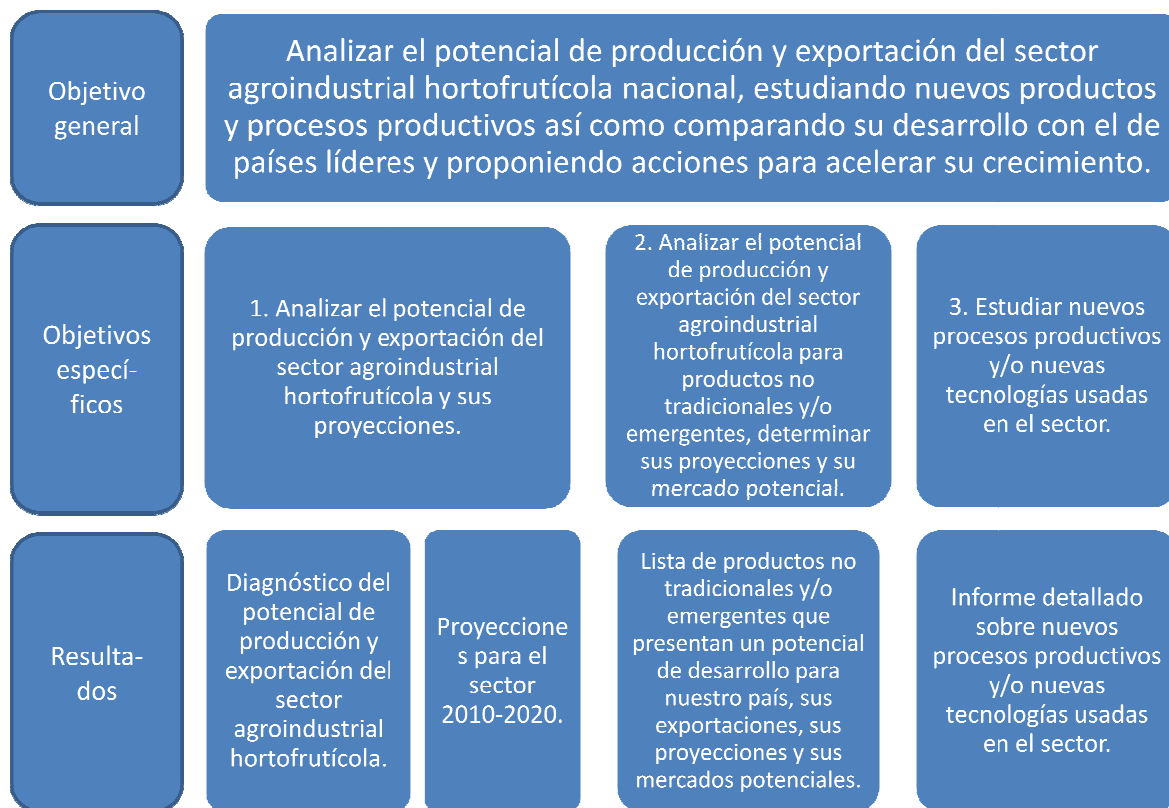
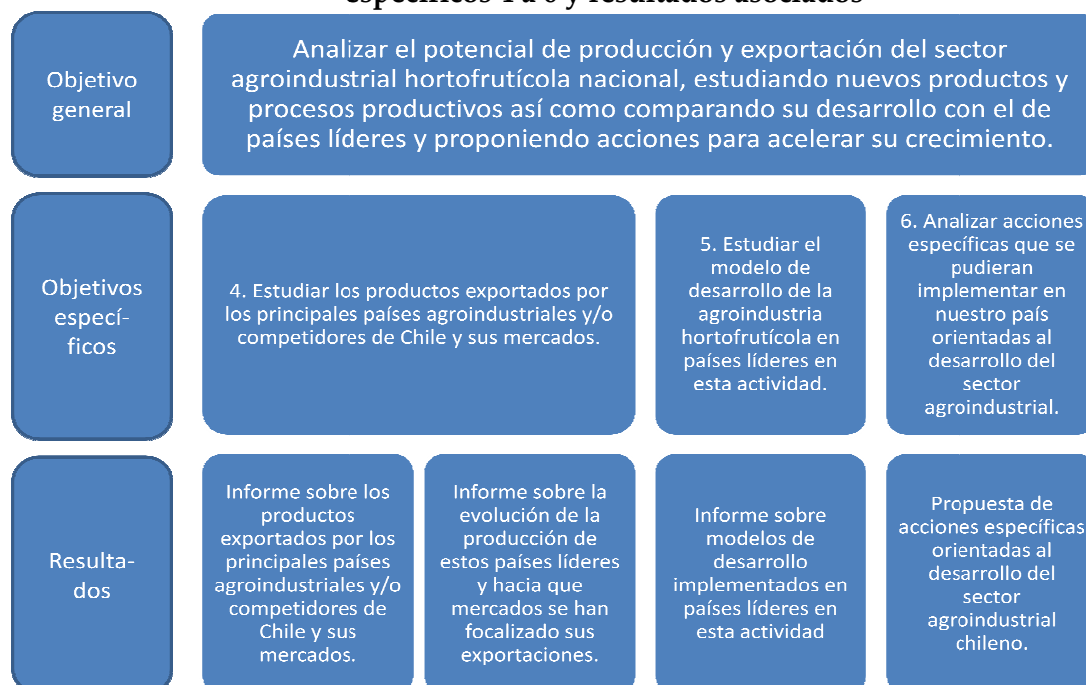


Figura 2. **Esquema general del estudio (continuación): objetivo general, objetivos específicos 4 a 6 y resultados asociados**



En el marco de los objetivos y resultados esperados señalados, las principales actividades que consideró la consultoría se estructuran en cuatro etapas (Figura 3), que se implementaron en cierta medida en forma paralela y generaron información complementaria:

Figura 3. **Etapas de desarrollo de la consultoría**



A continuación se detallan los aspectos metodológicos asociados a los distintos productos.

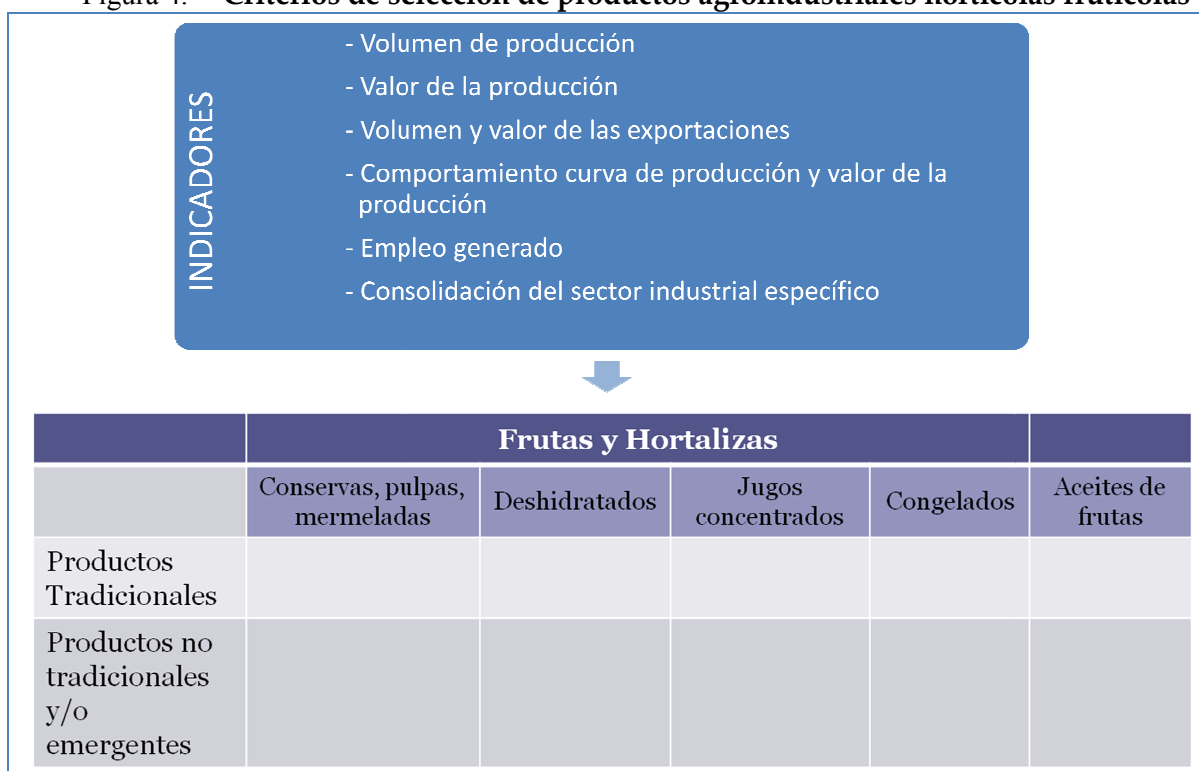
3.1 Etapa 1: Análisis de la situación actual del sector agroindustrial hortofrutícola nacional, su potencial de producción y exportación y sus proyecciones para la próxima década

La Etapa 1 buscó cumplir con los objetivos 1 y 2 del presente estudio (analizar el potencial de producción y exportación del sector agroindustrial hortofrutícola y sus proyecciones, y analizar el potencial de producción y exportación del sector agroindustrial hortofrutícola para productos no tradicionales y/o emergentes, determinar sus proyecciones y su mercado potencial).

Esta etapa consideró el análisis tanto de productos tradicionales como no tradicionales y/o emergentes del sector agroindustrial nacional.

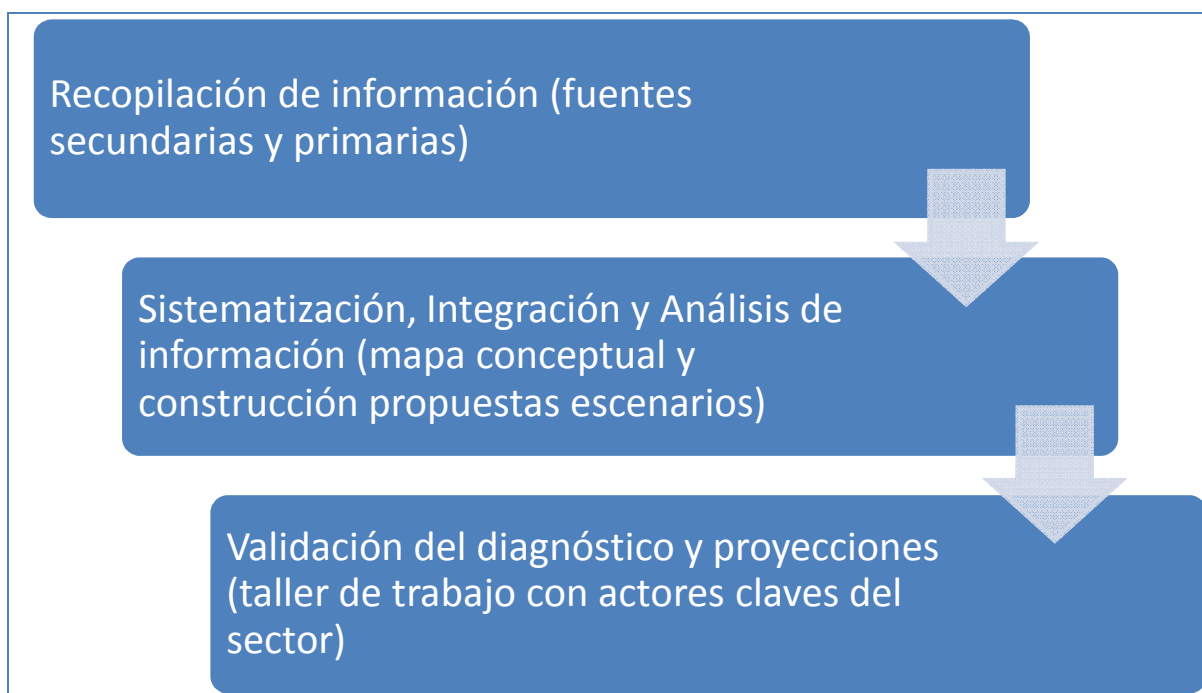
Dentro de la canasta exportadora de este sector, se tomó como definición de producto no tradicional y emergente aquel cuyo registro exportador no supere los 10 años y manifieste una tendencia creciente en su participación de mercado (tasa de crecimiento en valor y volumen se mantiene o tiende a aumentar), superior a la tasa de crecimiento anual promedio del grupo.

Figura 4. **Criterios de selección de productos agroindustriales hortícolas frutícolas**



Los pasos metodológicos correspondientes a la Etapa 1 “Análisis de la situación actual del sector agroindustrial hortofrutícola nacional, su potencial de producción y exportación y sus proyecciones para la próxima década”, son los que se muestran en la Figura 5.

Figura 5. **Pasos metodológicos de la Etapa 1**
“Análisis de la situación actual del sector agroindustrial hortofrutícola nacional, su potencial de producción y exportación y sus proyecciones para la próxima década”



3.1.1 Recopilación de información

La recopilación de información de fuentes secundarias consideró fuentes de carácter nacional e internacional. Entre las fuentes nacionales de información escrita se revisaron documentos y bases de datos del Banco Central, Chilealimentos, Aduanas, ODEPA, estudios y análisis del sector agroindustrial hortofrutícola encargados por entidades públicas de gobierno como la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (CONICYT) y otras, entidades académicas, asociaciones gremiales, Agencias Regionales de Desarrollo Productivo (ARDP), entre otras. A nivel internacional se revisaron las principales bases de datos de comercio internacional (de International Trade Centre, ITC, y United Nations Commodity Trade Statistics Database, COMTRADE), diversos estudios de carácter prospectivo del sector agroalimentario y de su entorno de desarrollo internacional.

La recopilación de información a partir de las bases de datos a nivel nacional e internacional sobre comercio de estos productos hizo necesario definir el universo sobre el cual se trabajaría en el estudio. De acuerdo con ello, en el Anexo 1 se presentan los códigos SACH¹ usados a nivel nacional e internacional para los productos agroindustriales que considera el estudio, tal como fueron confirmados por la contraparte de ODEPA, en base a una propuesta presentada por Ideaconsultora. Fue en función de esa selección de códigos (productos) que se construyeron las bases de datos, de acuerdo con la información estadística disponible con ese criterio. De todas formas, cabe señalar que la mayoría de los estudios disponibles sobre este sector no especifican qué productos se considera, por lo que no es posible saber con certeza si los datos son comparables entre sí y a qué gama de productos se refiere cada estudio. Los documentos y bases de datos que fueron recopilados se detallan en la sección “Referencias” del presente informe.

La recopilación de información de fuentes primarias se realizó mediante la aplicación de entrevistas semi-estructuradas a un conjunto de actores nacionales relevantes de los sectores público, privado (empresarial, gremial y consultores) y académico vinculados a esta industria. Las entrevistas tuvieron por objetivo recoger la percepción de los actores sectoriales sobre el potencial de desarrollo de la agroindustria hortofrutícola nacional y construir los posibles escenarios futuros.

La aplicación de las entrevistas consideró las siguientes actividades: Diseño de la pauta de entrevista (que fue validada por la contraparte de ODEPA); Selección de entrevistados; Contacto a entrevistados; Aplicación de entrevistas; y Sistematización de la información recogida en las entrevistas.

Diseño de una pauta de entrevista: Se diseñó una pauta de entrevista semi-estructurada, que permitiera abordar cada uno de los objetivos anteriormente planteados y que al mismo tiempo fuera sintética y amigable. La pauta propuesta por Ideaconsultora fue validada con la contraparte técnica de ODEPA. Esta pauta se entrega en Anexo 2, en sus dos versiones, para entrevistas orientadas a empresarios y a especialistas.

Para el logro de los objetivos planteados, las temáticas que abordó la entrevista fueron:

- Características de la cadena producción del sector y experiencia del entrevistado en su ámbito de dominio
- Capacidades para el desarrollo de nuevos productos y/o procesos
- Potencial productivo del sector y experiencia
- Potencial exportador del sector y experiencia
- Países referentes del sector y experiencia

¹ Sistema Armonizado Chile, basado en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (con una estructura común a nivel de 6 dígitos) que utilizan gran número de países a nivel internacional.

- Proyecciones

Cada una de las temáticas mencionadas se abordó con una profundidad adecuada al perfil de cada entrevistado.

Selección de entrevistados: La selección de los entrevistados hizo posible conformar una muestra significativa y representativa de los principales actores vinculados al sector agroindustrial hortofrutícola. La definición final del grupo de personas a entrevistar fue concordada con la contraparte técnica de ODEPA (más adelante, en esta misma sección, se entrega el listado de personas efectivamente entrevistadas). A continuación se presenta el listado que se definió de posibles entrevistados²:

Académicos

- Cristián Krarup, Facultad de Agronomía, Pontificia Universidad Católica de Chile
- José Miguel Aguilera, Facultad de Ingeniería, Pontificia Universidad Católica de Chile
- Hugo Faiguenbaum, Facultad de Agronomía, Pontificia Universidad Católica de Chile y Universidad de Chile
- Fernando Vio, INTA, Universidad de Chile
- Juan Antonio Cañumir, Facultad de Ingeniería Agrícola, Universidad de Concepción
- Pedro Bouchon, Facultad de Ingeniería, Pontificia Universidad Católica de Chile
- María de La Luz Hurtado, Facultad de Agronomía, Universidad de Chile
- Juan Ignacio Domínguez, Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal, Pontificia Universidad Católica de Chile
- Oscar Melo, Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal, Pontificia Universidad Católica de Chile
- Marcos Mora, Facultad de Ciencias Agronómicas, Universidad de Chile
- Laura Almendares, Facultad Tecnológica, Universidad de Santiago de Chile

Sector Público

- Eugenia Muchnick, Directora Ejecutiva FIA
- Mauricio Cañoles, Subdirector Industria Alimentaria, Comité Innova Chile de CORFO
- Soledad Ferrada (DPA-Inocuidad, SAG)

² En un comienzo, se propuso un listado deliberadamente amplio de entrevistados posibles, considerando que la posibilidad de obtener la entrevista dentro de los plazos definidos en el cronograma dependería de la disponibilidad de cada uno de ellos y que, por lo tanto, las entrevistas efectivamente realizadas serían un número menor. Lo que se buscó fue entrevistar a un grupo de personas representativo de los distintos sectores señalados, con especialidades en los distintos temas (grupos de productos, especies) que abordó el estudio.

- Oscar Troncoso (Depto. Imagen País PROCHILE)
- Francisco Tapia, INIA
- Rebeca Iglesias, ODEPA
- Fernando Flores, CNIC
- Margarita Minchel, ProChile
- Fernando Sánchez, Fundación Chile
- Luisa Kipreos, Ministerio de Salud
- DIRECON, Ministerio de Relaciones Exteriores
- Profesionales SEREMI Agricultura de las regiones más importantes desde el punto de vista de su desarrollo agroindustrial

Sector privado (empresas, asociaciones gremiales y consultores)

Asociaciones gremiales

- Alberto Montanari, Presidente de ChileAlimentos
- Guillermo González, Gerente General de ChileAlimentos
- Carlos Descourvieres, Gerente de Desarrollo de Chilealimentos
- Andrés Acevedo, Gerente de Innovación de Chilealimentos
- Iris Carmona, Gerente General de ChileOliva
- Juan Pablo Barrios, Presidente de ChileOliva
- Lilia Masson, Presidenta Asociación Chilena de Aceites y Grasas (CORCHIGA)
- Pedro Pablo Díaz, Presidente Asociación de Productores y Exportadores de Ciruelas Secas
- Susana Carey, Presidenta Asociación Gremial de Supermercados de Chile

Empresas ³

Empresas área Conservas

- Iván Irrarázaval, AgroFoods Central Valley
- Jaime Silva, Aconcagua Foods
- Alan Willson o Patricio Pentzke, Pentzke
- Cristián Alemparte, Carozzi
- Rodolfo Véliz, Watts

Empresas área Congelados

- Gonzalo Bachelet, Alimentos y Frutos (Alifrut)
- Antonio Domínguez, Nevada Export
- Gabriel Correa, Frutos del Maipo

³ En este caso se propusieron nombres de posibles entrevistados de empresas pertenecientes a los cinco grupos que componen el sector agroindustrial hortofrutícola, en el entendido de que podrían ser reemplazados por otros del mismo perfil en la misma empresa u otro entrevistado de otras empresas de similares características, considerando que la posibilidad de realizar las entrevistas se basaba en la disponibilidad y tiempo para recibirnos dentro del plazo previsto.

- Rafael Tagle, Frioport

Empresas área Deshidratados

- Jaime Crispi, Surfrut
- Ignacio Ríos, Agrocepia
- Héctor Claro, Prunesco
- Javier Plaza, Frutexsa

Empresas área Jugos

- Karl Huber, Patagoniafresh
- Francisco Lathrop, Invertec
- David Carré, Diana Naturals S.A.
- Gerente planta agroindustrial, Agroindustrial San Clemente

Empresas área Aceites de Frutas

- Elvio Olave, Olave
- Claudio Ancelovici, Agroindustrial y Comercial Valle Arriba S.A.
- Antonio Razeto, Aceites Razeto
- Alfredo Schiappacasse, Terramater (Canepa)
- Dirk Van Der Werff, Aconcagua Oil Extract

Consultores

- Octavio Sotomayor, Agroqualitas
- Felipe Rozas, Consultor privado
- Daniel Pellizón, Consultor privado
- Isabel Quiroz, IQonsulting

Contacto a entrevistados: El contacto con las personas a entrevistar se realizó telefónicamente y vía e-mail con la necesaria antelación, de modo de construir agendas de entrevistas eficientes en el tiempo⁴.

Aplicación de entrevistas: Todas las entrevistas fueron realizadas en forma presencial por el equipo de profesionales considerado para el presente estudio. Las personas que fueron entrevistadas se listan a continuación:

NOMBRE	INSTITUCIÓN	CARGO
Académicos		
Christián Krarup Hjort	Pontificia Universidad Católica de Chile, Facultad de Agronomía	Académico

⁴ En la nota por e-mail se adjuntó carta firmada por ODEPA en que se presentaba el proyecto y se indicaba que Ideaconsultora solicitaría una entrevista. Se enviaron formatos levemente diferentes para entidades gremiales y para otras personas y entidades.

NOMBRE	INSTITUCIÓN	CARGO
Fernando Vio del Río	Universidad de Chile, Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos	Académico
Pedro Bouchon Aguirre	Pontificia Universidad Católica de Chile, Facultad de Ingeniería	Académico
María de La Luz Hurtado Pumarino	Facultad de Agronomía, Universidad de Chile	Académico
	Empresa Valle Grande	Profesional
Gloria Portilla	Universidad de Chile, Facultad de Ciencias, Depto. de Química	Académico
Juan Ignacio Domínguez Covarrubias	Universidad Católica, Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal	Decano
Oscar Melo	Pontificia Universidad Católica de Chile, Fac. de Agronomía e Ingeniería Forestal	Director Depto. Economía Agraria
Marcos Mora	Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Agronómicas	Director Depto. Economía Agraria
Laura Almendares Calderón	Universidad de Santiago de Chile, Facultad Tecnológica	Decana
Sector Público		
Eugenia Muchnick	Fundación para la Innovación Agraria (FIA)	Directora Ejecutiva
Mauricio Cañoles	Comité Innova Chile de CORFO	Subdirector de Industria Alimentaria
Javier Herreros	CORFO	Profesional
Jorge Vega	Seremi Agricultura RM	Profesional
Alejandra Gutiérrez	Seremi Agricultura Maule	Profesional de Apoyo
Margarita Minchel	ProChile	Jefa Departamento de Alimentos Procesados
Alex Sawadi	ProChile	Profesional
Min. Relaciones Exteriores, Dir. Gral. Relac. Económ. Internacionales (DIRECON)	Rodrigo Contreras Alvarez	Director de Asuntos Económicos Bilaterales
Rebeca Iglesias	ODEPA	Rubrista Oleaginosas
Gabriel Saavedra	Instituto de Investigaciones Agropecuarias (INIA)	Director Centro Estudios en Alimentos Procesados, Reg. del Maule
Asociaciones gremiales		
Guillermo González	ChileAlimentos	Gerente General
Iris Carmona	ChileOliva	Gerente General
María Paz Soto	Asociación de Productores y	Gerenta

NOMBRE	INSTITUCIÓN	CARGO
	Exportadores de Ciruelas Secas (APECS)	
Gabriela Moglia	ChileOliva	Profesional
Empresas Área Conservas		
Max Von Bischofshausen	Pentzke	Gerente General
Gonzalo Molina	Watts	Subgerente de Abastecimiento de Frutas
Empresas Área Congelados		
Gonzalo Bachelet	Alimentos y Frutos (Alifrut)	Gerente
Antonio Domínguez	Nevada Export	
Gabriel Correa	Frutos del Maipo	
Empresas Área Deshidratados		
Felipe Torti	Surfrut - Curicó	
Juan Luis Vial Claro	Chilenuts - Comité de Nueces de Chile	Presidente
Empresas Área Jugos		
Karl Huber	Patagoniafresh	Gerente General
Gonzalo Vega A.	Diana Naturals S.A.	Commercial Assistant & Latam Marketing Develop.
Empresas Área Aceites de Frutas		
Víctor Pérez	Natural Oils	Product manager aceite pepita de uva
Eduardo Araos	Natural Oils	Product manager aceite rosa mosqueta
Dirk Van Der Werff	Aconcagua Oil Extract; Asociación de Productores de Aceite de Palta	Director; Presidente
Marcos Rojas	Valle Grande (Olave)	Gerente Técnico
Consultores		
Octavio Sotomayor	Agroqualitas	
Daniel Pellizón	Consultor privado	
Isabel Quiroz	IQonsulting	

Sistematización de la información de las entrevistas: Toda la información recopilada por medio de las entrevistas fue sistematizada e integrada de modo que sirviera de base para el Taller de Trabajo que se realizaría con actores claves del sector, junto con la información recopilada de fuentes secundarias.

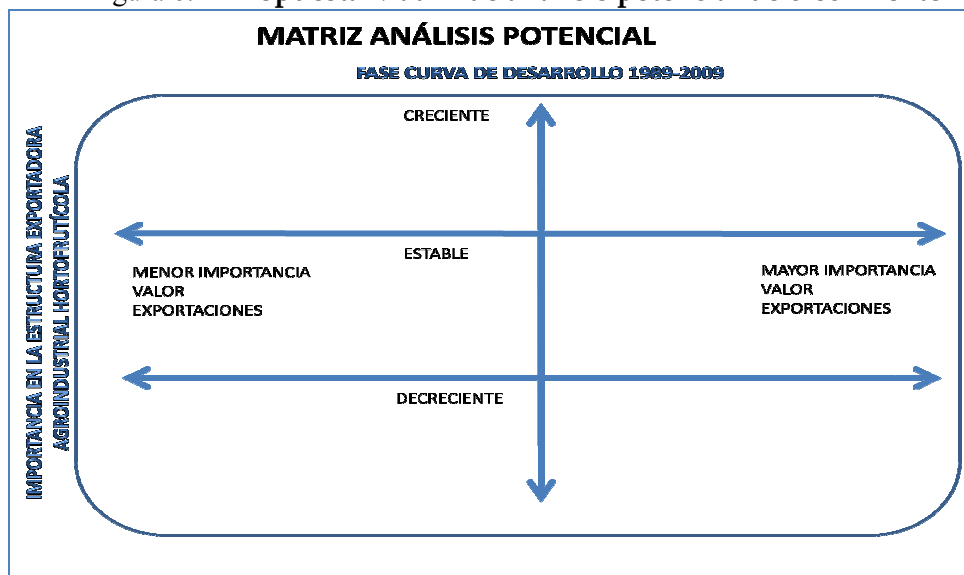
3.1.2 Sistematización, Integración y Análisis de información

La sistematización, integración y análisis de toda la información señalada hizo posible construir un diagnóstico de la situación actual del sector agroindustrial hortofrutícola nacional y de su potencial de producción; así como construir los posibles escenarios futuros que permitirían realizar las proyecciones de producción y exportación del sector agroindustrial nacional para el período 2010-2020.

Para la realización de las proyecciones de producción y exportación del sector agroindustrial nacional para el período 2010-2020 se trabajó con la combinación de dos metodologías integradas: por una parte, un análisis de enfoque prospectivo basado en la construcción de potenciales escenarios, y un segundo análisis estructurado en torno a modelos de simulación basados en las tendencias de crecimiento observadas en las últimas décadas e hipótesis de crecimiento⁵.

Este enfoque de análisis permitió combinar aspectos cuantitativos y cualitativos que hicieran posible construir escenarios futuros en el marco de una visión sistémica del desarrollo agroindustrial hortofrutícola, integrando antecedentes diversos como son, entre otros: las tendencias macroeconómicas, evolución de los mercados externos e internos, acuerdos comerciales, niveles de producción, de exportaciones, productividad, calidad, tecnología, diversidad de productos, entre otros elementos.

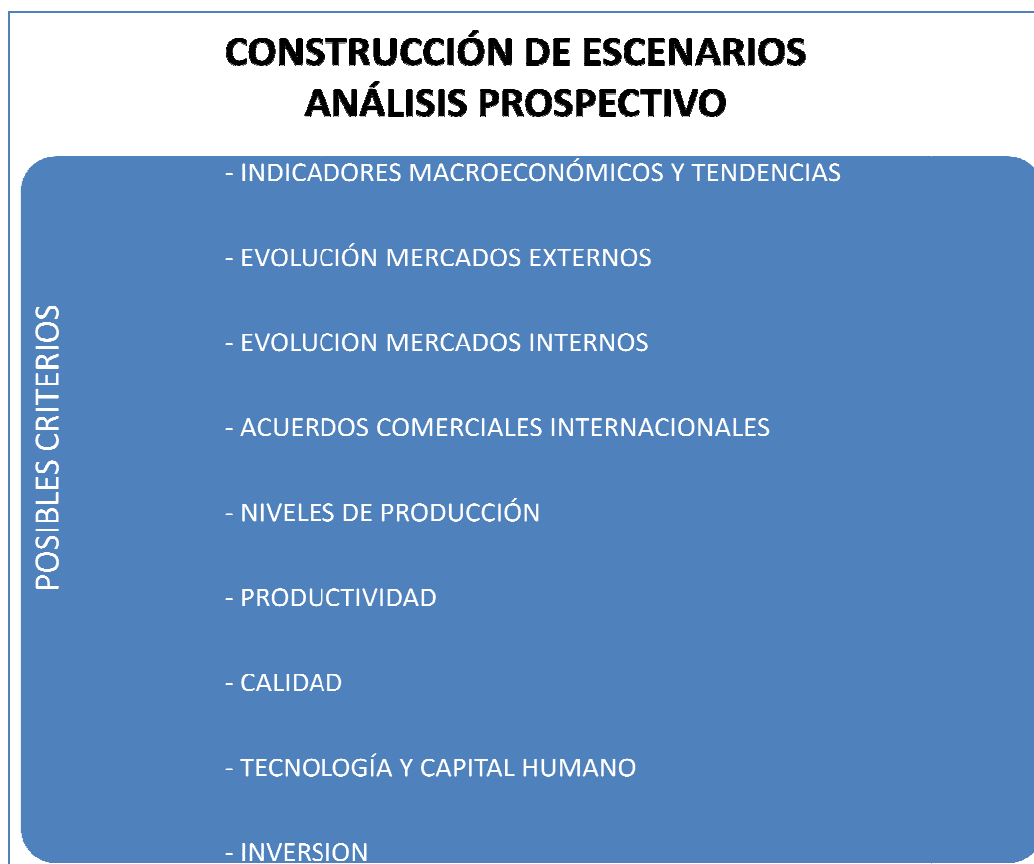
Figura 6. **Propuesta Matriz de análisis potencial de crecimiento**



⁵ Para hacer una estimación de las proyecciones fue necesario agrupar los productos de la agroindustria hortofrutícola bajo análisis; para ello la empresa consultora envió una propuesta de agregación a la contraparte técnica, la cual fue visada por ODEPA (se adjunta dentro del Anexo 4).

La definición de los escenarios futuros se propuso realizarla bajo la consideración de los indicadores que se presentan en la Figura 7, ponderados en función de los análisis desarrollados por el equipo técnico de la consultora y validados por los distintos actores participantes en el estudio a través de las entrevistas y el Taller de Trabajo y por la contraparte técnica de ODEPA.

Figura 7. **Posibles criterios a aplicar en la construcción de escenarios de análisis prospectivo**



3.1.3 Realización de un Taller de Trabajo de validación de la información

Como parte de la Etapa 1 se realizó un Taller de Trabajo con los principales actores claves del sector agroindustrial hortofrutícola, con el objetivo de consensuar y validar el diagnóstico de la situación actual de este sector en el país, la visión construida de su potencial de producción y exportación y los potenciales escenarios futuros sobre los cuales se construyeron las proyecciones de producción y exportación del sector agroindustrial nacional para el período 2010-2020. Se buscó que el Taller permitiera asimismo, en forma complementaria, ampliar el proceso de consulta y realizar un diálogo más amplio con todos los actores relevantes.

La planificación definitiva de la convocatoria al taller se realizó en conjunto con la contraparte de ODEPA. Las tareas de diseño y organización del Taller incluyeron:

- Planificación de objetivos, hilo conductor
- Selección de actores a invitar
- Redacción y envío a ODEPA de propuesta de invitación
- Envío de la invitación (validada por ODEPA) y recepción de confirmaciones
- Desarrollo del Taller
- Sistematización de los resultados del Taller

En Anexo 3 se entregan los siguientes documentos asociados a la organización del Taller: Propuesta de Ideaconsultora sobre organización del Taller: objetivo, metodología, rol de ODEPA, propuesta de asistentes, lugar y fecha y programa de trabajo; propuesta de invitación; formato de invitación definitiva; y programa de trabajo definitivo.

El Taller se realizó el día 28 de diciembre de 2010 (entre 9:00 y 13:00 horas) en dependencias de ODEPA. El listado de participantes es el siguiente:

NOMBRE	CARGO	ENTIDAD
Alejandro Cubillos	Profesional	Centro Regional de Estudios en Alimentos Saludables (CREAS)
Andrés Acevedo	Profesional Área de Innovación	ChileAlimentos
Ema Laval	Jefa del Departamento de Política Agraria	ODEPA
Gabriel Saavedra	Director Centro de Estudios en Alimentos Procesados, VII Región	Instituto de Investigaciones Agropecuarias (INIA)
Gabriela Moglia	Coordinadora de Proyectos	ChileOliva
Guillermo González	Gerente General	ChileAlimentos
Juan Ignacio Sánchez	Profesional de Apoyo, Área de Fomento	INDAP
Juan Luis Vial	Presidente	Chilenut
Marcos Mora	Director Departamento de Economía Agraria	Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad de Chile
Margarita Minchel	Jefa del Departamento de Alimentos Procesados	ProChile

NOMBRE	CARGO	ENTIDAD
Patricio Caniulao	Profesional, Dirección de Asuntos Económicos Bilaterales	DIRECON
Pilar Eguillor	Profesional Agricultura Orgánica, Hortalizas y Papas, Departamento de Políticas Agrarias	ODEPA
Soledad Hidalgo	Profesional Unidad de Desarrollo Estratégico	Fundación para la Innovación Agraria (FIA)

En cuanto a los aspectos metodológicos, en la realización del Taller se aplicó una metodología de Planificación Estratégica Participativa, de tal manera de hacer posible la participación y la concertación de decisiones por parte del grupo y -a través de un ejercicio situacional- estimular la participación crítica de cada uno de los participantes.

El Taller contó con la conducción por parte de una moderadora responsable de orientar, conducir la discusión y facilitar los consensos. Para la discusión se utilizó la metodología de visualización en tarjetas, que consiste en que los participantes expresan sus propuestas en forma escrita, mediante tarjetas (y luego de ello intervienen para dar explicaciones adicionales sólo si es necesario); las ideas se agrupan de acuerdo a su naturaleza y pertinencia, modificándose si es preciso de acuerdo a la discusión. De este modo, la participación es horizontal, es decir, en igualdad de condiciones para todos los participantes.

La metodología aplicada presenta un conjunto de ventajas que pueden resumirse en las siguientes:

- Ninguna idea se pierde, dado que queda un adecuado registro escrito de la discusión.
- Facilita la obtención de los consensos.
- Exige claridad conceptual antes de pedir la palabra.
- Estimula la capacidad de síntesis.
- Optimiza el uso del tiempo.

En cuanto al programa de Trabajo, el Taller se inició con las palabras de bienvenida del Director Nacional de ODEPA, quien presentó los objetivos y el contexto en que se enmarca el estudio. Se realizó luego la presentación “Diagnóstico y proyecciones del sector de agroindustria hortofrutícola nacional”, a cargo de profesionales de Ideaconsultora (la presentación se entrega como archivo digital, en el CD adjunto a este informe). Esta presentación fue entregada en copia impresa a cada uno de los asistentes al taller al inicio del mismo.

El trabajo de Taller propiamente tal, se realizó en tres etapas:

- En primer lugar, se pidió a los participantes identificar los factores que pueden constituir limitantes al desarrollo competitivo de la agroindustria hortofrutícola nacional. Se les solicitó anotar estos factores en una o más tarjetas y luego las tarjetas se fueron agrupando de acuerdo con la semejanza de contenido, a medida que cada participante iba precisando el sentido de lo que había escrito en cada una de ellas.
- Frente al conjunto de tarjetas ya comentadas y agrupadas por temáticas afines, se solicitó a los participantes indicar (en forma colectiva) cuáles de los factores identificados eran gobernables y cuáles eran no gobernables (ya sea por la propia industria, por el gobierno, por el sector de la investigación, en forma genérica) y esa condición se fue señalando mediante tarjetas adicionales.
- Frente al conjunto de factores limitantes señalados como “gobernables”, se pidió finalmente a los participantes proponer acciones o iniciativas que permitieran hacer frente a dicho factor, buscando superarlo; nuevamente las propuestas se hicieron mediante tarjetas escritas, que se fueron asociando a cada uno de los factores antes identificados.

El Taller finalizó con unas breves palabras de cierre por parte de ODEPA y con el compromiso de la entidad de poner a disposición la información generada por el estudio, a través de su sitio web, cuando haya finalizado el estudio.

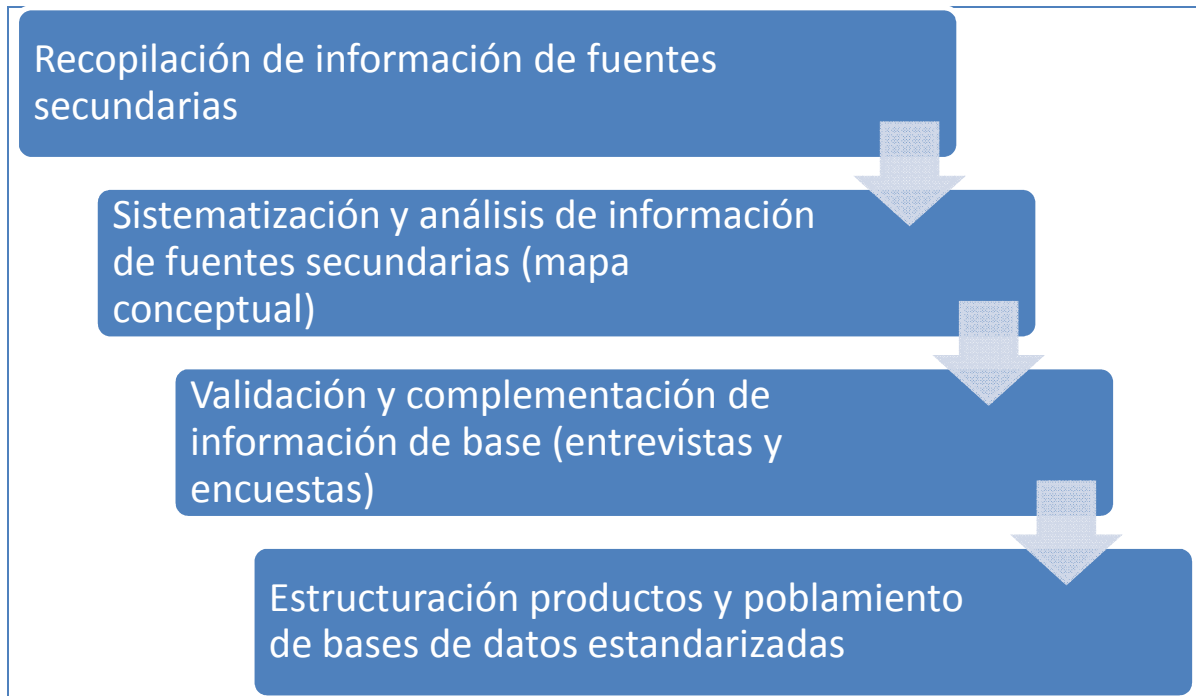
Con posterioridad al desarrollo del Taller, la empresa consultora envió una nota a cada uno de los asistentes, para agradecerles su participación y su aporte en el Taller, junto con enviar adjunta la presentación realizada. Como parte del Anexo 3 se incluye la transcripción de los resultados del Taller.

3.2 Etapa 2: Identificación de nuevos procesos productivos y nuevas tecnologías usadas en el sector agroindustrial hortofrutícola nacional.

El objetivo de la Etapa 2 fue abordar el objetivo específico 3 del estudio (estudiar nuevos procesos productivos y/o nuevas tecnologías usadas en el sector).

Para el cumplimiento del dicho objetivo, los pasos metodológicos considerados en la etapa 2 “Identificación de nuevos procesos productivos y nuevas tecnologías usadas en el sector agroindustrial hortofrutícola nacional” fueron los que se muestran en forma esquemática a en la Figura 8 y luego se describen.

Figura 8. Pasos metodológicos de la Etapa 2
“Identificación de nuevos procesos productivos y nuevas tecnologías
usadas en el sector agroindustrial hortofrutícola nacional”



3.2.1 Recopilación de información de fuentes secundarias

La recopilación de información de fuentes secundarias tuvo por objetivo recabar antecedentes sobre la actividad y las capacidades de desarrollo de nuevos procesos productivos y tecnologías en el sector agroindustrial hortofrutícola existentes en el país y, particularmente, información que permitiera identificar los principales grupos de investigación y empresas del sector, sus principales áreas de trabajo (líneas de investigación, productos y servicios) y las principales redes de colaboración existentes. El foco de estas capacidades fueron los grupos de investigación en entidades privadas o públicas, consorcios tecnológicos, empresas nacionales, empresas extranjeras, centros de transferencia tecnológica, entre otros.

Para estos fines se buscó recopilar fundamentalmente información referida a estudios y programas especiales de apoyo, proyectos de I+D+i, publicaciones científicas, patentes, productos y servicios, entre otros elementos que permitieran identificar y caracterizar las entidades de investigación y sus grupos, y las empresas que trabajan en el país.

La revisión de información secundaria se realizó desde diversas fuentes públicas de información y fuentes documentales, incluyendo instituciones nacionales y regionales, y considerando documentos escritos y bases de datos.

Para la recopilación de antecedentes generados por estudios y programas especiales de apoyo en el ámbito de nuevos procesos productivos en el sector agroindustrial hortofrutícola, estadísticas, visiones y tendencias sectoriales, se revisó documentación del Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad (CNIC), Banco Central de Chile, Ministerio de Economía, Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), Ministerio de Agricultura, Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA), Fundación para la Innovación Agraria (FIA), Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (CONICYT), Academia Chilena de Ciencias, Universidades y Centros de Investigación, Asociaciones Gremiales (ej: ChileAlimentos, ChileOliva), entre otras instituciones, incluyendo principalmente los siguientes tipos de documentos:

- Estadísticas de exportación del Banco Central de Chile y ODEPA
- Reportes sectoriales y publicaciones de ODEPA
- Reportes de ChileAlimentos
- Informe final Agenda de Competitividad del sector agroindustrial
- Estudios generados en el marco del Cluster Agroalimentario
- “Estudio para prospectar factores críticos para el crecimiento de la industria de recursos naturales en rubros relevantes”. Encargado por el Programa de Atracción de Inversiones Extranjeras de la Gerencia de Inversión y Desarrollo de CORFO. Realizado por IdeaConsultora Ltda. entre septiembre de 2006 y enero de 2007.
- “Directorio de investigadores”. Estudio encargado por la Academia de Ciencias, año 2005.

Para la recopilación de información de los principales proyectos de I+D+i realizados en el ámbito de procesos y tecnologías agroindustriales hortofrutícolas en el país se revisaron las bases de datos de las fuentes públicas de apoyo a la ciencia, desarrollo tecnológico e innovación (CONICYT, CORFO y FIA, entre otros), la información de las instituciones de investigación y de las empresas disponible en documentos escritos y páginas web.

La recopilación de información sobre los proyectos de investigación, desarrollo tecnológico e innovación cuya ejecución ha sido financiada por recursos públicos del país se realizó directamente mediante la revisión de las bases de datos públicas y mediante solicitudes complementarias de información a las principales fuentes de financiamiento presentes en el país, tanto a nivel nacional como regional. Se consideraron las siguientes instituciones y/o programas: CONICYT, CORFO, FIA, Fondo SAG, Iniciativa Científica Milenio y Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR), principalmente.

De este modo, se recopiló información de los siguientes programas y tipos de proyectos:

En CONICYT, la información de proyectos apoyados por esta entidad a través de las siguientes áreas y programas:

- Programa de Unidades Regionales de Desarrollo Científico y Tecnológico.
- Información disponible en el Departamento de Relaciones Internacionales: Proyectos ejecutados con apoyo del Programa de Cooperación Internacional.
- Fondo de Investigación Avanzada en Áreas Prioritarias FONDAP: Centros de Excelencia.
- Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico, FONDECYT: Proyectos FONDECYT Regular, de Iniciación, de Postdoctorado y de Cooperación Internacional.
- Programa de Investigación Asociativa (PIA) ex Programa Bicentenario de Ciencia y Tecnología (PBCT): Consorcios Tecnológicos, Anillos, Cooperación Internacional, Inserción de Investigadores, Centros de Excelencia, entre otros.
- Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico, FONDEF: Proyectos de Investigación y Desarrollo y de Infraestructura Científica y Tecnológica.

En CORFO, la información existente relacionada con proyectos, para lo cual se revisó y solicitó la información de INNOVA Chile, en todos sus programas de apoyo a proyectos de desarrollo tecnológico e innovación.

En el Ministerio de Agricultura, la información existente relacionada con proyectos, para lo cual se revisaron las bases de datos y se solicitó la información de las siguientes instituciones y programas dependientes del Ministerio:

- Servicio Agrícola Ganadero (SAG): programa del Fondo de Mejoramiento del Patrimonio Sanitario (FONDO-SAG).
- Fundación para la Innovación Agraria (FIA) en su programa de apoyo a Proyectos de Innovación.

En el Ministerio de Planificación y Cooperación (MIDEPLAN), la información de proyectos, para lo cual se revisaron las bases de datos y se solicitó información de los programas Iniciativa Científica Milenio y Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR).

Complementariamente a la recopilación de información a partir de las bases mencionadas se revisó la información existente en las páginas web y publicaciones de las universidades, centros de investigación nacionales y regionales, asociaciones gremiales y empresas relacionadas.

Para la recopilación de información de las principales publicaciones científicas realizadas en nuevos procesos y nuevas tecnologías agroindustriales hortofrutícolas se revisaron las bases de datos SCI (Science Citation Index), elaboradas por el Institut for Scientific Information (ISI), de Estados Unidos (abarca Ciencias de la Vida, Medio Ambiente,

Tecnología, Física, Química y Medicina y su versión On Line cubre aproximadamente 5.300 revistas, incorporando unas 900.000 referencias al año).

Para la recopilación de información de las principales patentes solicitadas y obtenidas en el ámbito de nuevos procesos agroindustriales hortofrutícolas, se consultó el sistema de información de United States Patent and Trademark Office (USPTO) y las bases de datos del Instituto Nacional de Propiedad Industrial de Chile (INAPI).

Para la recopilación de información complementaria sobre las empresas existentes en el ámbito de nuevos procesos y tecnologías agroindustriales hortofrutícolas y sus características (productos y servicios, entre otros factores) se revisaron los directorios realizados por las asociaciones gremiales del sector e información disponible en documentos y en la web.

El objetivo de esta recopilación de información sobre estudios y programas de apoyo, proyectos de I+D+i, publicaciones científicas y patentes fue identificar el conjunto de grupos de investigación, empresas y otras entidades que trabajan en nuevos procesos y nuevas tecnologías agroindustriales hortofrutícolas en el país, así como sus líneas de investigación, productos, servicios y redes de colaboración.

3.2.2 Sistematización y análisis de información de fuentes secundarias

Para la sistematización y análisis de la información recopilada, se confeccionó un mapa conceptual que permitiera integrar la información existente, identificar su calidad, su especificidad y profundidad, y señalar su fuente de origen y su grado de actualización, entre otros factores. Este mapa conceptual permitió sistematizar la información, facilitar su análisis e identificar vacíos de información o información contradictoria.

3.2.3 Validación y complementación de información de base

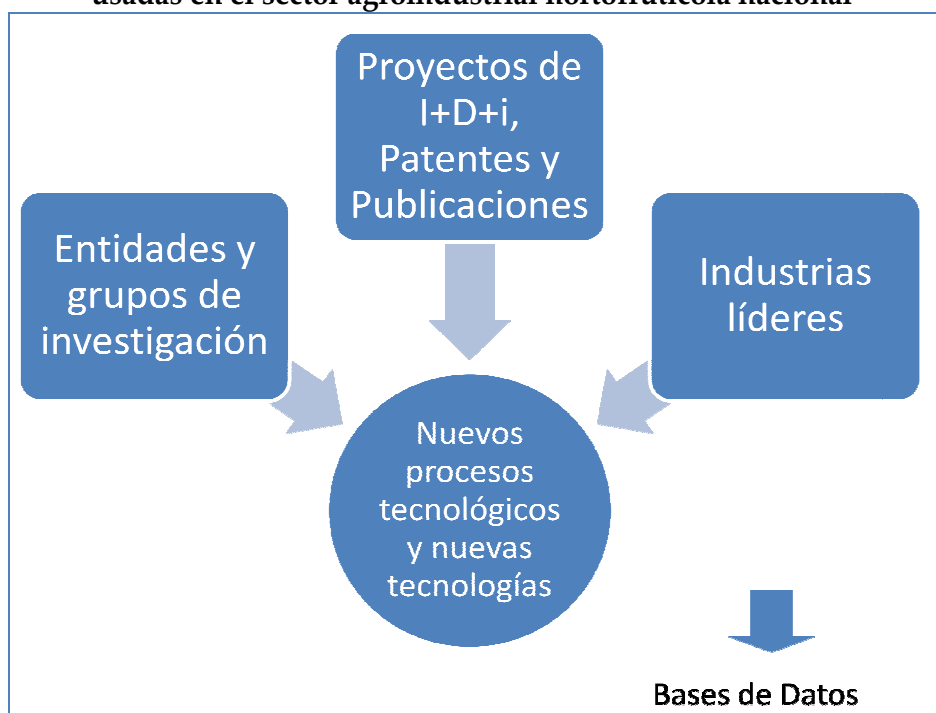
La información así recopilada y sistematizada fue validada y complementada a través de la entrevista semi-estructurada ya descrita en la etapa anterior. Estas entrevistas tuvieron por objetivo completar posibles vacíos de información, principalmente en relación a la identificación de las principales entidades y empresas que desarrollan actividad en el ámbito de nuevos procesos y nuevas tecnologías agroindustriales hortofrutícolas.

3.2.4 Estructuración de productos y poblamiento de bases de datos estandarizada

Por último, toda la información recopilada de la forma señalada anteriormente se ordenó de manera de darle la estructura de los productos que se busca obtener. Los productos

correspondientes a la Etapa 2 “Identificación de nuevos procesos productivos y nuevas tecnologías usadas en el sector agroindustrial hortofrutícola nacional” son los que se señalan en la Figura 9:

Figura 9. **Productos de la Etapa 2**
“Identificación de nuevos procesos productivos y nuevas tecnologías
usadas en el sector agroindustrial hortofrutícola nacional”

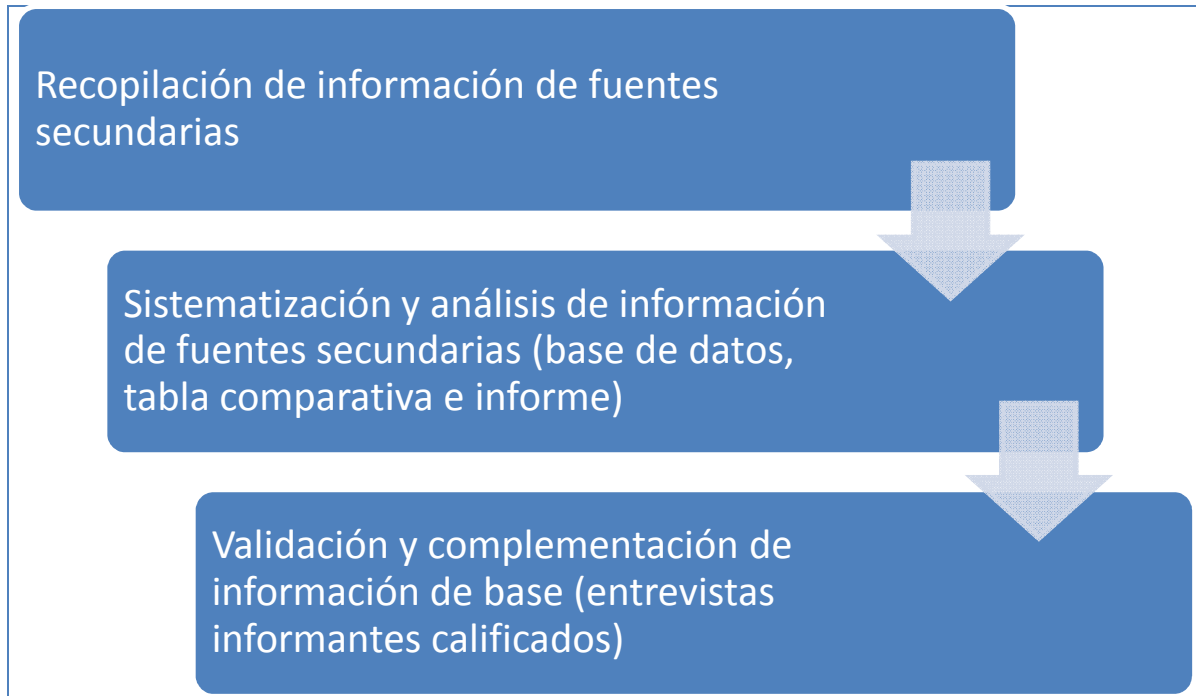


3.3 Etapa 3: Realización de un estudio de benchmarking de principales países agroindustriales y/o competidores de Chile

El objetivo de la Etapa 3 fue abordar los objetivos específicos 4 y 5 del estudio (estudiar los productos exportados por los principales países agroindustriales y/o competidores de Chile y sus mercados; y estudiar el modelo de desarrollo de la agroindustria hortofrutícola en países líderes en esta actividad).

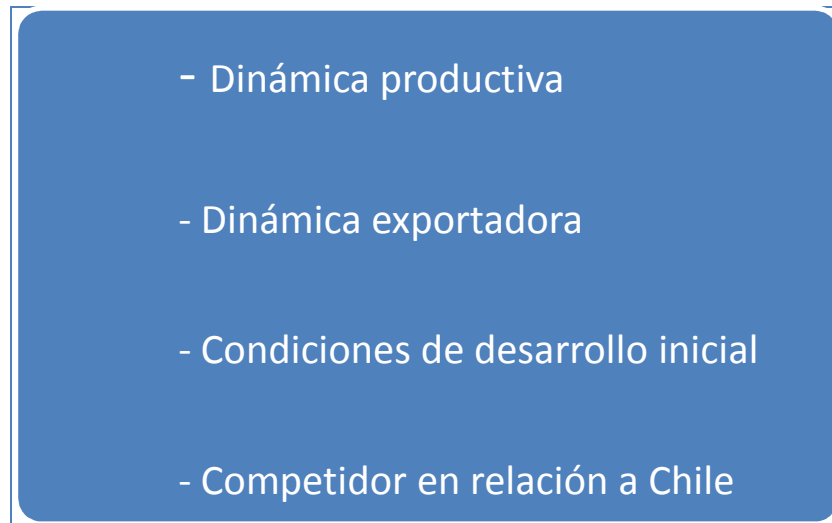
Para lo anterior, los pasos metodológicos considerados en el desarrollo de la Etapa 3 “Realización de un estudio de benchmarking de principales países agroindustriales y/o competidores de Chile” fueron los que se muestran en la Figura 10:

Figura 10. **Pasos metodológicos de la Etapa 3**
“Realización de un estudio de benchmarking de principales países agroindustriales y/o competidores de Chile”



Esta etapa consideró la elección de cinco países que se abordarían mediante el estudio de benchmarking, los cuales fueron concordados con la contraparte técnica del estudio. Para la elección de estos países se planteó la aplicación de los indicadores que se presentan en la Figura 11:

Figura 11. **Posibles criterios a aplicar en la selección de países agroindustriales a abordar en el estudio de benchmarking**



Como parte del Anexo 4 se adjunta la Propuesta de Países Benchmarking realizada por Ideaconsultora; y las cartas que se intercambiaron con la contraparte del estudio en el proceso de validación de dicha propuesta. Finalmente, los países seleccionados para el estudio de benchmarking, como resultado de ese proceso, fueron Australia, Bélgica, España, Perú y los estados de California y Oregón en Estados Unidos.

En cuanto a los aspectos metodológicos del estudio de benchmarking, se buscó entregar una visión global del estado actual de la agroindustria hortofrutícola en cada uno de los países y regiones en análisis así como del proceso de desarrollo seguido por esta industria en cada uno de ellos.

La recopilación de información sobre el entorno en que se desenvuelve la agroindustria hortofrutícola se orientó a recopilar información sobre las instituciones, políticas e instrumentos que apoyan el desarrollo de dicha industria a lo largo de toda la cadena, organizando la información –en lo posible- de manera de facilitar la comparación entre los diferentes países, así como con la realidad de Chile.

La información de producción, exportación y principales mercados de los países estudiados se recopiló de las principales bases de datos internacionales (en particular, base de datos COMTRADE de las Naciones Unidas)

Para la recopilación y sistematización de información en esta fase se desarrollaron las siguientes etapas metodológicas:

3.3.1 Recopilación de información en fuentes secundarias

El conjunto de información antes mencionada se recopiló, en una primera etapa, desde fuentes secundarias documentales; y se complementó y validó en una segunda etapa mediante comunicaciones escritas con redes de profesionales extranjeros.

3.3.2 Sistematización de la información

Se seleccionó y priorizó la información recopilada a fin de sistematizar aquella información que resultara más relevante, actualizada y en lo posible homogénea para el conjunto de países. A partir de ello, se elaboró una tabla comparativa que sintetizara la información sobre productos exportados y sus mercados, y los modelos de desarrollo de la agroindustria hortofrutícola existentes.

Se preparó asimismo en esta etapa un informe escrito que describe el sector agroindustrial hortofrutícola de cada uno de los países y el entorno en que se desarrolla, para entregar una visión de conjunto y con mayor nivel de análisis.

3.3.3 Validación de la información

La información recopilada y sistematizada en las etapas anteriores fue validada y complementada mediante entrevistas o comunicación por escrito con informantes calificados del sector agroindustrial (entre ellos, integrantes del sector de empresas de base tecnológica, de procesamiento agroindustrial hortofrutícola, agencias regulatorias y de fomento de los países seleccionados, agencias de desarrollo, o sectores de la investigación, entre otros).

En cuanto al “Informe sobre los productos exportados por los principales países agroindustriales y/o competidores de Chile y sus mercados”, la información estadística se obtuvo de International Trade Center (ITC) que toma información de COMEX.

Para la elaboración de este informe, se identificaron en cada uno de los grandes grupos de productos (conservas, deshidratados, congelados, jugos y aceites), aquellos países que son líderes de la exportación a nivel mundial. En el caso de aquellos grupos que incluyen un conjunto muy diverso de productos dependiendo de la materia prima de origen (asociada a los cultivos que se desarrollan en cada país), se realizó una subdivisión para recoger esa diversidad, y para hacer posible un análisis más focalizado dentro de subgrupos que incluyeran productos de mayor homogeneidad. Tal fue el caso, principalmente, de los aceites y los deshidratados.

Para cada uno de los grupos y subgrupos de productos, se identificaron los países líderes, es decir, aquellos que presentan los mayores niveles de exportación a nivel mundial (en términos de valor). Para cada país se identificaron (dentro del grupo de productos en

análisis) sus principales productos de exportación (en términos de valor exportado en 2009) y se sistematizó la siguiente información:

- Valor exportado en miles de US\$, años 2001 a 2009 de cada uno de los principales productos
- Volumen exportado en toneladas, años 2001 a 2009 de cada uno de los principales productos
- Tasa de crecimiento anual para cada año entre 2001 y 2009 y tasa de crecimiento anual promedio para todo el período (promedio de las tasas de crecimiento calculadas para cada año)
- Principales cinco países de destino de las exportaciones, considerando el conjunto de productos del grupo en análisis, medidas en valor (ordenados según el valor exportado en 2009), y valor exportado a ese país, años 2001 a 2009

El detalle de esta información para cada uno de los grandes grupos (conservas, congelados, deshidratados, jugos y aceites) y subgrupos se entregan en planillas Excel como Anexo digital al presente informe.

Sobre la base de esa información, el “Informe sobre los productos exportados por los principales países agroindustriales y/o competidores de Chile y sus mercados”, entrega para grupo o subgrupo una visión de síntesis sobre cada uno de los países líderes, que incluye la siguiente información (en el esquema indicado):

- Grupo (o subgrupo de productos)
- País líder - Principales productos

Principales productos (dentro del grupo en análisis) exportados por el país en 2009: se consideran en cada caso los principales productos, incluyendo en general hasta cinco (o un número mayor cuando eso hace posible incluir productos que son de interés para Chile o cuando en los cinco primeros existen categorías poco específicas, como “otros” o “los demás”).

Para cada uno de los productos se entrega:

- Valor exportado en 2009 en miles de US\$
- Volumen exportado en 2009 en toneladas
- Precio medio, calculado como el cociente entre valor exportado y volumen exportado en 2009 (en dólares por kilo)
- Tasa de crecimiento anual promedio de la exportación en valor, para el período 2001-2009 (o el período para el cual haya datos disponibles)

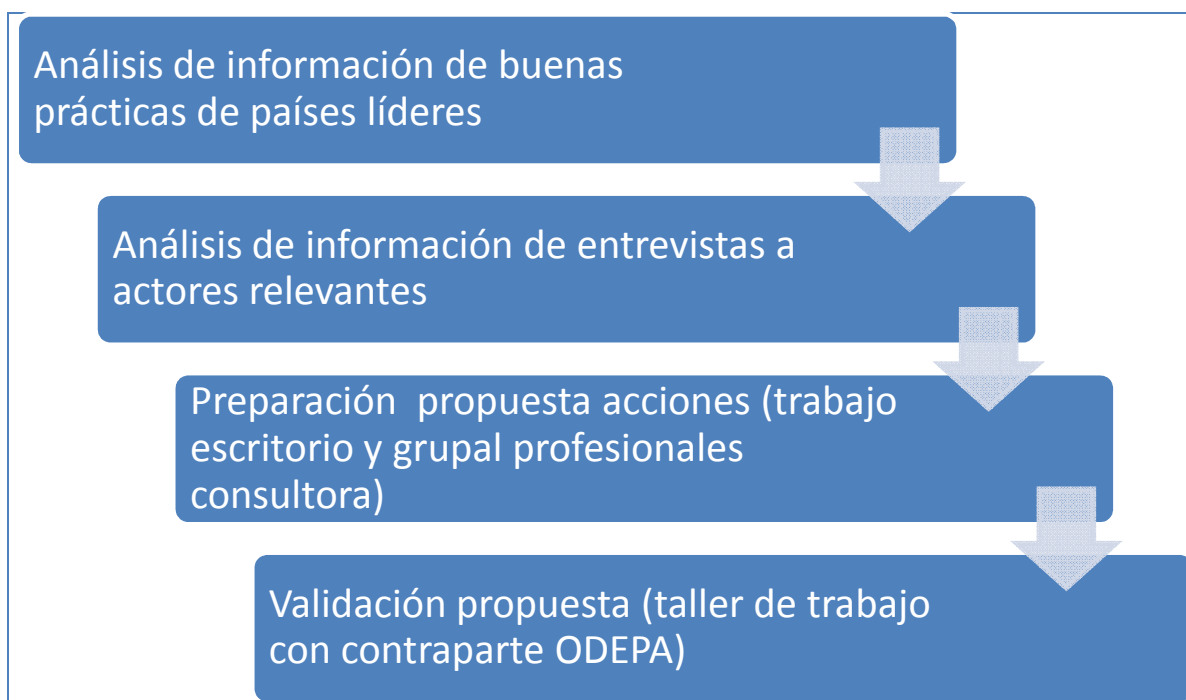
Para el grupo de productos se entrega además:

- Valor total exportado por el país en 2009 del grupo de productos (y el porcentaje que representa del total mundial)
- Principales cinco países de destino de las exportaciones del país de ese grupo de productos.

3.4 Etapa 4: Generación de una propuesta de acciones que favorezcan el desarrollo del sector agroindustrial hortofrutícola nacional

La Etapa 4 buscó cumplir el objetivo específico 6 (analizar acciones específicas que se pudieran implementar en nuestro país orientadas al desarrollo del sector agroindustrial). En la Figura 12 se muestran en forma esquemática los pasos metodológicos considerados en esta etapa del estudio.

Figura 12. Pasos metodológicos de la Etapa 4
“Propuesta de acciones que favorezcan el desarrollo del sector agroindustrial hortofrutícola nacional”



En esta etapa del estudio se elaboró una propuesta de acciones que favorezcan el desarrollo del sector agroindustrial hortofrutícola nacional. Para la elaboración de esta propuesta de acciones se consideró la información referida a buenas prácticas identificadas en los países líderes, la información recogida en las entrevistas y el Taller de Trabajo con

actores relevantes de sector agroindustrial nacional (realizada en la Etapa 2 del estudio), y la experiencia del equipo técnico de la consultora.

3.5 Algunos aspectos de gestión de la consultoría

Se describen brevemente los principales aspectos de gestión de la consultoría y en particular las instancias de coordinación que en forma permanente se han sostenido entre la empresa consultora y la contraparte técnica de ODEPA.

- Se realizó el día 8 de octubre de 2010 una reunión de puesta en marcha (en dependencias de ODEPA), en la cual participaron Ema Laval, Pilar Eguillor y Silvio Banfi por parte de ODEPA, y María José Etchegaray y Macarena Vio por parte de IdeaConsultora. En esta reunión se presentó una síntesis de la propuesta metodológica del estudio, elaborada por IdeaConsultora y aprobada por ODEPA. La presentación fue realizada por las profesionales de IdeaConsultora y se basó en información contenida en un archivo digital en formato powerpoint, el cual se adjunta como parte del Anexo digital (en CD) de este informe.
- Una segunda reunión se realizó a fines de octubre de 2010, con el objetivo de analizar y comentar las observaciones realizadas por ODEPA al Informe de Avance Técnico N° 1 de la consultoría. En ella participaron Pilar Eguillor, de ODEPA, y Macarena Vio, de Ideaconsultora.
- Se mantuvo posteriormente una coordinación permanente para concordar diversos aspectos del desarrollo de la consultoría, principalmente:
 - la definición de productos (códigos SACH) de la agroindustria hortofrutícola que se considerarían en el desarrollo del estudio (el listado definitivo concordado se entrega en Anexo 1)
 - los contenidos y formato de la entrevista semi-estructurada que se aplicaría a empresarios y especialistas del sector (se adjuntan como Anexo 2)
 - el listado de posibles personas a entrevistar (se incorpora en la sección Metodología)
 - los diversos aspectos de organización del Taller de Trabajo que se realizó el 28 de diciembre de 2010 (se adjuntan en Anexo 3)
 - el listado de personas a ser invitadas al Taller de Trabajo (se incorporó en la sección Metodología)
 - la forma de agrupar los productos para la realización de las proyecciones y la definición de los países para el estudio de benchmarking (las propuestas y comunicaciones escritas asociadas a estos aspectos se adjuntan en Anexo 4)
 - la prórroga que solicitó Ideaconsultora para la entrega del Informe Técnico de Avance N° 2, que fue aprobada por la contraparte técnica de ODEPA (se adjuntan cartas en el Anexo 5).

4. RESULTADOS

4.1 Diagnóstico del potencial de producción y exportación del sector agroindustrial hortofrutícola

4.1.1 PANORAMA INTERNACIONAL

Los países dependen de manera creciente de las importaciones para abastecer sus necesidades de alimentos y, consecuentemente, las exportaciones mundiales de alimentos muestran una tasa de aumento creciente a través del tiempo.

Entre las tendencias que se observan actualmente en el consumo de alimentos pueden destacarse:

- La orientación de los consumidores hacia alimentos saludables y convenientes, sin dejar de lado su atractivo (características de sabor y aroma, entre otros).
- Una alta demanda de los mercados exigentes por los alimentos de origen mediterráneo, por sus características organolépticas y de salud. Se trata de alimentos para cuya producción existen condiciones de clima adecuado en la zona central de Chile, además de California, Australia, Sudáfrica y los países en torno al Mar Mediterráneo.
- La incorporación de las mujeres al trabajo fuera de casa y el aumento del número de familias unipersonales o con pocos integrantes hacen que estos alimentos sean cada vez más demandados.

De acuerdo con información de COMTRADE (2008), entre 1996 y 2006 las exportaciones mundiales de alimentos crecieron a una tasa promedio de 6,6% anual, al pasar desde US\$ 371,1 mil millones (1996), a US\$ 408,1 mil millones (2002) y US\$ 703,8 mil millones (2006).

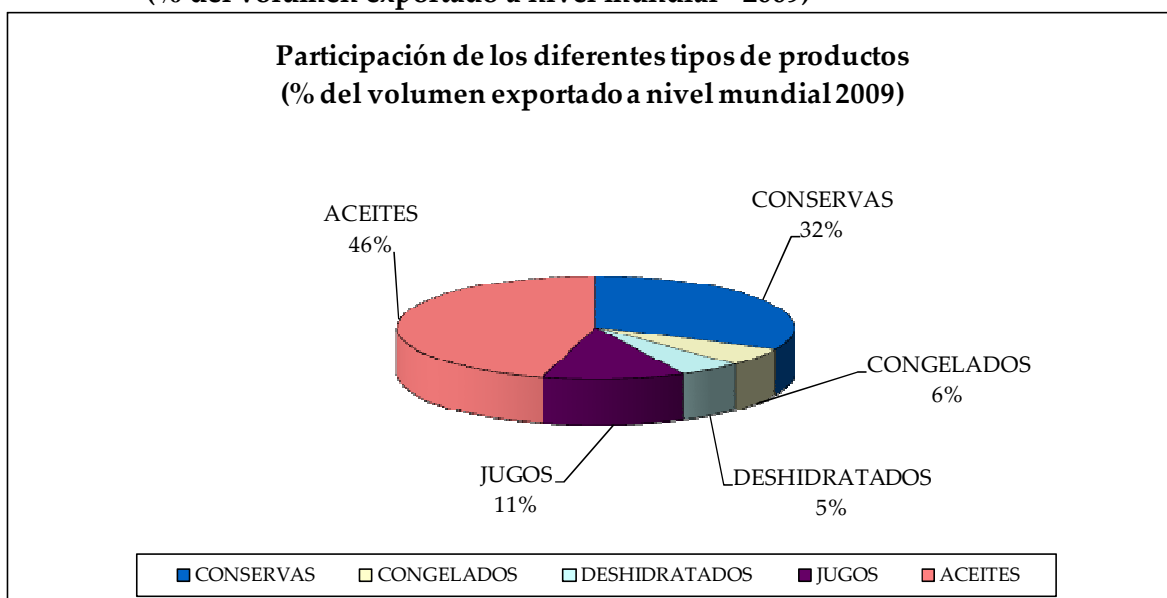
EXPORTACIONES DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS PROCESADOS

Las exportaciones mundiales de procesados hortofrutícolas (incluyendo conservas, congelados, deshidratados, jugos y aceites) han aumentado en los últimos años en términos de valor, desde US\$ 42.314,2 millones en 2001 hasta US\$ 109.589,2 millones en 2009, con un crecimiento acumulado de casi 160% a lo largo del período.

En términos de volumen, el aumento de las exportaciones ha sido menor, desde 81.581.047 toneladas en 2001 hasta 103.846.215 toneladas en 2009, lo que equivale a un aumento acumulado de 27,3%. Esta evolución es resultado del incremento del volumen exportado de conservas, congelados, deshidratados y aceites, que va desde 38,0% en el caso de los congelados hasta 91,5% en el caso de los aceites, en tanto que el volumen exportado de jugos disminuyó casi un 60% en el ese período

En cuanto a la importancia relativa de los distintos tipos de productos en el volumen mundial exportado, considerando las exportaciones de 2009 (Gráfico 1) se observa que los aceites representan el 46% del valor total, las conservas el 32%, los jugos el 11%, y los congelados y deshidratados una proporción similar, en torno al 6%.

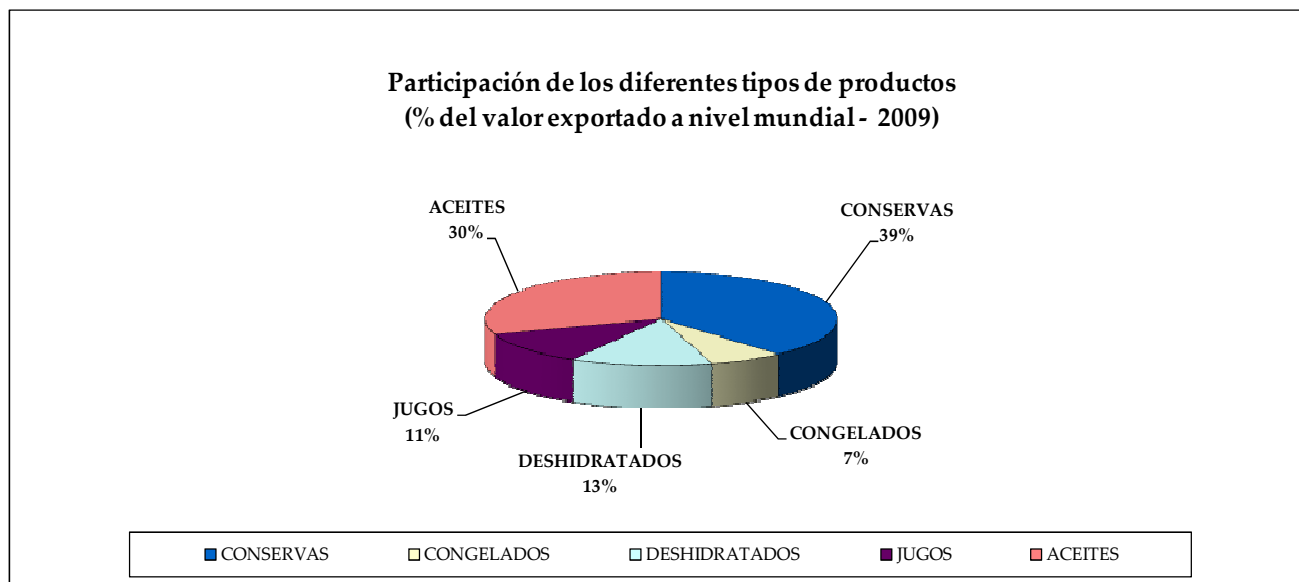
Gráfico 1. Participación de los diferentes tipos de productos en el volumen exportado (% del volumen exportado a nivel mundial - 2009)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En términos de valor (Gráfico 2), la importancia relativa de los distintos tipos de productos varía. En este caso la mayor proporción la representan las conservas, con un 39%, y en segundo lugar los aceites, cuyas exportaciones generan el 30% del valor. Les siguen los deshidratados, cuya participación en el valor exportado, de 13%, es muy superior a su participación en el volumen (5%). Los jugos mantienen una participación del 11% en el valor total exportado, tal como ocurre en términos de volumen; y los congelados aumentan levemente su peso en el total de exportaciones de productos hortofrutícolas de 6% en términos de volumen a 7% en términos de valor.

Gráfico 2. Participación de los diferentes tipos de productos en el valor exportado (% del valor exportado a nivel mundial - 2009)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Evolución del valor exportado

Como ya se indicó, a nivel mundial las exportaciones de los distintos tipos de productos hortofrutícolas procesados aumentaron desde un monto de US\$ 42.314,2 millones en 2001 hasta US\$ 109.589,2 millones en 2009, registrando así un crecimiento cercano al 160% acumulado a lo largo del período.

El valor exportado muestra en el período 2001-2009 en su conjunto una evolución positiva para todos los grupos de productos, como resultado de los aumentos que se registran año a año, con la excepción de 2009, en que se registró una baja generalizada, asociada a la crisis económica internacional (ver Cuadro 1). El crecimiento acumulado 2001-2009 es más destacado en el caso de los aceites (302%), que registran un porcentaje muy superior al resto de los grupos. Las exportaciones de los otros grupos aumentan a lo largo del período en porcentajes más parejos, que alcanzan al 128% en el caso de las conservas y deshidratados y porcentajes algo menores en el caso de los congelados (117%) y los jugos (casi 112%).

Hay que destacar que, con la excepción de los aceites, el crecimiento del valor que se registra a lo largo del período no es sólo resultado de un mayor volumen exportado, ya que en los distintos grupos de productos el valor exportado evolucionó en forma más positiva que el volumen. Así, la exportación de conservas aumentó casi un 68% en volumen y un 128% en valor; la de congelados casi un 71% en volumen y un 117% en valor; la de deshidratados un 88% en volumen y un 128% en valor; y la de jugos

disminuyó un 59% en volumen pero aun así aumentó un 112% en valor. Esto muestra el alto incremento del valor unitario que muestran estos productos a lo largo del período en análisis.

En el caso de los aceites, el volumen exportado se incrementó once veces, en tanto que el valor correspondiente sólo se cuadruplicó.

Cuadro 1. Procesados hortofrutícolas: exportaciones mundiales por tipo de producto, valor 2001-2009 (Miles de US\$ FOB y variación porcentual)

Tipo de producto	Valor 2001	Valor 2002	Var. 02/01 %	Valor 2003	Var. 03/02 %	Valor 2004	Var. 04/03 %	Valor 2005	Var. 05/04 %
Conservas	18.505.498	20.266.070	9,5	23.753.617	17,2	27.274.852	14,8	29.584.579	8,5
Congelados	3.424.859	3.735.520	9,1	4.536.366	21,4	5.023.856	10,7	5.439.786	8,3
Deshidratados	6.264.385	6.712.591	7,2	8.017.058	19,4	9.717.069	21,2	12.168.089	25,2
Jugos	5.872.409	6.429.939	9,5	7.671.239	19,3	7.982.444	4,1	8.957.838	12,2
Aceites	8.247.055	11.127.901	34,9	14.251.566	28,1	17.805.336	24,9	18.948.301	6,4
TOTAL	42.314.206	48.272.021	14,1	58.229.846	20,6	67.803.557	16,4	75.098.593	10,8

continuación

Tipo de producto	Valor 2006	Var. 06/05 %	Valor 2007	Var. 07/06 %	Valor 2008	Var. 08/07 %	Valor 2009	Var. 09/08 %	Var. Acum. 09/01 (%)	Var. prom anual 2001-09
Conservas	32.934.649	11,3	39.954.364	21,3	45.841.615	14,7	42.223.769	-7,9	128,2	11,18
Congelados	6.377.636	17,2	7.589.111	19,0	8.469.036	11,6	7.442.848	-12,1	117,3	10,65
Deshidratados	12.837.988	5,5	14.065.188	9,6	15.091.237	7,3	14.292.113	-5,3	128,1	11,26
Jugos	10.897.625	21,7	14.312.246	31,3	15.260.447	6,6	12.445.737	-18,4	111,9	10,79
Aceites	21.762.483	14,9	30.866.869	41,8	44.278.100	43,4	33.184.772	-25,1	302,4	21,16
TOTAL	84.810.381	12,9	106.787.778	25,9	128.940.435	20,7	109.589.239	-15,0	159,0	13,30

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

El valor exportado cada año por los distintos tipos de productos, considerados en conjunto, es siempre creciente hasta 2008, y luego en 2009 se registra una baja que para el total de procesados es de 15%. Algo similar ocurre con cada uno de los grupos por separado: su valor exportado aumenta cada año hasta 2008 y en 2009 se registra una baja que va desde un 5,3% en el caso de los productos deshidratados hasta un 25,1% en el caso de los aceites.

Las tasas de crecimiento que muestran los distintos grupos hasta 2008 son muy variables. La evolución más pareja se registra en el año 2003, cuando el valor exportado de todos los grupos aumenta en torno al 20%, con un porcentaje incluso más alto en el caso de los aceites. En general, los aceites son los que registran los aumentos más notorios,

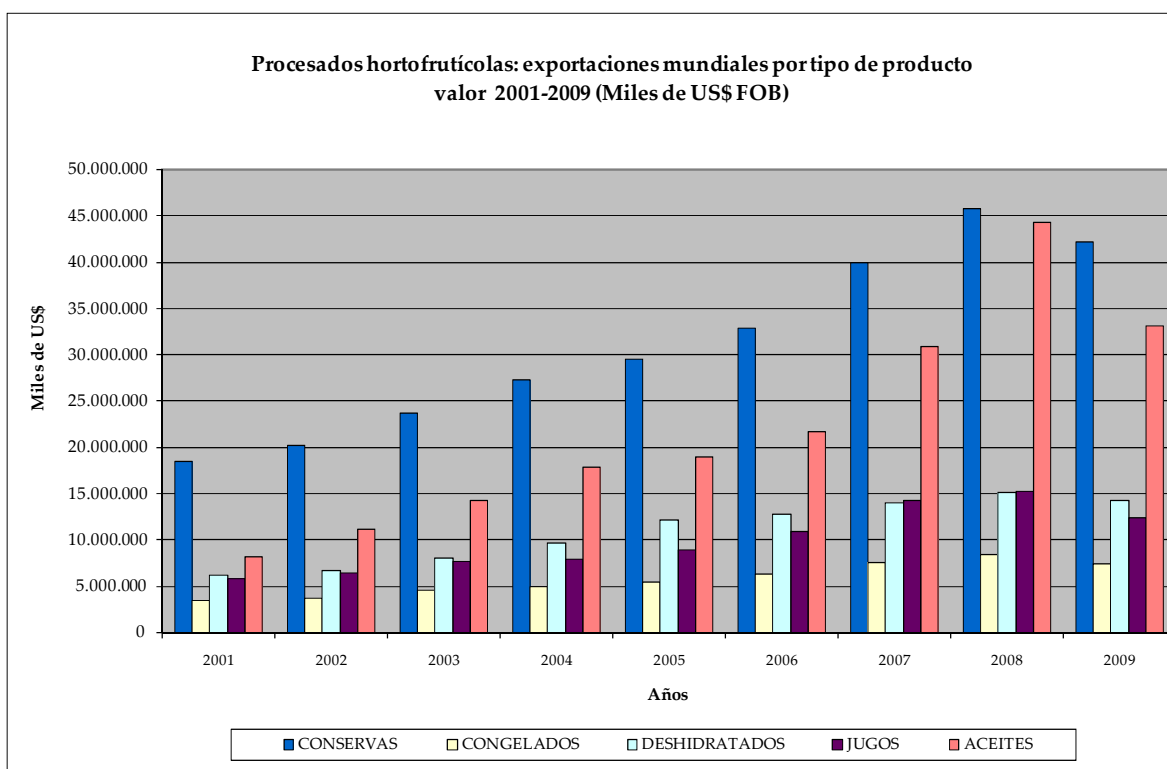
especialmente en 2007 y 2008, cuando superan el 40%, pero en cambio en 2005 su aumento es muy bajo.

En el caso de los deshidratados, el valor exportado registra sus mayores incrementos entre 2003 y 2005. Posteriormente los crecimientos son menores, pero también es menor la baja (de 5,3%) que registra este grupo en 2009, cuando todos los valores exportados caen en forma generalizada.

El valor exportado de congelados muestra sus mayores crecimientos en 2003 y luego entre 2006 y 2008. Las conservas registran mayores crecimientos hacia el final del período (2007 y 2008) y en 2009 muestran una baja moderada (de 7,9%). En el caso de los jugos, los mayores crecimientos del valor exportado se registran en los años 2006 y 2007 (entre 20% y 30%), luego el crecimiento se modera bastante en 2008, antes de la baja que muestran todos los grupos en 2009, que en el caso de los jugos es bastante pronunciada (de 18,4%).

La evolución global del valor exportado a nivel mundial de cada grupo de productos puede observarse en el Gráfico 3, a continuación.

Gráfico 3. Procesados hortofrutícolas: exportaciones mundiales por tipo de producto, valor 2001-2009 (Miles de US\$ FOB)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Evolución del volumen exportado

La evolución comentada difiere si las exportaciones mundiales de productos hortofrutícolas se analizan en términos de volumen (Cuadro 2). En el período 2001-2009, aumentaron los volúmenes exportados de conservas, congelados, deshidratados y aceites, pero los de jugos disminuyeron en casi un 60% (hay que recordar en todo caso, que el valor correspondiente a estas exportaciones de jugo aumentó poco más de 110% en el mismo período, como ya de indicó).

El mayor crecimiento corresponde al volumen exportado de aceites, que casi se duplicó entre 2001 y 2009. Los volúmenes exportados de los otros grupos de productos aumentaron en porcentajes de 67,6% en el caso de las conservas, 38,0% en los congelados y 49,6% en los deshidratados.

Cuadro 2. Procesados hortofrutícolas: exportaciones mundiales por tipo de producto, volumen 2001-2009 (Toneladas y variación porcentual)

Tipo de producto	Volumen 2001	Volumen 2002	Var. 02/01 %	Volumen 2003	Var. 03/02 %	Volumen 2004	Var. 04/03 %	Volumen 2005	Var. 05/04 %
Conservas	19.832.100	16.118.867	-18,7	18.049.907	12,0	24.603.991	36,3	29.359.112	19,3
Congelados	4.231.016	4.315.492	2,0	4.503.196	4,3	4.976.847	10,5	5.450.726	9,5
Deshidratados	3.558.470	3.549.811	-0,2	3.872.920	9,1	4.553.422	17,6	4.582.651	0,6
Jugos	29.167.190	8.854.393	-69,6	9.442.920	6,6	8.948.633	-5,2	11.132.118	24,4
Aceites	24.792.271	25.000.060	0,8	27.733.109	10,9	30.635.825	10,5	35.017.498	14,3
TOTAL	81.581.047	57.838.623	-29,1	63.602.052	10,0	73.718.718	15,9	85.542.105	16,0

Continuación Cuadro 2.

Tipo de producto	Volumen 2006	Var. 06/05 %	Volumen 2007	Var. 07/06 %	Volumen 2008	Var. 08/07 %	Volumen 2009	Var. 09/08 %	Var. Acum. 09/01 (%)	Var. prom anual 2001-09
Conservas	31.800.631	8,3	33.409.022	5,1	33.283.001	-0,4	33.246.511	-0,1	67,6	7,73
Congelados	5.854.489	7,4	6.283.211	7,3	6.246.736	-0,6	5.840.780	-6,5	38,0	4,24
Deshidratados	4.883.984	6,6	5.336.286	9,3	5.466.050	2,4	5.322.264	-2,6	49,6	5,35
Jugos	11.417.330	2,6	12.666.677	10,9	12.785.430	0,9	11.969.462	-6,4	-59,0	-4,48
Aceites	39.302.442	12,2	39.731.165	1,1	90.481.378	127,7	47.467.198	-47,5	91,5	16,25
TOTAL	93.258.876	9,0	97.426.361	4,5	148.262.595	52,2	103.846.215	-30,0	27,3	6,06

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

La evolución de las exportaciones a través de los años varía dependiendo del tipo de productos de que se trate. En el caso de las conservas, el volumen exportado aumenta

entre 2003 y 2007, con los mayores crecimientos en los años 2004 y 2005. En los últimos años del período (2008 y 2009), el volumen exportado sólo cae levemente, de tal modo que la baja registrada en 2009 por el volumen exportado (0,1%) es mucho menor que la baja registrada por el valor exportado (7,9%, como ya se comentó).

El volumen exportado de congelados aumenta en forma sostenida hasta el año 2007, en porcentajes que van desde 2,0% hasta 10,5%. En los dos últimos años, el volumen exportado cae, levemente en 2008 y en forma más notoria en 2009 (6,5%) al mismo tiempo que es año el valor exportado también disminuye, en un 12,1% como ya se comentó.

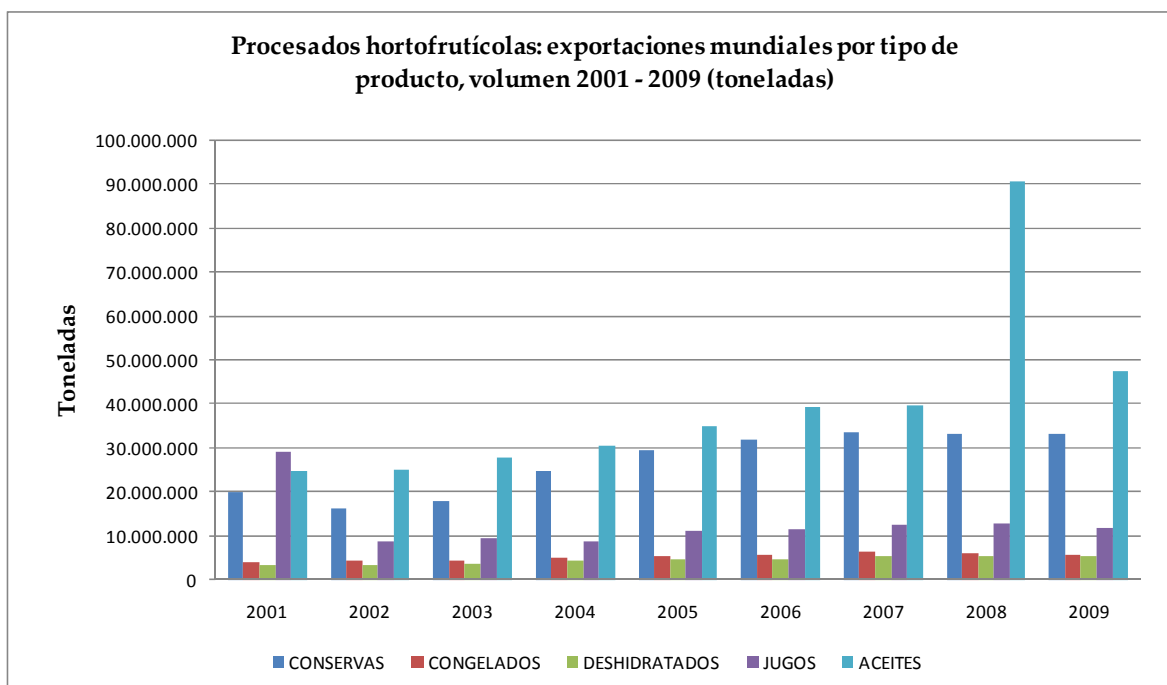
En deshidratados, el volumen exportado se mantiene prácticamente estable al comienzo del período y luego aumenta año a año a tasas bastante variables, que alcanzan su máximo en 2004 (con un 17,6%) y su mínimo al año siguiente (con un 0,6%). En 2009, el volumen exportado muestra una caída de 2,6% al tiempo que el valor respectivo disminuye un 5,3% según se comentó antes.

En cuanto a los jugos, el volumen exportado alcanza en 2001 un nivel muy alto (sobre 29 millones de toneladas), luego disminuye un 70% en 2002 y a partir de 2005 muestra crecimientos a año a año, con tasas muy variables. En 2009, el volumen exportado de jugos disminuye un 6,4%, al mismo tiempo que el valor respectivo registra una caída bastante mayor, de 18,4%.

La exportación de aceites aumenta de manera sostenida entre 2003 y 2006, siempre a tasas superiores al 10% y luego en 2008 muestra un crecimiento muy notable, de casi 128%. En 2009, cuando disminuyen los volúmenes exportados de todos los grupos de productos, los aceites registran la caída más considerable, de 47,5%, pero su valor exportado sólo disminuye un 25,1%.

La evolución global del volumen exportado a nivel mundial de cada grupo de productos puede observarse en el Gráfico 4, a continuación.

Gráfico 4. Procesados hortofrutícolas: exportaciones mundiales por tipo de producto, volumen 2001-2009 (Toneladas)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

IMPORTACIONES DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS PROCESADOS

Las importaciones de productos hortofrutícolas procesados, según cifras de 2009, registran un valor de US\$ 111.834,4 millones y un volumen de 97.681.995 toneladas, al mismo tiempo que las exportaciones de estos productos registran para ese año un nivel de US\$ 109.589,2 millones y 103.846.215 toneladas.

Evolución del valor importado

Las importaciones de productos hortofrutícolas procesados registraron en 2001 un valor de US\$ 44.354,7 millones que se incrementó hasta llegar a US\$ 111.834,4 millones en 2009 (Cuadro 3), cifras que en ambos casos son levemente superiores a los valores de exportación. Entre 2001 y 2009, las importaciones de estos productos muestran un aumento acumulado de 152% en valor, muy similar al incremento del valor exportado, que fue de 159% como se indicó antes.

En cada grupo de producto, el crecimiento acumulado del valor importado es bastante similar al crecimiento del valor exportado, aunque siempre un poco más bajo. Así, el que más aumenta es el valor importado de aceites, que registra un 286% de incremento (frente

a un crecimiento acumulado de 302% en el caso del valor exportado de estos mismos productos).

Cuadro 3. Procesados hortofrutícolas: importaciones mundiales por tipo de producto, valor 2001-2009 (Miles de US\$ FOB y variación porcentual)

Tipo de producto	Valor 2001	Valor 2002	Var. 02/01 %	Valor 2003	Var. 03/02 %	Valor 2004	Var. 04/03 %	Valor 2005	Var. 05/04 %
Conservas	18.807.430	20.412.849	8,5	23.665.605	15,9	27.525.056	16,3	30.011.643	9,0
Congelados	3.847.178	4.151.282	7,9	4.997.069	20,4	5.417.717	8,4	5.737.563	5,9
Deshidratados	6.381.535	6.886.788	7,9	8.093.587	17,5	9.821.568	21,4	11.766.721	19,8
Jugos	6.187.220	6.944.062	12,2	8.159.956	17,5	8.506.721	4,2	9.418.200	10,7
Aceites	9.131.362	12.109.813	32,6	16.289.985	34,5	19.835.598	21,8	20.891.157	5,3
TOTAL	44.354.725	50.504.794	13,9	61.206.202	21,2	71.106.660	16,2	77.825.284	9,4

Continuación

Tipo de producto	Valor 2006	Var. 06/05 %	Valor 2007	Var. 07/06 %	Valor 2008	Var. 08/07 %	Valor 2009	Var. 09/08 %	Var. Acum. 09/01 (%)
Conservas	32.698.434	9,0	39.057.403	19,4	44.538.763	14,0	41.357.915	-7,1	119,9
Congelados	6.704.678	16,9	8.010.606	19,5	9.058.870	13,1	7.871.159	-13,1	104,6
Deshidratados	12.512.126	6,3	14.149.915	13,1	15.660.853	10,7	14.510.294	-7,3	127,4
Jugos	11.101.430	17,9	14.495.177	30,6	16.175.969	11,6	12.835.159	-20,7	107,4
Aceites	23.667.216	13,3	31.352.141	32,5	44.815.812	42,9	35.259.855	-21,3	286,1
TOTAL	86.683.884	11,4	107.065.242	23,5	130.250.267	21,7	111.834.382	-14,1	152,1

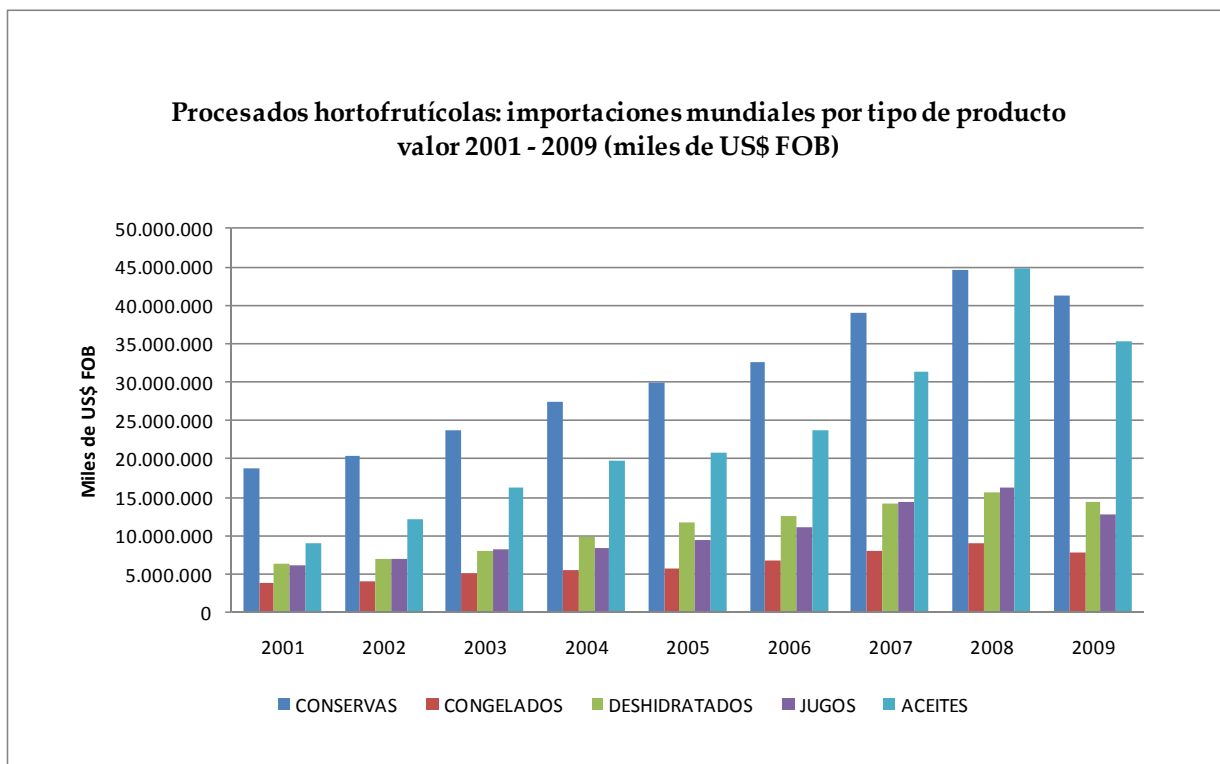
Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

A través del período en análisis, las importaciones de los diversos grupos de productos medidas en valor muestran año a año crecimientos a tasas muy diversas. En 2009, tal como ocurre con el valor exportado, el valor importado disminuye para todos los grupos de productos, en porcentajes que van desde 7,1% en el caso de las conservas hasta 21,3% en los aceites.

Como resultado de la evolución a lo largo de todo el período, el valor importado de los diversos grupos muestra un crecimiento acumulado en torno al 110% o incluso algo superior, salvo en el caso de los aceites que muestran, como ya se dijo, un crecimiento acumulado bastante mayor.

La evolución del valor importado de los distintos grupos de productos entre 2001 y 2009 se muestra en el Gráfico 5.

Gráfico 5. Procesados hortofrutícolas: importaciones mundiales por tipo de producto, valor 2001-2009 (Miles de US\$ FOB)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Evolución del volumen importado

El volumen importado del conjunto de procesados (Cuadro 4) aumentó desde 58.249.410 toneladas en 2001 hasta 97.681.995 toneladas en 2009, con un aumento acumulado de 67,7%, bastante superior al aumento que registró en el mismo período el volumen exportado, que fue de 27,3%.

El crecimiento indicado es resultado del aumento que muestran entre 2001 y 2009 los volúmenes importados de todos los grupos de productos, que van desde 12,3% en el caso de los jugos hasta 106,4% en el caso de los deshidratados.

Los volúmenes importados de conservas, jugos y aceites evolucionan de manera bastante irregular a lo largo del período en análisis, con aumentos y disminuciones de distinta magnitud entre un año y otro. Los volúmenes importados de congelados y de deshidratados, al contrario, muestran crecimientos a lo largo de todo el período, con la excepción del año 2009, cuando todos los volúmenes importados de los distintos grupos disminuyen en forma generalizada.

Cuadro 4. Procesados hortofrutícolas: importaciones mundiales por tipo de producto, volumen 2001-2009 (Toneladas y variación porcentual)

Tipo de producto	Volumen 2001	Volumen 2002	Var. 02/01 %	Volumen 2003	Var. 03/02 %	Volumen 2004	Var. 04/03 %	Volumen 2005	Var. 05/04 %
Conservas	17.944.517	19.463.279	8,5	19.141.319	-1,7	25.506.787	33,3	28.307.228	11,0
Congelados	4.540.665	4.667.351	2,8	4.957.864	6,2	5.326.202	7,4	5.540.665	4,0
Deshidratados	2.564.087	3.481.513	35,8	3.692.521	6,1	4.206.398	13,9	4.529.149	7,7
Jugos	10.525.655	10.385.805	-1,3	11.662.418	12,3	9.016.435	-22,7	10.174.630	12,8
Aceites	22.674.486	22.695.648	0,1	30.402.394	34,0	30.157.252	-0,8	34.908.680	15,8
TOTAL	58.249.410	60.693.596	4,2	69.856.516	15,1	74.213.074	6,2	83.460.352	12,5

Continuación

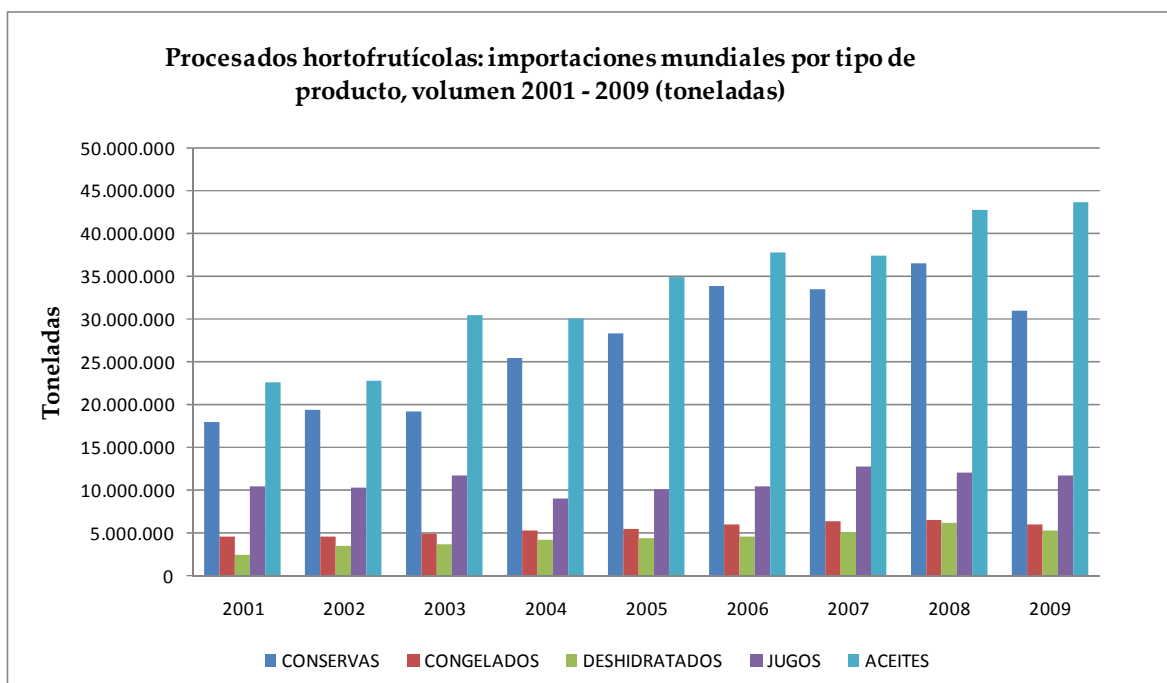
Tipo de producto	Volumen 2006	Var. 06/05 %	Volumen 2007	Var. 07/06 %	Volumen 2008	Var. 08/07 %	Volumen 2009	Var. 09/08 %	Var. Acum. 09/01 (%)
Conservas	33.786.174	19,4	33.429.548	-1,1	36.544.996	9,3	30.932.363	-15,4	72,4
Congelados	6.078.699	9,7	6.336.946	4,2	6.516.343	2,8	6.052.466	-7,1	33,3
Deshidratados	4.636.532	2,4	5.149.747	11,1	6.193.035	20,3	5.293.035	-14,5	106,4
Jugos	10.570.573	3,9	12.864.788	21,7	12.154.542	-5,5	11.819.779	-2,8	12,3
Aceites	37.727.055	8,1	37.401.787	-0,9	42.725.736	14,2	43.584.352	2,0	92,2
TOTAL	92.799.033	11,2	95.182.816	2,6	104.134.652	9,4	97.681.995	-6,2	67,7

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Como conjunto de productos, el volumen importado total muestra crecimientos año a año, en porcentajes que alcanzan su nivel más alto en 2003 (15,1%) y el más bajo en 2007 (2,6%). En el año 2009, la baja global del volumen importado es de 6,2%.

La evolución del volumen importado de los distintos grupos de productos entre 2001 y 2009 se muestra en el Gráfico 6.

Gráfico 6. Procesados hortofrutícolas: importaciones mundiales por tipo de producto, volumen 2001-2009 (toneladas)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

COMERCIO MUNDIAL DE CONSERVAS HORTOFRUTÍCOLAS

Como ya se indicó, las conservas representaron en 2009 el 32% del volumen total de las exportaciones mundiales de productos procesados hortofrutícolas y originaron el 39% del valor. En 2009, estas exportaciones totalizaron un volumen de 33.246.511 toneladas y un valor de US\$ 42.223,8 millones.

Las importaciones de conservas hortofrutícolas, por otra parte, totalizaron en 2009 un volumen de 30.932.363 toneladas y un valor de US\$ 41.357,9 millones.

Principales exportadores de conservas

Los dos principales exportadores de conservas hortofrutícolas, en términos del volumen exportado en 2009, son países asiáticos, China y Tailandia, que suman el 22,4% del volumen (Cuadro 5). Los otros exportadores destacados son países de la Unión Europea y de América del Norte, entre los cuales las mayores proporciones del volumen las concentran los Países Bajos, Estados Unidos e Italia.

Los principales exportadores de América Latina son Argentina, México y en tercer lugar Chile, que a nivel mundial es el exportador número 19, con un volumen de 294.600 toneladas en 2009, equivalente al 0,9% del total mundial.

El cuadro siguiente muestra los volúmenes exportados de conservas hortofrutícolas, según principales países exportadores (hasta el lugar número 19, correspondiente a Chile).

Cuadro 5. Conservas: volumen exportado según países exportadores, 2001 – 2009 (Toneladas y participación porcentual 2009)

PAÍS EXPOR- TADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
TOTAL	19.832.100	16.118.867	18.049.907	24.603.991	29.359.112	31.800.631	33.409.022	33.283.001	33.246.511	100	67,6
China	2.228.168	2.494.574	2.946.378	3.330.461	3.791.378	4.066.537	4.833.212	4.836.086	4.336.835	13,0	94,6
Tailandia	1.771.937	1.809.774	2.196.785	2.365.839	2.720.324	3.262.599	2.893.018	2.740.652	3.132.061	9,4	76,8
Países Bajos	2.500.656	544.103	681.068	2.672.012	2.761.123	2.823.472	2.852.766	2.814.023	3.015.256	9,1	20,6
Estados Unidos	1.916.459	1.907.690	1.881.832	1.986.434	2.097.811	2.208.870	2.348.713	1.841.797	2.587.741	7,8	35,0
Italia	2.281.030	2.418.022	2.193.519	2.187.365	2.216.087	2.364.158	2.533.591	2.485.528	2.386.542	7,2	4,6
Bélgica	1.265.812	1.339.519	1.417.428	1.483.530	1.518.582	1.574.093	1.669.768	1.881.231	2.075.027	6,2	63,9
Alemania	1.266.061	1.320.571	1.254.260	1.280.846	1.547.268	1.724.477	1.581.873	1.619.206	1.704.132	5,1	34,6
España	1.105.253	1.173.796	1.259.017	1.199.226	1.214.847	1.260.638	1.359.020	1.374.547	1.562.783	4,7	41,4
Canadá	1.062.346	1.144.184	1.325.027	1.489.829	1.383.066	1.431.476	1.439.235	1.395.568	1.318.185	4,0	24,1
Francia	902.563	928.468	940.324	935.968	997.414	1.015.311	1.092.819	1.013.787	945.746	2,8	4,8
SUBTO- TAL 10 PAÍSES	16.300.285	15.080.701	16.095.638	18.931.510	20.247.900	21.731.631	22.604.015	22.002.425	23.064.308	69,4	41,5
RESTO	3.531.815	1.038.166	1.954.269	5.672.481	9.111.212	10.069.000	10.805.007	11.280.576	10.182.203	30,6	188,3
Turquía	497.675	505.710	594.557	682.407	649.762	607.912	627.489	603.467	650.689	2,0	30,7
Viet Nam	182.484	69.907	305.739	323.553	375.070	666.887	90.054	121.502	600.544	1,8	229,1
Argentina	211.149	266.017	359.163	385.185	422.166	592.786	623.649	602.386	591.734	1,8	180,2
México	356.803	367.646	395.288	436.416	486.155	458.970	490.816	503.055	572.807	1,7	60,5
India	220.510	253.253	212.867	230.262	341.377	426.971	390.477	497.787	502.543	1,5	127,9
Grecia	763.228	609.029	452.697	451.156	587.262	661.289	671.788	610.944	492.168	1,5	-35,5
Polonia	239.705	260.891	289.370	355.219	386.505	357.152	413.079	451.198	386.434	1,2	61,2
Filipinas	343.979	335.238	353.516	375.261	379.464	369.878	388.202	370.192	338.709	1,0	-1,5
Chile	245.493	0	0	237.292	277.761	290.923	339.116	340.682	294.600	0,9	20,0

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En términos de valor, los principales países exportadores son los mismos (Cuadro 6). Sin embargo, se observa una disminución de la participación de China (de 13% en volumen a 11,2% en valor) y Tailandia (de 9,4% en volumen a 4,9% en valor) y un aumento de la participación de los otros exportadores, salvo Canadá. Así, los Países Bajos se ubican como el segundo mayor exportador con un 9,7% del valor total.

Entre los países de América Latina, Chile sigue ubicándose en tercer lugar (después de México y Argentina) con exportaciones en 2009 por US\$ 404,2 millones, equivalentes al 1% del total mundial. Cabe destacar que entre 2001 y 2009 el volumen exportado por Chile se aumentó un 20%, en tanto que el valor se incrementó en 124%.

Cuadro 6. Conservas: valor exportado según países exportadores, 2001 – 2009
(Miles de dólares FOB y participación porcentual 2009)

PAÍS EXPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum. 09/01
TOTAL	18.505.498	20.266.070	23.753.617	27.274.852	29.584.579	32.934.649	39.954.364	45.841.615	42.223.769	100	128,2
China	1.656.503	1.873.382	2.253.281	2.629.037	3.041.395	3.676.060	4.749.714	5.408.817	4.738.922	11,2	186,1
Países Bajos	1.722.276	1.912.837	2.375.822	2.703.412	2.700.949	2.943.953	3.887.902	4.102.154	4.082.511	9,7	137,0
Estados Unidos	1.947.785	1.948.801	1.973.540	2.161.759	2.354.110	2.619.310	2.926.411	3.577.805	3.503.574	8,3	79,9
Italia	1.488.530	1.752.825	2.055.191	2.243.680	2.221.777	2.364.046	2.866.269	3.453.682	3.371.850	8,0	126,5
Alemania	1.122.796	1.256.829	1.465.187	1.686.090	1.982.424	2.235.935	2.587.751	3.036.599	2.806.018	6,6	149,9
Bélgica	894.736	1.036.232	1.235.102	1.478.777	1.483.859	1.704.449	2.169.003	2.529.933	2.578.868	6,1	188,2
España	1.119.642	1.252.853	1.613.836	1.785.902	1.802.728	1.934.213	2.295.955	2.593.432	2.454.423	5,8	119,2
Tailandia	774.011	875.831	1.028.053	1.197.880	1.344.439	1.673.992	1.871.939	2.170.207	2.071.952	4,9	167,7
Francia	922.689	977.899	1.194.800	1.359.461	1.369.873	1.539.371	1.864.209	1.964.700	1.799.845	4,3	95,1
Canadá	819.863	867.565	1.021.030	1.175.291	1.180.144	1.297.127	1.437.221	1.529.023	1.481.320	3,5	80,7
SUBTOTAL 10 PAÍSES	12.468.831	13.755.054	16.215.842	18.421.289	19.481.698	21.988.456	26.656.374	30.366.352	28.889.283	68,4	131,7
RESTO	6.036.667	6.511.016	7.537.775	8.853.563	10.102.881	10.946.193	13.297.990	15.475.263	13.334.486	31,6	120,9
Turquía	525.586	512.124	649.407	973.657	1.272.215	1.096.671	1.254.750	1.417.747	1.278.798	3,0	143,3
Grecia	472.781	528.784	513.964	548.625	650.863	757.259	954.311	1.005.518	848.749	2,0	79,5
Reino Unido	355.403	382.137	445.728	543.258	549.649	582.970	686.601	760.205	684.559	1,6	92,6
México	323.656	321.920	385.836	467.611	529.628	555.669	584.260	663.557	682.974	1,6	111,0
Polonia	205.925	236.257	283.527	376.131	435.392	486.069	615.078	794.455	616.156	1,5	199,2
Argentina	191.871	177.496	226.466	287.733	318.507	440.434	566.889	710.699	588.138	1,4	206,5
Austria	133.869	154.027	227.234	260.076	309.756	366.234	433.327	543.808	510.487	1,2	281,3
Chile	180.375	159.279	170.301	217.002	240.422	270.912	384.199	523.293	404.187	1,0	124,1

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Principales importadores de conservas

En el año 2009, las importaciones mundiales de conservas hortofrutícolas alcanzaron un volumen de 30.932.363 toneladas y un valor de US\$ 41.357,9 millones.

Los diez principales países importadores concentran casi el 57% del volumen total (Cuadro 7). Estados Unidos concentra el 11,3% del volumen, seguido por países de la Unión Europea, Alemania, Francia y el Reino Unido. El quinto importador es Japón, que concentra el 5,6% del volumen, aunque su participación disminuye entre 2001 y 2009. En cambio, la Federación Rusa y, sobre todo, China muestran una tendencia al aumento de sus volúmenes importados a través de los años.

Entre los países de América Latina, los principales importadores en términos de volumen en 2009 son México y Brasil, cuyas importaciones representan algo más del 1% del total mundial, y Venezuela, con un porcentaje aún menor.

Las importaciones Chile alcanzaron en 2009 las 100.973 toneladas, con lo cual el país se ubica en el lugar número 44 entre los importadores a nivel mundial (con el 0,3% del volumen total) y como el cuarto a nivel latinoamericano.

Cuadro 7. Conservas: volumen importado según países importadores, 2001 – 2009 (Toneladas y participación porcentual 2009)

PAÍS IMPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
TOTAL	17.944.517	19.463.279	19.141.319	25.506.787	28.307.228	33.786.174	33.429.548	36.544.996	30.932.363	100,0	72,4
Estados Unidos	2.660.460	2.874.800	3.075.340	3.284.459	3.358.746	3.523.942	3.627.656	3.524.913	3.494.090	11,3	31,3
Alemania	2.599.052	2.633.371	2.577.754	2.556.363	2.747.363	2.805.607	2.690.244	2.741.442	2.694.950	8,7	3,7
Francia	1.549.181	1.620.283	1.641.128	1.869.143	1.934.996	2.165.831	2.401.058	2.178.133	2.164.376	7,0	39,7
Reino Unido	1.840.081	1.845.450	1.989.813	1.961.564	2.072.813	2.172.634	2.212.154	2.226.454	2.144.270	6,9	16,5
Japón	1.887.288	1.846.698	1.861.736	2.024.793	2.060.603	2.079.783	2.005.402	1.807.819	1.727.379	5,6	-8,5
Países Bajos	771.513	299.958	301.442	685.640	745.071	781.125	1.041.720	1.223.593	1.366.311	4,4	77,1
Federación de Rusia	708.749	861.572	990.234	1.116.160	1.279.894	1.392.428	1.446.700	1.443.884	1.095.295	3,5	54,5
China	301.323	456.907	681.985	896.384	691.357	1.001.262	804.397	675.833	1.069.532	3,5	254,9
Italia	734.111	796.265	865.965	871.616	835.449	846.930	895.442	1.038.201	875.102	2,8	19,2
Canadá	746.786	812.385	747.426	752.891	738.710	823.980	839.043	892.372	873.958	2,8	17,0
SUBOTOTAL 10 PAÍSES	13.798.544	14.047.689	14.732.823	16.019.013	16.465.002	17.593.522	17.963.816	17.752.644	17.505.263	56,6	26,9
RESTO	4.145.973	5.415.590	4.408.496	9.487.774	11.842.226	16.192.652	15.465.732	18.792.352	13.427.100	43,4	223,9
México (Nº 16)	394.396	425.567	494.561	509.043	555.300	624.792	570.849	519.909	459.449	1,5	16,5
Brasil (Nº 21)	197.868	205.390	202.087	239.841	211.429	239.829	256.597	299.061	327.983	1,1	65,8
Venezuela (Nº 39)	101.122	82.357	58.678	74.028	89.735	82.485		148.628	123.967	0,4	22,6
Chile (Nº 44)	-	-	-	52.634	59.070	76.310	90.011	109.160	100.973	0,3	

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En términos del valor de importación (Cuadro 8), los diez principales importadores de conservas hortofrutícolas son prácticamente los mismos (que en volumen), pero en algunos casos con una participación porcentual levemente diferente. En general la participación porcentual en términos de valor aumenta, con la excepción de los Países Bajos y la Federación Rusa; lo mismo ocurre en el caso de China, que en volumen concentra el 3,5% y en valor sólo el 1,3%, sin alcanzar a incluirse entre los diez primeros países importadores en valor.

Chile se sitúa en 2009 en el lugar número 50 entre los países importadores de conservas hortofrutícolas, con un valor importado de US\$ 109,4 millones (0,3% del total mundial). En el contexto latinoamericano, los principales importadores de conservas hortofrutícolas en valor son México, Brasil y Venezuela, tal como ocurre en términos de volumen.

Cuadro 8. Conservas: valor importado según países importadores, 2001 – 2009
(Miles de dólares FOB y participación porcentual 2009)

PAIS IMPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
TOTAL	18.807.430	20.412.849	23.665.605	27.525.056	30.011.643	32.698.434	39.057.403	44.538.763	41.357.915	100,0	119,9
Estados Unidos	2.611.821	2.807.648	3.189.554	3.624.818	3.895.968	4.226.978	4.707.664	5.195.973	5.015.682	12,1	92,0
Alemania	2.030.405	2.221.625	2.587.131	3.037.647	3.318.050	3.453.619	3.626.764	4.205.042	3.954.006	9,6	94,7
Francia	1.370.494	1.548.997	1.863.114	2.279.267	2.344.058	2.507.575	3.086.666	3.529.033	3.370.143	8,1	145,9
Reino Unido	1.400.896	1.526.331	1.884.295	2.210.025	2.266.803	2.443.545	2.924.774	3.240.138	3.007.257	7,3	114,7
Japón	1.993.489	1.897.537	2.001.856	2.270.300	2.398.072	2.474.993	2.537.159	2.539.737	2.569.723	6,2	28,9
Países Bajos	579.387	637.613	816.398	888.858	903.536	979.500	1.226.515	1.474.136	1.674.546	4,0	189,0
Canadá	682.135	749.910	777.730	901.329	971.992	1.089.261	1.236.823	1.455.025	1.455.529	3,5	113,4
Italia	608.231	698.766	885.467	993.724	984.881	1.048.256	1.315.291	1.503.425	1.355.196	3,3	122,8
Bélgica	579.924	657.328	765.522	848.466	923.132	922.423	1.086.779	1.284.603	1.211.309	2,9	108,9
Federación de Rusia	290.225	374.748	448.310	523.646	677.161	810.257	972.604	1.259.431	1.081.107	2,6	272,5
SUBOTOTAL 10 PAÍSES	12.147.007	13.120.503	15.219.377	17.578.080	18.683.653	19.956.407	22.721.039	25.686.543	24.694.498	59,7	103,3
RESTO	6.660.423	7.292.346	8.446.228	9.946.976	11.327.990	12.742.027	16.336.364	18.852.220	16.663.417	40,3	150,2
México (Nº 15)	369.884	418.959	503.630	538.582	593.673	682.098	736.193	735.048	623.402	1,5	68,5
Brasil (Nº 25)	157.256	142.770	120.137	159.943	176.075	198.389	262.619	358.308	352.687	0,9	124,3
Venezuela (Nº 35)	86.223	65.586	47.128	76.717	87.659	83.374		243.576	208.360	0,5	141,7
Chile (Nº 50)	36.296	35.733	36.406	41.247	48.699	66.658	90.557	129.409	109.418	0,3	201,5

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

COMERCIO MUNDIAL DE CONGELADOS HORTOFRUTÍCOLAS

Como se indicó antes, los productos congelados representaron en 2009 el 6% del volumen total exportado de productos procesados hortofrutícolas y el 7% del valor generado. Las exportaciones de estos congelados totalizaron en 2009 un volumen de 5.840.780 toneladas y generaron un valor de US\$ 7.442,8 millones.

Las importaciones de congelados hortofrutícolas sumaron en 2009 un volumen de 6.052.466 toneladas y un valor de US\$ 7.871,2 millones.

Principales exportadores de congelados

Los diez principales exportadores de congelados hortofrutícolas concentran en 2009 el 76% del volumen exportado (Cuadro 9). Bélgica y China son los principales exportadores, con volúmenes que equivalen al 19,5% y 15,6% respectivamente. El resto de los principales exportadores son países de la Unión Europea (Polonia, Países Bajos, España y Francia) y de América del Norte (México, Estados Unidos y Canadá), además de Serbia, que se ubica como el décimo exportador. Chile es el duodécimo exportador, ubicándose después de Alemania, con un volumen que en 2009 fue de 110.412 toneladas y representó el 1,9% del volumen total.

Cuadro 9. Congelados: volumen exportado según países exportadores, 2001 – 2009 (Toneladas y participación porcentual 2009)

PÁIS EXPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
TOTAL	4.231.016	4.315.492	4.503.196	4.976.847	5.450.726	5.854.489	6.283.211	6.246.736	5.840.780	100,0	38,0
Bélgica	875.137	910.019	966.794	984.497	1.052.375	1.150.449	1.130.820	1.141.256	1.140.981	19,5	30,4
China	428.035	412.989	491.199	620.956	711.776	819.406	975.246	963.102	908.989	15,6	112,4
Polonia	467.913	468.976	504.091	568.274	611.205	415.900	602.959	599.006	595.395	10,2	27,2
México	282.968	287.392	269.656	317.465	332.865	313.887	359.533	403.292	373.044	6,4	31,8
Países Bajos	162.771	198.469	205.836	222.835	231.602	273.106	330.470	300.185	328.361	5,6	101,7
España	269.836	261.948	248.873	245.108	233.386	262.777	320.273	319.380	326.142	5,6	20,9
Francia	206.244	188.964	230.250	202.269	215.309	205.640	217.768	224.952	233.120	4,0	13,0
Estados Unidos	202.451	209.938	189.041	186.833	187.222	191.722	202.011	223.691	205.673	3,5	1,6
Canadá	126.725	146.930	174.736	189.820	190.035	190.279	217.711	217.993	196.727	3,4	55,2
Serbia	S/I	S/I	S/I	S/I	135.100	133.039	153.313	125.805	149.152	2,6	S/I
SUBTOTAL 10 PAÍSES *	3.022.080	3.085.625	3.280.476	3.538.057	3.900.875	3.956.205	4.510.104	4.518.662	4.457.584	76,3	47,5
RESTO	1.208.936	1.229.867	1.222.720	1.438.790	1.549.851	1.898.284	1.773.107	1.728.074	1.383.196	23,7	14,4
Alemania (11)	132.338	127.186	137.866	100.005	106.022	118.166	103.050	107.712	113.862	1,9	-14,0
Chile (12)	61.892	0	0	91.672	100.296	115.067	126.366	127.172	110.412	1,9	78,4

*En 2001 a 2004, sólo incluye cifras de nueve principales países.

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En términos del valor (Cuadro 10), los diez principales exportadores de congelados hortofrutícolas suman en conjunto el 72%. En este caso Bélgica, China y Polonia son también los principales exportadores, todos con porcentajes del valor total algo menores a los porcentajes que representan dentro del volumen total. La importancia relativa de los Países Bajos y de Canadá aumenta en comparación con su importancia en el volumen exportado. El valor exportado se encuentra un poco más distribuido entre los principales países, como se observa en el hecho de que los últimos países en el grupo de diez representan todos más del 4% (o cerca del 4%) del valor, a diferencia de lo que ocurre con el volumen exportado.

La importancia relativa de Chile aumenta desde el duodécimo lugar (en volumen) al undécimo lugar (en valor), por cuanto las exportaciones de productos congelados del país representan el 1,9% del volumen exportado en el mundo, pero el 3,5% del valor. En el período 2001-2009, las exportaciones del país aumentan más que las exportaciones mundiales totales, tanto en términos de volumen (78,4% frente a 70,6%) pero especialmente de valor (244% frente a 117%).

Cuadro 10. Congelados: valor exportado según países exportadores, 2001 – 2009
(Miles de dólares FOB y participación porcentual 2009)

PÁIS EXPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
TOTAL	3.424.859	3.735.520	4.536.366	5.023.856	5.439.786	6.377.636	7.589.111	8.469.036	7.442.848	100,0	117,3
Bélgica	589.608	679.343	851.714	942.097	971.014	1.098.918	1.290.742	1.500.195	1.399.789	18,8	137,4
China	389.425	354.047	400.594	481.876	562.655	701.735	846.641	927.963	823.667	11,1	111,5
Polonia	279.423	331.217	437.294	444.735	454.071	546.534	672.760	801.469	652.224	8,8	133,4
Países Bajos	132.201	187.886	229.397	268.677	277.319	325.778	419.246	457.627	435.315	5,8	229,3
España	173.039	204.584	253.708	273.603	253.867	282.379	405.755	455.886	420.878	5,7	143,2
México	226.065	232.592	243.028	263.968	315.748	296.410	361.109	425.306	409.942	5,5	81,3
Canadá	143.245	155.883	196.825	234.291	280.220	353.723	408.403	407.454	316.142	4,2	120,7
Francia	180.328	175.687	234.853	236.872	242.044	241.912	297.880	335.829	314.825	4,2	74,6
Estados Unidos	215.786	218.119	204.123	211.299	219.329	245.909	285.673	333.494	309.321	4,2	43,3
Serbia					153.856	173.766	249.839	279.790	279.186	3,8	
SUBTOTAL 10 PAÍSES	2.329.120	2.539.358	3.051.536	3.357.418	3.730.123	4.267.064	5.238.048	5.925.013	5.361.289	72,0	130,2
RESTO	1.095.739	1.196.162	1.484.830	1.666.438	1.709.663	2.110.572	2.351.063	2.544.023	2.081.559	28,0	90,0
Chile (Nº 11)	76.264	70.820	111.717	137.259	146.535	182.246	215.301	306.756	262.642	3,5	244,4

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Principales importadores de congelados

Las importaciones de productos hortofrutícolas congelados, como ya se indicó, totalizaron en 2009 un volumen de 6.052.466 toneladas y un valor de US\$ 7.871,2 millones (Cuadros 11 y 12). Los diez primeros países importadores concentran en torno al 74% tanto del volumen como del valor total importado en 2009. Los tres principales importadores son Estados Unidos, Alemania y Francia, tanto en términos de volumen como de valor, pero con Estados encabezando la lista de importadores en volumen y Alemania en valor. A ellos se suman, en el caso del volumen importado, otros países de la Unión Europea (Reino Unido, Bélgica, España, Países Bajos e Italia), además de Japón y la República de Corea (Cuadro 11).

Entre los países de América Latina, los principales importadores de congelados hortofrutícolas son México y Brasil, con volúmenes que en 2009 fueron equivalentes al 0,5% y el 0,2% del volumen total importado en el mundo, respectivamente.

Chile es el tercer importador latinoamericano y se ubica en el lugar número 50 entre los países importadores de congelados hortofrutícolas en 2009, en términos de volumen, con 9.198 toneladas, equivalente al 0,2% del volumen total.

Cuadro 11. Congelados: volumen importado según países importadores, 2001 – 2009 (Toneladas y participación porcentual 2009)

PAÍS IMPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
TOTAL	4.540.665	4.667.351	4.957.864	5.326.202	5.540.665	6.078.699	6.336.946	6.516.343	6.052.466	100,0	33,3
Estados Unidos	467.092	536.210	618.102	692.031	731.482	748.837	852.082	748.804	824.748	13,6	76,6
Alemania	911.326	844.754	848.644	745.798	809.473	856.656	789.054	782.420	806.410	13,3	-11,5
Francia	411.963	445.775	501.553	519.804	511.613	553.581	615.500	619.553	592.371	9,8	43,8
Reino Unido	383.752	372.887	458.459	654.734	528.548	527.263	505.525	516.428	458.260	7,6	19,4
Bélgica	308.560	328.101	319.486	309.506	345.798	380.560	413.122	455.544	444.347	7,3	44,0
Japón	465.722	412.540	403.185	449.502	460.464	470.950	459.014	426.148	407.276	6,7	-12,5
España	156.570	177.051	185.432	192.287	186.294	201.970	219.909	241.627	252.639	4,2	61,4
Países Bajos	163.422	185.474	193.581	176.669	217.186	249.105	360.758	249.399	239.413	4,0	46,5
Rep.de Corea	36.118	53.177	107.148	152.708	139.358	176.455	226.265	225.207	225.303	3,7	523,8
Italia	180.151	187.051	202.146	198.473	209.432	210.875	204.084	224.723	211.221	3,5	17,2
SUBTOTAL 10 PAÍSES	3.484.676	3.543.020	3.837.736	4.091.512	4.139.648	4.376.252	4.645.313	4.489.853	4.461.988	73,7	28,0
RESTO	1.055.989	1.124.331	1.120.128	1.234.690	1.401.017	1.702.447	1.691.633	2.026.490	1.590.478	26,3	50,6
México (Nº 26)	18.238	19.709	22.225	27.279	23.952	26.359	27.019	32.255	29.530	0,5	61,9
Brasil Nº 42)	10.265	8.292	6.588	4.952	10.932	11.590	8.817	9.667	11.522	0,2	12,2
Chile (Nº 50)	S/I	S/I	S/I	1.064	3.033	3.789	4.521	14.227	9.198	0,2	---

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Como principal importador de congelados hortofrutícolas en términos de valor (Cuadro 12) se ubica Alemania, en lugar de Estados Unidos, que es el primero en términos de volumen importado. Los principales diez países son en general los mismos, pero se suma Canadá, con un valor importado equivalente al 2,7% del total y sale del grupo la República de Corea.

Entre los países de América Latina, se integra Venezuela como el segundo importador principal de la región, con importaciones que representan el 0,2% del valor total de las importaciones mundiales de congelados hortofrutícolas.

En este caso, Chile –además de ser el cuarto importador a nivel latinoamericano- se ubica en 2009 en el lugar número 48 entre los importadores de congelados hortofrutícolas en términos de valor, con US\$ 10,7 millones, que equivalen al 0,1% del total mundial. Cabe destacar que el valor importado por Chile muestra entre 2001 y 2009 un crecimiento total de casi 650%

Cuadro 12. Congelados: valor importado según países importadores, 2001 – 2009
(Miles de dólares FOB y participación porcentual 2009)

PAÍS IMPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
TOTAL	3.847.178	4.151.282	4.997.069	5.417.717	5.737.563	6.704.678	8.010.606	9.058.870	7.871.159	100,0	104,6
Alemania	670.486	703.282	872.793	785.807	813.760	934.005	1.049.516	1.192.969	1.096.488	13,9	63,5
Estados Unidos	435.639	512.199	619.885	705.708	792.252	899.429	1.064.578	1.201.434	1.048.393	13,3	140,7
Francia	313.009	369.808	498.208	554.904	542.574	624.566	817.593	960.396	846.367	10,8	170,4
Japón	636.815	562.814	569.757	642.342	668.588	713.246	716.681	709.198	675.228	8,6	6,0
Bélgica	218.626	251.711	300.163	315.304	343.976	410.933	512.975	621.272	551.600	7,0	152,3
Reino Unido	310.998	334.505	365.807	422.444	428.144	504.249	624.482	666.822	550.953	7,0	77,2
Italia	186.871	191.984	248.853	273.071	280.063	308.548	327.779	385.598	338.004	4,3	80,9
Países Bajos	118.839	141.128	176.126	172.803	210.867	277.513	365.007	368.984	312.000	4,0	162,5
España	97.626	116.243	141.310	163.044	160.176	191.338	249.359	260.006	245.566	3,1	151,5
Canadá	89.620	105.047	121.864	125.660	148.360	167.866	193.521	221.177	208.640	2,7	132,8
SUBTOTAL 10 PAÍSES	3.078.529	3.288.721	3.914.766	4.161.087	4.388.760	5.031.693	5.921.491	6.587.856	5.873.239	74,6	90,8
RESTO	768.649	862.561	1.082.303	1.256.630	1.348.803	1.672.985	2.089.115	2.471.014	1.997.920	25,4	159,9
México (Nº 25)	17.626	20.095	21.624	27.289	24.747	28.598	35.015	41.262	39.061	0,5	121,6
Venezuela (Nº 35)	6.421	4.128	1.868	2.343	3.428	3.393		13.083	16.675	0,2	159,7
Brasil (Nº 38)	7.689	6.467	5.434	4.254	9.344	10.704	9.626	13.520	14.976	0,2	94,8
Chile (Nº 48)	1.432	1.166	1.225	1.348	3.363	5.002	6.903	18.781	10.737	0,1	649,8

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

COMERCIO MUNDIAL DE DESHIDRATADOS HORTOFRUTÍCOLAS

Las exportaciones de productos hortofrutícolas deshidratados totalizaron en 2009 un volumen de 5.322.264 toneladas y un monto de US\$ 14.292,1 millones. Estos productos representan el 5% del volumen total de las exportaciones mundiales de los diversos tipos de procesados hortofrutícolas, proporción que aumenta al 13% del valor exportado.

Las importaciones de deshidratados hortofrutícolas alcanzaron ese mismo año (2009) un volumen de 5.293.035 toneladas y un valor de US\$ 14.510,3 millones.

Principales exportadores de deshidratados

Del volumen total exportado en 2009, los diez principales países exportadores concentran el 67,4% (Cuadro 13). En primer lugar, Estados Unidos exporta el 18% del volumen. Le siguen China y Turquía, con proporciones de 13,7% y 10,1% respectivamente. Con porcentajes bastante menores del total, son también exportadores destacados India, Indonesia, Tailandia, países que muestran un considerable crecimiento de su volumen exportado a través de los años. Chile es el séptimo exportador de productos hortofrutícolas deshidratados, con un volumen que en 2009 alcanzó las 160.452 toneladas y fue equivalente al 3,0% del volumen total exportado de estos productos a nivel mundial. Entre 2001 y 2009, estas exportaciones chilenas muestran un crecimiento de 61,8%, menor al crecimiento de las exportaciones mundiales, que fue de 88,2%.

Cuadro 13. Deshidratados: volumen exportado según países exportadores, 2001 – 2009 (Toneladas y participación porcentual 2009)

PAÍS EXPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
TOTAL	3.558.470	3.549.811	3.872.920	4.553.422	4.582.651	4.883.984	5.336.286	5.466.050	5.322.264	100,0	49,6
Estados Unidos	578.395	621.488	629.720	662.488	627.725	695.563	764.467	0	958.386	18,0	65,7
China	496.173	475.889	561.402	572.329	614.319	650.889	723.960	718.728	731.645	13,7	47,5
Turquía	508.610	457.202	430.617	451.685	484.748	548.384	520.722	469.501	535.358	10,1	5,3
India	136.764	165.064	165.404	215.196	232.330	228.918	365.825	316.196	312.782	5,9	128,7
Indonesia	120.693	130.362	132.937	169.989	207.419	240.035	261.775	260.574	270.348	5,1	124,0
Tailandia	68.377	81.723	118.130	498.237	147.550	136.848	196.462	167.265	234.269	4,4	242,6
Chile	99.176	0	0	115.601	123.066	139.456	141.479	147.542	160.452	3,0	61,8
España	106.033	128.519	145.139	126.397	134.862	136.147	133.908	142.156	155.986	2,9	47,1
Filipinas	81.552	109.742	110.429	110.440	130.983	142.031	137.545	147.419	120.385	2,3	47,6
Irán	248.743	295.622	339.265	285.082	283.746	327.934	326.697	448.423	106.667	2,0	-57,1
SUBOTOTAL 10 PAÍSES	2.444.516	2.465.611	2.633.043	3.207.444	2.986.748	3.246.205	3.572.840	2.817.804	3.586.278	67,4	46,7
RESTO	1.113.954	1.084.200	1.239.877	1.345.978	1.595.903	1.637.779	1.763.446	2.648.246	1.735.986	32,6	55,8

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En términos de valor (Cuadro 14), la proporción de las exportaciones que se origina en los diez principales países aumenta a 71,7%. Los tres principales exportadores son también Estados Unidos, China y Turquía, con el primer país aumentando su proporción en el total desde el 18,0% en el caso del volumen al 24,3% en valor. Se integran al grupo Alemania, los Países Bajos y Hong Kong, que si bien no figuran entre los diez principales exportadores en términos de volumen (con porcentajes de 2,0%, 1,6% y 1,5% respectivamente), sí logran una participación más destacada en valor.

En este caso Chile, con un valor exportado de US\$ 400,2 millones, se sitúa en el octavo lugar entre los principales exportadores en términos de valor, con un porcentaje del 2,8% del total mundial (frente al 3,0% que registra en términos del volumen exportado).

Cuadro 14. Deshidratados: valor exportado según países exportadores, 2001 – 2009
(Miles de US\$ FOB y participación porcentual 2009)

PAÍS EXPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
TOTAL	6.264.385	6.712.591	8.017.058	9.717.069	12.168.089	12.837.988	14.065.188	15.091.237	14.292.113	100,0	128,1
Estados Unidos	1.357.464	1.481.322	1.722.296	2.169.391	2.675.817	2.878.135	3.087.758	3.443.413	3.479.181	24,3	156,3
China	654.694	715.132	879.427	1.122.265	1.293.797	1.543.185	1.753.086	1.843.411	2.023.033	14,2	209,0
Turquía	797.371	703.671	821.289	1.248.968	1.726.671	1.504.505	1.633.668	1.661.673	1.613.858	11,3	102,4
Alemania	273.783	307.585	368.654	425.610	502.750	586.174	687.861	713.527	635.230	4,4	132,0
España	259.242	314.821	392.851	429.904	612.373	568.037	555.780	533.809	500.789	3,5	93,2
Irán	441.114	559.892	784.531	675.184	855.894	1.174.707	839.936	836.543	483.361	3,4	9,6
India	165.718	171.809	184.057	207.063	244.637	296.354	507.598	469.517	461.068	3,2	178,2
Chile	168.923	157.960	170.221	234.154	318.720	331.304	368.636	504.640	400.207	2,8	136,9
Países Bajos	88.628	106.165	172.924	218.691	275.170	303.062	320.232	334.649	347.432	2,4	292,0
Hong Kong	146.827	120.019	105.011	110.163	128.692	169.473	211.348	220.808	305.441	2,1	108,0
SUBOTOTAL 10 PAÍSES	4.353.764	4.638.376	5.601.261	6.841.393	8.634.521	9.354.936	9.965.903	10.561.990	10.249.600	71,7	135,4
RESTO	1.910.621	2.074.215	2.415.797	2.875.676	3.533.568	3.483.052	4.099.285	4.529.247	4.042.513	28,3	111,6

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Principales importadores de deshidratados

En 2009, las importaciones de productos hortofrutícolas deshidratados totalizaron un volumen de 5.293.035 toneladas y un valor de US\$ 14.510,3 millones.

Entre los principales importadores de productos hortofrutícolas deshidratados se incluyen países de diversas regiones. El principal importador en términos de volumen (Cuadro 15) es Alemania, que en 2009 importó el 8,5% del volumen. Le siguen Estados Unidos y la

Federación Rusa, cuyas importaciones representan el 7,9% y el 5,4% del volumen total, respectivamente. Otro conjunto de importadores destacados son China, el Reino Unido, los Países Bajos y España, todos con porcentajes entre el 4% y el 5% del volumen total.

Entre los países de América Latina, los importadores más destacados de deshidratados hortofrutícolas, en volumen, son México y Brasil (con volúmenes importados que representan entre el 1% y el 2% del total mundial). Luego se ubican, con porcentajes muy reducidos del total mundial, Argentina, Venezuela y luego Chile, todos con porcentajes que no superan el 0,2% del total mundial. A nivel de todo el mundo, Chile se ubica en el lugar número 59 en términos del volumen importado en 2009, con 9.871 toneladas.

Cuadro 15. Deshidratados: volumen importado según países importadores, 2001 – 2009 (Toneladas y participación porcentual 2009)

PAÍS IMPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
TOTAL	2.564.087	3.481.513	3.692.521	4.206.398	4.529.149	4.636.532	5.149.747	6.193.035	5.293.035	100,0	106,4
Alemania	406.889	410.713	386.871	401.433	402.249	450.460	482.069	474.210	449.366	8,5	10,4
Estados Unidos	271.814	311.496	338.057	362.885	377.082	400.240	411.553	491.623	419.158	7,9	54,2
Federación de Rusia	169.369	165.414	179.098	183.026	214.592	257.315	292.759	311.835	284.227	5,4	67,8
China	113.168	129.860	118.736	159.690	139.849	147.033	178.422	213.362	248.762	4,7	119,8
Reino Unido	220.324	209.404	220.511	233.140	265.424	290.319	303.359	288.384	238.579	4,5	8,3
Países Bajos	129.758	140.646	162.517	171.014	195.459	187.357	218.337	202.758	216.667	4,1	67,0
España	154.696	160.691	170.798	207.448	191.365	185.783	203.295	213.738	213.980	4,0	38,3
Hong Kong	88.496	112.859	133.540	114.460	121.048	128.656	162.034	179.910	206.852	3,9	133,7
Francia	141.794	160.338	156.044	150.191	152.093	155.054	160.092	166.620	162.176	3,1	14,4
Japón	187.635	192.711	195.265	198.226	184.002	170.889	177.101	168.462	161.710	3,1	-13,8
SUBOTOTAL 10 PAÍSES	1.883.943	1.994.132	2.061.437	2.181.513	2.243.163	2.373.106	2.589.021	2.710.902	2.601.477	49,1	38,1
RESTO	680.144	1.487.381	1.631.084	2.024.885	2.285.986	2.263.426	2.560.726	3.482.133	2.691.558	50,9	295,7
México (N° 19)	70.219	72.532	77.657	85.029	88.437	76.320	79.116	104.686	98.198	1,9	39,8
Brasil (N° 24)	51.252	43.944	45.973	49.928	52.810	57.608	60.658	63.032	70.726	1,3	38,0
Argentina (N° 55)	9.737	4.367	7.275	7.364	7.316	7.891	11.179	11.534	11.873	0,2	21,9
Venezuela (N° 56)	8.477	5.773	5.937	6.844	7.985	6.095		15.446	11.201	0,2	32,1
Chile (N° 59)	0	0	0	7.529	10.725	10.630	11.042	11.621	9.871	0,2	

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En términos de valor importado de deshidratados hortofrutícolas (Cuadro 16), la proporción que concentran los diez principales países aumenta a 57,7% (frente al 49,1% en volumen). El principal importador sigue siendo Alemania, pero con un porcentaje mayor del valor total importado, que llega al 12,8% (frente a un 8,5% en volumen). La Federación Rusa, que es tercer importador mundial en volumen, en términos del valor se sitúa en el

décimo lugar, con el 4,0% del valor total. China es otro país cuyas importaciones disminuyen su participación en el valor total (comparado con el volumen): sus importaciones en términos de volumen representan el 4,7% del total, proporción que baja al 2,2% cuando se trata del valor (lo que deja al país fuera del grupo de los diez principales importadores). Por el contrario, Italia, con importaciones por el 4,8% del valor total es el cuarto importador, si bien su volumen importado (de 2,8%) solo lo ubica en el undécimo lugar.

Entre los países de América Latina, los principales importadores de deshidratados hortofrutícolas, en términos de valor, son México y Brasil (tal como ocurre con el volumen importado) y luego, con una participación bastante menor, Venezuela, Argentina y Chile.

En cuanto a Chile, en 2009 se ubica en el lugar número 62 entre los países importadores de deshidratados hortofrutícolas a nivel mundial (y quinto dentro de América Latina), en términos de valor, con US\$ 24,5 millones, que equivalen al 0,2% del valor total de las importaciones mundiales.

Cuadro 16. Deshidratados: valor importado según países importadores, 2001 – 2009
(Miles de US\$ FOB y participación porcentual 2009)

PAÍS IMPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
TOTAL	6.381.535	6.886.788	8.093.587	9.821.568	11.766.721	12.512.126	14.149.915	15.660.853	14.510.294	100,0	127,4
Alemania	912.317	906.520	992.560	1.287.047	1.569.530	1.730.181	1.977.249	2.057.861	1.860.039	12,8	103,9
Estados Unidos	557.936	654.963	776.997	931.188	972.559	1.064.370	1.110.347	1.234.068	1.168.893	8,1	109,5
Japón	617.380	642.361	666.589	732.414	793.074	790.593	791.308	772.516	718.274	5,0	16,3
Italia	313.383	365.581	473.785	535.785	810.331	824.653	787.345	771.291	703.024	4,8	124,3
Reino Unido	383.271	393.054	478.835	578.236	674.701	726.171	785.247	844.433	702.352	4,8	83,3
Francia	345.200	389.636	458.593	507.552	627.302	643.889	668.665	786.826	701.002	4,8	103,1
Hong Kong	183.991	240.880	293.201	257.547	311.844	335.201	440.215	548.177	674.763	4,7	266,7
España	292.707	316.789	413.525	633.196	659.495	658.844	691.003	731.741	656.558	4,5	124,3
Países Bajos	209.531	236.802	331.078	394.802	488.783	521.169	557.150	552.562	607.650	4,2	190,0
Federación de Rusia	85.428	71.442	83.329	101.266	139.763	286.652	435.680	611.139	580.676	4,0	579,7
SUBOTOTAL 10 PAÍSES	3.901.144	4.218.028	4.968.492	5.959.033	7.047.382	7.581.723	8.244.209	8.910.614	8.373.231	57,7	114,6
RESTO	2.480.391	2.668.760	3.125.095	3.862.535	4.719.339	4.930.403	5.905.706	6.750.239	6.137.063	42,3	147,4
México (Nº 16)	117.496	112.684	128.087	147.942	187.092	171.508	211.912	271.985	225.390	1,6	91,8
Brasil (Nº 24)	63.932	51.591	57.631	78.482	101.738	119.937	137.397	167.593	150.079	1,0	134,7
Venezuela (Nº 44)	14.791	9.602	9.781	15.648	25.293	20.260		104.162	47.161	0,3	218,8
Argentina (Nº 61)	19.958	6.300	12.487	14.433	16.605	18.405	26.555	27.233	25.180	0,2	26,2
Chile (Nº 62)	6.490	8.509	12.184	15.024	22.447	27.198	27.971	31.938	24.496	0,2	277,4

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

COMERCIO MUNDIAL DE JUGOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS

Las exportaciones de jugos de frutas y hortalizas representan, como ya se indicó, el 25% del volumen total de productos procesados hortofrutícolas que se exportan en el mundo, proporción que disminuye al 18% cuando se trata del valor exportado. En 2009, las exportaciones mundiales de jugos totalizaron un volumen de 11.969.462 toneladas y un valor de US\$ 12.445,7 millones.

Las importaciones de estos jugos, por otra parte, totalizaron en 2009 un volumen de 11.819.779 toneladas y un valor de US\$ 12.835 millones.

Principales exportadores de jugos de frutas y hortalizas

En el volumen exportado de jugos en 2009, los diez principales países exportadores representaron cerca del 72% del total mundial (Cuadro 17). Brasil, en primer lugar, aporta el 18% del volumen. Con porcentajes menores, le siguen tres países de la Unión Europea (Países Bajos, Alemania y Bélgica), además de Estados Unidos, que es el cuarto mayor exportador. También son exportadores destacados España, Italia y Polonia y, entre los países de otras regiones, China (que aporta el 7,5% del volumen total) y Tailandia (con el 2,5%).

Chile se ubica en el lugar 22, con exportaciones que en 2009 totalizaron un volumen de 96.053 toneladas, que representaron el 0,8% del total mundial exportado de jugos. Entre los países de América Latina, también son exportadores destacados (además de Brasil) México, Argentina, Costa Rica y Belice, todos con una participación mayor que Chile en el volumen total exportado.

Cuadro 17. Jugos: volumen exportado según países exportadores, 2001 – 2009 (Toneladas y participación porcentual 2009)

PAÍS EXPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2009	% Var. acum. 09/01
TOTAL	29.167.190	8.854.393	9.442.920	8.948.633	11.132.118	11.417.330	12.666.677	12.785.430	11.969.462	100,0	-59,0
Brasil	1.383.079	1.384.539	1.652.921	1.675.193	1.860.462	1.853.687	2.164.714	2.154.915	2.148.448	17,9	55,3
Países Bajos	473.999	431.123	422.095	467.367	586.267	685.567	776.029	936.967	976.540	8,2	106,0
Alemania	1.033.257	985.234	943.985	948.303	1.061.836	1.058.530	927.942	954.256	964.912	8,1	-6,6
Estados Unidos	1.121.910	1.290.607	1.081.019	--	982.274	614.941	1.075.833	910.651	938.142	7,8	-16,4
Bélgica	623.461	629.880	641.727	697.010	821.179	957.569	882.198	984.656	932.794	7,8	49,6
China	257.650	323.354	453.277	532.519	706.912	745.844	1.140.818	794.070	897.023	7,5	248,2
España	419.402	518.421	594.593	583.198	559.441	654.933	765.092	701.156	635.647	5,3	51,6
Italia	424.983	440.358	447.037	440.410	471.067	508.655	538.473	550.507	505.842	4,2	19,0

PAÍS EXPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2009	% Var. acum. 09/01
Tailandia	168.214	179.370	229.058	214.575	225.696	315.307	277.730	306.954	304.245	2,5	80,9
Polonia	227.617	256.955	292.329	304.943	355.995	547.691	295.451	356.853	290.861	2,4	27,8
SUBOTOTAL 10 PAÍSES	6.133.572	6.439.841	6.758.041	5.863.518	7.631.129	7.942.724	8.844.280	8.650.985	8.594.454	71,8	40,1
RESTO	23.033.618	S/I	S/I	S/I	3.500.989	3.474.606	3.822.397	4.134.445	3.375.008	28,2	-85,3
Sudáfrica	111.670	140.636	140.116	114.651	149.705	135.791	131.087	169.414	257.753	2,2	130,8
México	120.783	159.691	93.575	163.203	140.321	134.531	194.081	433.971	236.745	2,0	96,0
Argentina	195.785	193.488	228.116	202.662	283.304	303.302	330.237	303.777	226.652	1,9	15,8
Austria	172.653	169.284	197.027	225.488	238.136	214.527	200.045	217.873	195.003	1,6	12,9
Filipinas	178.727	141.585	153.196	167.000	182.841	179.551	171.381	154.875	169.873	1,4	-5,0
Francia	169.713	203.350	269.324	186.503	194.249	226.319	200.048	193.919	163.955	1,4	-3,4
Em. Árabes Un.	--	8.016	8.306	14.673	39.478	56.872	89.206	172.738	154.598	1,3	--
Costa Rica	45.114	54.482	49.253	48.658	82.513	107.573	116.938	147.595	152.782	1,3	238,7
Suiza	131.135	155.766	170.013	252.708	294.619	249.579	179.055	182.277	120.027	1,0	-8,5
Belice	11.594	15.654	71.885	47.257	54.230	42.611	31.005	81.520	113.980	1,0	883,1
Israel	20.595.384	--	--	72.238	61.698	87.299	66.258	131.754	111.042	0,9	-99,5
Chile	94.730	--	--	89.308	94.558	109.194	88.218	94.866	96.053	0,8	1,4

*En este caso la fuente no tiene disponibles las cifra totales, debido a que no contó con los reportes de países destacados.

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En términos del valor generado por las exportaciones de jugos (Cuadro 18), la participación de Brasil disminuye al 14,1% del total mundial, en tanto que aumenta la de algunos países de la Unión Europea como los Países Bajos y Bélgica. En este caso, Chile se ubica en el lugar número 15, con un valor exportado en 2009 de US\$ 181,9 millones, que representan el 1,5% del valor total exportado de jugos en el mundo.

Cuadro 18. Jugos: valor exportado según países exportadores, 2001 – 2009 (Miles de US\$ FOB y participación porcentual 2009)

PAÍS EXPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum. 09/01
TOTAL	5.872.409	6.429.939	7.671.239	7.982.444	8.957.838	10.897.625	14.312.246	15.260.447	12.445.737	100,0	111,9
Brasil	880.064	1.095.950	1.249.521	1.141.376	1.184.912	1.569.567	2.374.045	2.151.783	1.751.828	14,1	99,1
Países Bajos	469.078	505.153	543.069	529.114	628.130	836.436	1.131.845	1.222.525	1.253.134	10,1	167,1
Bélgica	487.024	569.519	673.001	693.478	778.460	1.123.020	1.283.450	1.378.324	1.070.316	8,6	119,8
Estados Unidos	721.889	743.633	732.507	696.553	771.521	894.901	996.449	1.079.658	1.024.056	8,2	41,9
Alemania	540.554	563.444	647.607	713.262	753.020	840.885	984.417	1.170.239	962.717	7,7	78,1
China	179.212	199.307	285.384	366.329	525.499	670.909	1.353.325	1.258.656	762.362	6,1	325,4
España	247.145	321.987	446.964	458.810	450.571	517.056	659.487	724.928	655.631	5,3	165,3

PAÍS EXPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
Italia	302.038	316.959	375.008	401.082	419.508	454.652	597.344	709.717	556.994	4,5	84,4
Polonia	156.646	190.296	273.088	300.966	373.109	493.179	544.501	665.364	366.714	2,9	134,1
Argentina	156.108	129.339	159.337	181.888	232.697	257.320	317.025	425.389	324.686	2,6	108,0
SUBOTOTAL 10 PAÍSES	4.139.758	4.635.587	5.385.486	5.482.858	6.117.427	7.657.925	10.241.888	10.786.583	8.728.438	70,1	110,8
RESTO	1.732.651	1.794.352	2.285.753	2.499.586	2.840.411	3.239.700	4.070.358	4.473.864	3.717.299	29,9	114,5
Tailandia	109.175	139.282	195.194	178.787	187.180	234.268	235.813	295.310	323.184	2,6	196,0
Austria	163.849	163.875	213.931	248.025	268.503	287.076	368.515	534.980	300.469	2,4	83,4
México	90.284	97.966	70.536	97.656	166.483	163.810	247.290	308.238	266.987	2,1	195,7
Francia	107.539	127.395	196.715	142.541	156.486	199.585	238.941	282.143	232.103	1,9	115,8
Chile	92.461	72.588	85.331	113.897	121.793	154.344	154.770	230.904	181.941	1,5	96,8

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Principales importadores de jugos de frutas y hortalizas

En el año 2009, las importaciones de jugos totalizaron un volumen de 11.819.779 toneladas y un valor de US\$ 12.835 millones. Los diez principales países importadores concentran en torno al 74% del volumen y el 70% del valor total. El primer importador es Estados Unidos, con el 17% del volumen y el 12% del valor. En el volumen importado (Cuadro 19), le siguen países de la Unión Europea (Francia, Bélgica, Alemania, Países Bajos, el Reino Unido y Austria). También son importadores relevantes Canadá, Japón y la Federación Rusa.

Entre los países que importan jugos de frutas y hortalizas, en volumen, Chile se ubicó en 2009 en el lugar número 79, con 8.306 toneladas, que representan menos del 0,1% del total mundial.

Varios países de América Latina tienen una proporción mayor que la de Chile en el volumen total importado en el mundo. Se trata de México, Honduras, Nicaragua, Guatemala, Panamá, El Salvador, Costa Rica y Venezuela, ninguno de los cuales en todo caso concentra más de un 0,2% del volumen mundial (los principales de ellos se incluyen en el cuadro).

**Cuadro 19. Jugos: volumen importado según países importadores, 2001 – 2009
(Toneladas y participación porcentual 2009)**

PAÍS IMPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2008	% Var. acum 09/01
TOTAL	10.525.655	10.385.805	11.662.418	S/I	S/I	S/I	12.864.788	12.154.542	11.819.779	100,0	12,3
Estados Unidos	2.146.481	2.877.408	3.621.085	--	1.280.893	1.705.107	2.583.015	1.356.933	2.029.714	17,2	-5,4
Francia	725.745	773.472	895.527	894.434	987.259	993.626	1.040.659	1.145.379	1.187.453	10,1	63,6
Bélgica	722.956	731.363	764.173	743.330	759.703	741.222	845.443	1.011.092	1.169.052	9,9	61,7
Alemania	1.125.307	1.145.216	1.230.732	1.211.605	1.348.663	1.309.348	1.185.101	1.133.446	1.122.165	9,5	-0,3
Países Bajos	693.977	499.271	736.463	762.068	795.648	761.227	613.702	1.245.309	1.091.232	9,2	57,2
Reino Unido	436.300	496.117	754.422	1.388.454	881.731	935.348	802.247	960.260	874.155	7,4	100,4
Canadá	331.730	444.750	243.348	183.670	--	--	623.207	581.995	481.856	4,1	45,3
Japón	348.029	310.567	298.596	358.516	397.972	379.895	406.030	370.221	320.990	2,7	-7,8
Federación Rusa	184.584	186.602	200.660	213.405	273.391	324.092	377.737	287.632	229.632	1,9	24,4
Austria	206.687	186.105	258.492	260.825	329.803	251.310	256.076	289.456	228.679	1,9	10,6
SUBOTOTAL 10 PAÍSES	6.921.796	7.650.871	9.003.498	6.016.307	7.055.063	7.401.175	8.733.217	8.381.723	8.734.928	73,9	26,2
RESTO	3.603.859	2.734.934	2.658.920	S/I	S/I	S/I	4.131.571	3.772.819	3.084.851	26,1	-14,4
México (Nº 40)	25804	10767	21770	24416	9958	13479	42595	39577	27.691	0,23	7,3
Honduras (Nº 45)	1234	18146	13544	7449	21670	15757	34839		25.275	0,21	1948,2
Nicaragua (Nº 46)	6511	7218	7866	9436	12591	12805	14418	20682	24.983	0,21	283,7
Guatemala (Nº 47)	29189	27236	21741	18986	26706	26060	26446	28229	23.588	0,20	-19,2
Chile (Nº 79)	S/I	S/I	S/I	13.250	12.027	10.823	14.428	12.803	8.306	0,1	

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En las importaciones de jugos de frutas y hortalizas en términos de valor (Cuadro 20), los principales diez países importadores concentran en 2009 prácticamente el 70% del total mundial. El principal importador es Estados Unidos, tal como en volumen, pero con un porcentaje menor, de 12,2% (frente al 17,2% en volumen). Los siguientes cinco mayores importadores son los países de la Unión Europea ya mencionados (en las importaciones en volumen), aun cuando sus proporciones y su orden de importancia varían levemente en relación al análisis ya realizado del volumen importado. Además de Canadá, Japón y la Federación Rusa, que mantienen su orden de importancia, figura también España entre los principales diez importadores en valor, con el 2,2% del valor total, desplazando a Austria, que es el décimo importador en volumen.

En este caso Chile se ubica en 2009 en el lugar número 72 entre los países importadores, en valor, con US\$ 12,97 millones, que representan el 0,1% del valor total de las importaciones mundiales de jugos de frutas y hortalizas.

Un conjunto de países de América Latina realizan importaciones mayores a las de Chile, entre los cuales destaca México (con US\$ 57,2 millones, equivalentes el 0,4% del valor mundial) y luego Guatemala, Honduras, Panamá, Venezuela, Brasil, Trinidad y Tobago, Costa Rica, Nicaragua y República Dominicana, además de Jamaica (los principales se incluyen en el cuadro).

Cuadro 20. Jugos: valor importado según países importadores, 2001 – 2009 (Miles de US\$ FOB y participación porcentual 2009)

PAÍS IMPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
TOTAL	6.187.220	6.944.062	8.159.956	8.506.721	9.418.200	11.101.430	14.495.177	16.175.969	12.835.159	100,0	107,4
Estados Unidos	767.780	810.583	925.682	926.462	1.101.505	1.228.397	1.848.717	2.123.453	1.561.749	12,2	103,4
Alemania	775.836	846.449	1.059.736	1.044.139	1.128.542	1.369.456	1.673.296	1.738.798	1.265.891	9,9	63,2
Países Bajos	522.380	620.393	663.106	641.125	637.984	791.746	813.345	1.415.736	1.261.586	9,8	141,5
Francia	465.043	547.886	710.934	715.664	733.880	827.972	1.008.570	1.197.751	1.149.602	9,0	147,2
Bélgica	446.840	466.836	532.088	565.265	539.992	652.028	914.384	1.040.563	992.898	7,7	122,2
Reino Unido	366.996	437.698	580.982	638.232	738.506	885.616	1.081.704	1.199.540	893.675	7,0	143,5
Canadá	363.534	386.734	406.387	410.129	480.888	585.035	667.262	688.304	616.431	4,8	69,6
Japón	459.387	424.985	425.169	496.368	594.117	631.474	785.581	806.014	610.407	4,8	32,9
Federación Rusa	86.925	131.067	147.666	173.643	219.979	305.533	381.023	418.829	314.435	2,4	261,7
España	105.520	133.974	170.983	193.056	196.331	236.021	271.732	313.668	275.993	2,2	161,6
SUBOTOTAL 10 PAÍSES	4.360.241	4.806.605	5.622.733	5.804.083	6.371.724	7.513.278	9.445.614	10.942.656	8.942.667	69,7	105,1
RESTO	1.826.979	2.137.457	2.537.223	2.702.638	3.046.476	3.588.152	5.049.563	5.233.313	3.892.492	30,3	113,1
México (Nº 30)	34.782	28.965	29.323	28.337	29.532	39.635	59.448	76.088	57.182	0,45	64,4
Jamaica (Nº 49)	20.514	17.436	18.371	16.254	18.936	20.951	25.472	24.884	21.971	0,17	7,10
Guatemala (Nº 54)	19.130	18.395	15.745	14.281	19.183	20.355	26.402	30.158	20.764	0,16	8,54
Honduras (Nº 56)	16.464	12.455	9.783	10.639	15.574	13.174	28.010	--	19.500	0,15	18,44
Chile (Nº 72)	5.299	7.814	7.936	11.899	11.027	12.984	21.604	20.726	12.976	0,1	144,9

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

COMERCIO MUNDIAL DE ACEITES DE FRUTAS

Las exportaciones mundiales de aceites de frutas representan el 46% del volumen total de las exportaciones mundiales de productos hortofrutícolas procesados y generan el 30% del valor de esas exportaciones. En 2009, las exportaciones de estos aceites totalizaron un volumen de 47.467.198 toneladas y generaron un valor de US\$ 33.184,8 millones.

Las importaciones alcanzaron ese mismo año (2009) un volumen de 43.584.352 toneladas y un valor de US\$ 35.259,8 millones.

Principales exportadores de aceite de frutas

Las exportaciones de aceites de frutas se encuentran altamente concentradas, ya que los diez principales países exportadores ponen en el mercado casi el 95% del volumen total que se exporta en el mundo (Cuadro 21). Entre ellos, las exportaciones de Indonesia y Malasia suman el 82,2% del volumen mundial. Los otros exportadores destacados, aunque con porcentajes mucho menores, son países de diversas regiones del mundo.

En este contexto, Chile es el exportador número 59 en términos del volumen exportado, con 4.310 toneladas en 2009, que representan el 0,1% del total exportado en el mundo.

Cuadro 21. **Aceites de frutas: volumen exportado según países exportadores, 2001 – 2009 (Toneladas y participación porcentual 2009)**

PAÍS EXPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
TOTAL	24.792.271	25.000.060	27.733.109	30.635.825	35.017.498	39.302.442	39.731.165	90.481.378	47.467.198	100,0	91,5
Indonesia	6.975.837	8.675.657	8.470.462	11.658.101	14.138.463	16.044.212	16.243.874	19.037.689	21.931.805	46,2	214,4
Malasia	11.435.352	11.477.908	13.129.429	12.450.546	13.231.097	15.391.043	14.357.138	32.726.596	17.109.812	36,0	49,6
Países Bajos	864.391	638.348	1.159.544	1.331.169	1.334.027	1.723.112	1.841.755	2.166.710	2.025.391	4,3	134,3
Filipinas	2.169.035	1.330.553	1.713.279	1.324.353	1.585.691	1.499.324	1.319.696	1.288.906	1.247.517	2,6	-42,5
España	554.227	742.231	628.205	729.436	626.982	591.643	769.412	777.846	803.472	1,7	45,0
Papua Nueva Guinea	S/I	S/I	S/I	S/I	507.121	513.799	560.485	1.564.393	571.404	1,2	S/I
Italia	360.172	388.207	386.530	409.045	452.146	416.793	413.548	421.065	418.677	0,9	16,2
Colombia	110.196	102.506	139.399	242.376	261.363	241.471	346.430	323.995	248.647	0,5	125,6
Estados Unidos	122.435	119.112	144.884	192.125	217.807	215.297	209.723	108.372	244.916	0,5	100,0
Costa de Marfil	98.673			121.411	131.790	121.074	126.416	147.281	238.486	0,5	141,7
SUBOTOTAL 10 PAÍSES	22.690.318	23.474.522	25.771.732	28.458.562	32.486.487	36.757.768	36.188.477	58.562.853	44.840.127	94,5	97,6
RESTO	2.101.953	1.525.538	1.961.377	2.177.263	2.531.011	2.544.674	3.542.688	31.918.525	2.627.071	5,5	25,0
Chile (N° 59)	555	435	577	735	1.558	1.830	2.517	3.329	4.310	0,01	676,6

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En términos del valor generado por estas exportaciones, se observa un grado similar de concentración en el sentido de que los diez exportadores principales concentran el 90% de ese valor (Cuadro 22). De todas formas, la participación sumada de Indonesia y Malasia disminuye, al mismo tiempo que aumenta la participación de España y de Italia y se integran al grupo Túnez y Grecia, como resultado del mayor valor relativo de las exportaciones de aceite de oliva que realizan principalmente estos países. En este caso Chile se ubica en un lugar más destacado (N° 40) con exportaciones que equivalen al 0,06% (frente al 0,01% en términos de volumen).

Cuadro 22. Aceites de frutas: valor exportado según países exportadores, 2001 – 2009 (Miles de US\$ FOB y participación porcentual 2009)

PAÍS EXPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
TOTAL	8.247.055	11.127.901	14.251.566	17.805.336	18.948.301	21.762.483	30.866.869	44.278.100	33.184.772	100,0	302,4
Indonesia	1.384.111	2.581.530	2.950.310	4.315.603	4.857.154	5.823.405	9.678.092	14.915.081	12.019.919	36,2	768,4
Malasia	2.563.399	3.758.624	5.073.035	5.301.719	4.837.384	5.690.978	9.078.039	13.947.552	9.995.370	30,1	289,9
España	918.620	1.379.039	1.495.881	2.111.771	2.106.340	2.360.768	2.717.150	2.981.491	2.380.769	7,2	159,2
Italia	777.182	913.762	1.109.215	1.415.147	1.681.758	1.877.951	1.742.089	1.942.005	1.639.845	4,9	111,0
Países Bajos	278.511	350.318	510.029	681.052	663.017	890.670	1.306.500	2.123.352	1.492.702	4,5	436,0
Filipinas	453.207	377.914	540.466	608.956	686.191	609.253	777.615	1.097.960	643.141	1,9	41,9
Túnez	142.042	41.530	90.833	581.168	378.252	654.188	574.788	670.758	430.403	1,3	203,0
Grecia	229.412	187.397	324.825	170.978	466.257	577.821	433.365	399.134	429.555	1,3	87,2
Estados Unidos	166.033	196.982	242.177	337.142	379.430	383.672	388.777	580.258	427.471	1,3	157,5
Papua Nueva Guinea	89.584	107.500	155.537	142.279	230.348	240.369	373.918	580.972	381.558	1,1	325,9
SUBTOTAL 10 PAÍSES	7.002.101	9.894.596	12.492.308	15.665.815	16.286.131	19.109.075	27.070.333	39.238.563	29.840.733	89,9	326,2
RESTO	1.244.954	1.233.305	1.759.258	2.139.521	2.662.170	2.653.408	3.796.536	5.039.537	3.344.039	10,1	168,6
Chile (N° 40)	2.694	2.405	3.665	3.836	5.993	8.502	11.191	15.440	21.464	0,1	696,7

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Principales importadores de aceites de frutas

Las importaciones de aceites de frutas se encuentran bastante menos concentradas que las exportaciones, por cuanto los diez principales países importadores únicamente concentran el 68,6% en el caso del volumen (Cuadro 23) y el 60,6% del valor (Cuadro 24). En ambos casos, los principales importadores son China e India, seguidos por países de diversas regiones del mundo.

En términos de volumen importado, Chile se ubica en el lugar número 125 entre los importadores a nivel mundial y en lugar número 8 en América Latina, con 4.095 toneladas de aceites de frutas importadas en 2009.

**Cuadro 23. Aceites de frutas: volumen importado según países importadores, 2001
– 2009 (Toneladas y participación porcentual)**

PAÍS IMPORTA- DOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
TOTAL	22.674.486	22.695.648	30.402.394	30.157.252	34.908.680	37.727.055	37.401.787	42.725.736	43.584.352	100,0	92,2
China	2.006.219	2.458.717	3.643.184	4.167.437	4.704.439	5.555.766	5.613.203	5.803.065	7.511.111	17,2	274,4
India	2.826.117	3.158.425	4.267.191	3.465.555	3.275.527	2.885.400	3.317.284	5.336.190	6.294.413	14,4	122,7
Países Bajos	2.828.103	1.051.795	2.956.203	2.937.215	3.518.172	3.383.264	3.572.021	3.796.043	3.866.133	8,9	36,7
Alemania	1.796.342	1.845.262	1.833.596	1.847.398	2.069.827	2.146.711	2.013.811	2.107.733	2.419.443	5,6	34,7
Estados Unidos	1.050.426	1.129.137	1.031.830	1.220.764	1.401.369	1.680.409	1.838.717	2.059.155	2.089.380	4,8	98,9
Pakistán			1.335.901		1.735.336	1.693.802	1.661.123	1.688.448	1.884.589	4,3	
Malasia	460.210	588.424	595.871	1.158.902	791.207	1.265.116	935.299	1.991.905	1.658.566	3,8	260,4
Italia	988.461	1.026.045	975.477	1.070.343	1.083.025	1.083.227	1.170.022	1.321.036	1.579.908	3,6	59,8
República de Corea	988.040	934.486	959.516	1.050.077	1.175.360	1.155.790	1.124.460	1.365.825	1.325.767	3,0	34,2
Reino Unido	1.227.241	1.191.486	1.533.239	1.658.572	1.694.839	1.742.968	1.295.306	1.096.691	1.263.533	2,9	3,0
SUBTOTAL 10 PAÍSES	14.171.159	13.383.777	19.132.008	18.576.263	21.449.101	22.592.453	22.541.246	26.566.091	29.892.843	68,6	110,9
RESTO	8.503.327	9.311.871	11.270.386	11.580.989	13.459.579	15.134.602	14.860.541	16.159.645	13.691.509	31,4	61,0
México (Nº 23)	227.473	253.051	268.841	330.981	336.850	411.580	367.716	385.108	442.349	1,01	94,5
Brasil (Nº 29)	80.563	61.587	78.376	77.947	109.791	176.590	226.568	309.516	314.717	0,72	290,6
Colombia (Nº 54)	4.542	7.781	27.238	22.986	22.003	14.446	17.260	30.154	66.417	0,15	1362,3
Venezuela (Nº 61)	11.758	19.204	51.299	68.297	34.040	61.957		71.112	49.488	0,11	320,9
Perú (Nº 70)	663	17.067	23.796	22.810	23.364	12.457	568	38.524	35.523	0,08	5257,9
Uruguay (Nº 94)	1.044	722	865	1.391	1.421	5.074	9.688	9.869	15.034	0,03	1340,0
Argentina (Nº 100)	13.222	7.296	8.610	10.584	12.498	12.521	13.887	12.678	11.490	0,03	-13,1
Chile (Nº 125)	0	0	0	3.475	7.895	12.663	9.174	5.723	4.095	0,01	--

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En términos de valor (Cuadro 24), las importaciones de los principales países representan en general proporciones menores que en términos de volumen, con la excepción de Italia. Francia y Japón son países que no importan más del 2,0% del volumen mundial, pero que en términos del valor de esas importaciones registran porcentajes más altos y se integran por ello entre los diez principales países a nivel mundial. En términos de valor, Chile se ubica en el lugar número 108 entre los importadores de aceites de frutas a nivel mundial y número 8 a nivel de América Latina.

Cuadro 24. Aceites de frutas: valor importado según países importadores, 2001 – 2009 (Miles de dólares FOB y participación porcentual 2009)

PAÍS IMPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en 2009	% Var. acum 09/01
TOTAL	9.131.362	12.109.813	16.289.985	19.835.598	20.891.157	23.667.216	31.352.141	44.815.812	35.259.855	100,0	286,1
China	543.673	948.399	1.600.788	2.078.853	2.044.123	2.583.665	4.164.896	5.914.069	4.808.209	13,6	784,4
India	828.325	1.254.162	1.899.124	1.798.724	1.391.717	1.283.113	1.611.790	2.653.665	3.724.069	10,6	349,6
Estados Unidos	843.075	979.948	1.140.283	1.541.626	1.829.701	2.109.081	2.432.487	3.409.675	2.575.030	7,3	205,4
Italia	996.000	1.212.932	1.491.680	1.984.652	2.051.628	2.239.567	2.352.342	2.751.308	2.282.348	6,5	129,2
Países Bajos	537.602	680.508	856.791	1.053.537	1.207.317	1.255.116	1.960.784	2.885.873	1.924.623	5,5	258,0
Alemania	573.929	703.330	839.741	1.082.139	1.153.716	1.287.547	1.669.554	2.275.605	1.855.595	5,3	223,3
Pakistán	S/I	S/I	617.240	656.454	764.174	781.190	1.170.764	1.708.093	1.273.243	3,6	S/I
Malasia	111.516	222.894	258.855	593.886	388.963	532.771	718.130	1.259.604	1.134.196	3,2	917,1
Francia	364.017	448.508	560.282	634.985	678.418	837.783	925.142	1.188.823	943.116	2,7	159,1
Japón	314.356	392.100	457.617	576.867	594.407	605.486	800.094	1.113.560	856.825	2,4	172,6
SUBTOTAL 10 PAÍSES	5.112.493	6.842.781	9.722.401	12.001.723	12.104.164	13.515.319	17.805.983	25.160.275	21.377.254	60,6	318,1
RESTO	4.018.869	5.267.032	6.567.584	7.833.875	8.786.993	10.151.897	13.546.158	19.655.537	13.882.601	39,4	245,4
Brasil(N° 19)	92.926	84.487	96.140	128.696	166.028	235.015	329.974	556.726	435.009	1,2	368,1
México (N° 21)	100.310	131.802	163.794	206.689	224.378	288.908	343.530	485.809	376.031	1,1	274,9
Venezuela (N° 52)	12.273	15.563	35.676	54.191	31.107	49.623		112.506	70.289	0,2	472,7
Colombia (N° 56)	4.740	6.934	14.923	15.701	17.882	18.052	19.918	42.274	62.589	0,2	1220,4
Perú (N° 79)	1.459	9.350	13.571	14.479	12.946	8.831	1.154	44.906	27.111	0,1	1758,2
Uruguay (N°87)	1.988	1.305	1.461	2.499	3.214	5.752	13.300	17.601	22.192	0,1	1016,3
Argentina (N°92)	16.145	6.891	12.161	21.093	18.311	18.350	23.351	28.939	19.335	0,1	19,8
Chile (N°108)	6.593	5.425	6.086	7.736	11.898	15.837	14.936	13.426	9.597	0,03	45,6

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

4.1.2 MERCADO DE LOS PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES HORTOFRUTÍCOLAS NACIONALES⁶

La producción agroindustrial hortofrutícola nacional integra la actividad exportadora del país, en volúmenes, valores y dinámicas que se diferencian en forma importante dependiendo del tipo de producto de que se trate.

Chile exporta productos hortícolas y frutícolas procesados en conservas, jugos concentrados, deshidratados, congelados y aceites de fruta.

BALANCE GLOBAL DEL COMERCIO CHILENO DE PRODUCTOS PROCESADOS HORTOFRUTÍCOLAS

Los cuadros siguientes (Cuadro 25 y Cuadro 26) muestran una visión de síntesis del comercio chileno de procesados hortofrutícolas, detallando las exportaciones e importaciones del país (primero en términos de volumen y luego de valor) a lo largo del período 2001-2009 y el porcentaje que las cifras de 2009 representan en el total mundial.

Como puede observarse, las exportaciones de Chile, como conjunto, representan el 0,64% del volumen mundial exportado de estos productos, porcentaje que aumenta al 1,16% en términos de valor. Chile, como se sabe, es un exportador neto de los distintos grupos de procesados hortofrutícolas; esta condición es menos clara en el comercio de aceites, ya que el volumen que Chile importa es muy cercano al que exporta, pero en términos del valor de estas exportaciones, el carácter de exportador del país se hace más evidente. En los otros grupos de productos, el balance más positivo entre exportaciones e importaciones se registra en el caso de los congelados, en términos de valor.

⁶ El análisis de las exportaciones chilenas de productos hortofrutícolas procesados que se realiza en esta sección se basa información de Chilealimentos para el caso de jugos, conservas, congelados y deshidratados. En cambio, el análisis del comercio mundial de estos productos y el lugar que Chile ocupa dentro de él (en la sección anterior y en el Balance Global al inicio de esta sección) se basa en datos calculados por el Centro de Comercio Internacional (CCI, en inglés CTI) basados en estadísticas de COMTRADE. Es por eso que las cifras difieren levemente en ambos análisis.

Cuadro 25. **Chile: exportaciones e importaciones de productos procesados hortofrutícolas 2001 – 2009 en volumen (toneladas y participación porcentual 2009)**

COMERCIO DE CHILE EN VOLUMEN	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en total mundial 2009
Conservas Export	245.493	0	0	237.292	277.761	290.923	339.116	340.682	294.600	0,9
Conservas Import	-	-	-	52.634	59.070	76.310	90.011	109.160	100.973	0,3
Congelados Export	61.892	0	0	91.672	100.296	115.067	126.366	127.172	110.412	1,9
Congelados Import	S/I	S/I	S/I	1.064	3.033	3.789	4.521	14.227	9.198	0,2
Deshidratados Exp	99.176	0	0	115.601	123.066	139.456	141.479	147.542	160.452	3,0
Deshidratados Imp	0	0	0	7.529	10.725	10.630	11.042	11.621	9.871	0,2
Jugos Exportaciones	94.730	--	--	89.308	94.558	109.194	88.218	94.866	96.053	0,8
Jugos Importaciones	S/I	S/I	S/I	13.250	12.027	10.823	14.428	12.803	8.306	0,1
Aceite de frutas Exp	555	0	0	735	1.558	1.830	2.517	3.329	4.310	0,01
Aceite de frutas Imp	0	0	0	3.475	7.895	12.663	9.174	5.723	4.095	0,01
TOTAL EXPORTAC	501.846	S/I	S/I	534.608	597.239	656.470	697.696	713.591	665.827	0,64
TOTAL IMPORTAC	S/I	S/I	S/I	77.952	92.750	114.215	129.176	153.534	132.443	0,14

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Cuadro 26. **Chile: exportaciones e importaciones de productos procesados hortofrutícolas 2001 – 2009 en valor (Miles de US\$ y participación porcentual 2009)**

COMERCIO DE CHILE EN VALOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% en total mundial 2009
Conservas Export	180.375	159.279	170.301	217.002	240.422	270.912	384.199	523.293	404.187	1,0
Conservas Import	36.296	35.733	36.406	41.247	48.699	66.658	90.557	129.409	109.418	0,3
Congelados Export	76.264	70.820	111.717	137.259	146.535	182.246	215.301	306.756	262.642	3,5
Congelados Import	1.432	1.166	1.225	1.348	3.363	5.002	6.903	18.781	10.737	0,1
Deshidratados Exp	168.923	157.960	170.221	234.154	318.720	331.304	368.636	504.640	400.207	2,8
Deshidratados Imp	6.490	8.509	12.184	15.024	22.447	27.198	27.971	31.938	24.496	0,2
Jugos Export	92.461	72.588	85.331	113.897	121.793	154.344	154.770	230.904	181.941	1,5
Jugos Import	5.299	7.814	7.936	11.899	11.027	12.984	21.604	20.726	12.976	0,1
Aceites frutas Exp	2.694	2.405	3.665	3.836	5.993	8.502	11.191	15.440	21.464	0,1
Aceites frutas Imp	6.593	5.425	6.086	7.736	11.898	15.837	14.936	13.426	9.597	0,03
TOTAL EXPORT	520.717	463.052	541.235	706.148	833.463	947.308	1.134.097	1.581.033	1.270.441	1,16
TOTAL IMPORT	56.110	58.647	63.837	77.254	97.434	127.679	161.971	214.280	167.224	0,15

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

COMERCIO DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS EN CONSERVAS

Los productos hortofrutícolas en conserva considerados en este capítulo incluyen productos en conservas y farináceos que utilizan como materia prima frutas y hortalizas.

La industria asociada a este grupo de productos ha observado un aumento en la disponibilidad de materia prima (volumen) y calidad de ésta (dado por variedades y adecuados estándares en materia de inocuidad de los alimentos). Esto último ha incidido en que Chile presenta ventajas en la calidad de los productos.

El abastecimiento se realiza a través de distintos mecanismos: producción propia, agricultura de contrato, compras spot y la tendencia de venta es hacia marcas de retail, especialmente con productos de mayor valor.

Los principales competidores de los productos en conserva hortofrutícola del país son:

- En duraznos: Sudáfrica, Grecia y China
- En pimienta: Perú, Turquía
- En alcachofas: España, Perú

Exportaciones chilenas de conservas hortofrutícolas

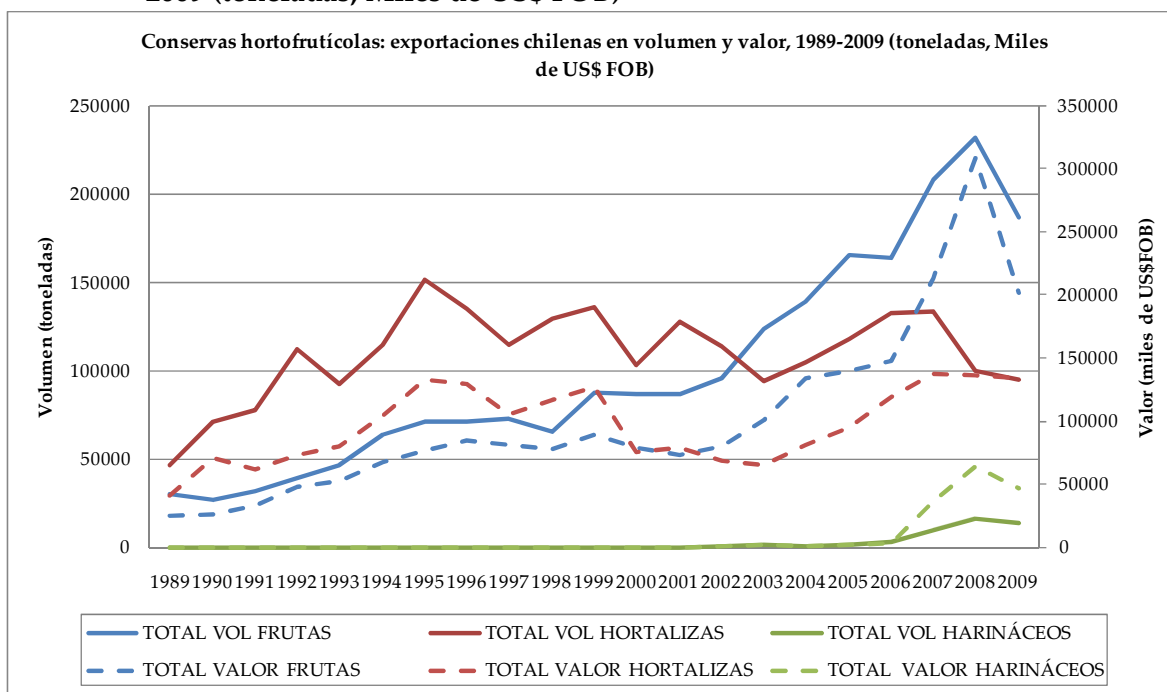
Las exportaciones chilenas de conservas hortofrutícolas alcanzaron en 2009 (según información de Chilealimentos) un volumen de 295.123 toneladas, correspondiente a 382.499 miles de US\$ FOB, lo cual representa el 80% de la producción nacional de este grupo de productos, cifra que ha ido creciendo en el tiempo. El volumen de exportación de conservas hortofrutícolas entre los años 1989 y 2009 registra una tasa de crecimiento anual promedio de 8,0%, en tanto que el valor de dichas exportaciones registra una tasa de crecimiento anual promedio durante el mismo período de 11,1%. En este marco global, la mayor dinámica la han mostrado los productos farináceos, con tasas de crecimiento promedio anual entre 2000 y 2009 de 168,8% en términos de valor y 73,6%, en términos de volumen. El segundo grupo que presenta una mayor dinámica son las exportaciones de conserva de frutas, cuyas tasas de crecimiento promedio anual en el período 1989 – 2009 en términos de valor y volumen han sido de 11,4% y 8,8%, respectivamente.

La composición de las exportaciones de conservas ha variado en los últimos 20 años de forma tal que en los primeros 14 años de análisis los volúmenes de exportaciones de hortalizas en conservas representaban más del 50% de las exportaciones de conservas totales (alcanzando casi el 74% de las exportaciones en el año 1992) y a partir del año 2003 dicha relación se revirtió tomando creciente importancia las exportaciones de frutas en conservas hasta alcanzar su máxima participación con un 67% de las exportaciones totales de conservas hortofrutícolas en el año 2008 (Gráfico 7). Cabe señalar que en términos

generales el volumen y valor de exportaciones de hortalizas en conservas se han mantenido relativamente constantes en términos absolutos, por lo cual la pérdida de importancia en términos relativos se debe al aumento observado en la participación de las frutas en conservas en la canasta exportadora de este grupo de productos (principalmente duraznos en conservas y pulpas, mermeladas y jaleas de duraznos).

Desde la perspectiva del valor de las exportaciones de conservas hortofrutícolas (también en Gráfico 7), consecuentemente con lo anterior, entre los años 1989 y 2000 más del 50% de los ingresos generados por esta actividad provenían de las exportaciones de conservas de hortalizas, alcanzando los niveles más altos en el año 1999 con el 72,9%. A partir del año 2003 se observa un aumento de importancia del valor de las exportaciones de frutas en conservas en relación al total, alcanzando su nivel más alto en el año 2008 (61,8%).

Gráfico 7. Conservas hortofrutícolas: exportaciones chilenas en volumen y valor, 1989-2009 (toneladas, Miles de US\$ FOB)



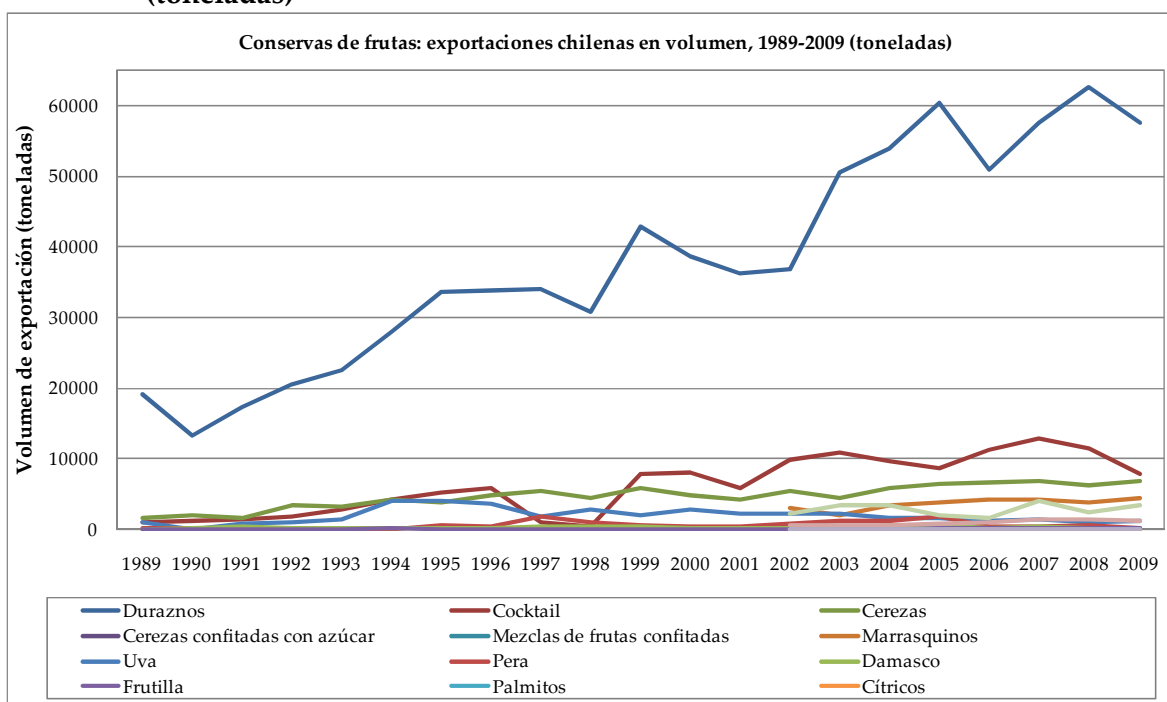
Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Exportaciones chilenas de conservas de frutas

Las exportaciones chilenas de conservas de frutas totalizaron en 2009 un volumen de 186.592 toneladas y un valor de 207.900 miles de USS FOB (cifras de Chilealimentos). Estas exportaciones (Gráficos 8 y 9) están compuestas por un conjunto de productos entre los cuales destacan las conservas de durazno, cocktail, cerezas, uva, pera, damasco, frutilla, pulpas, jaleas y mermeladas de damasco y durazno. En este conjunto de productos, las

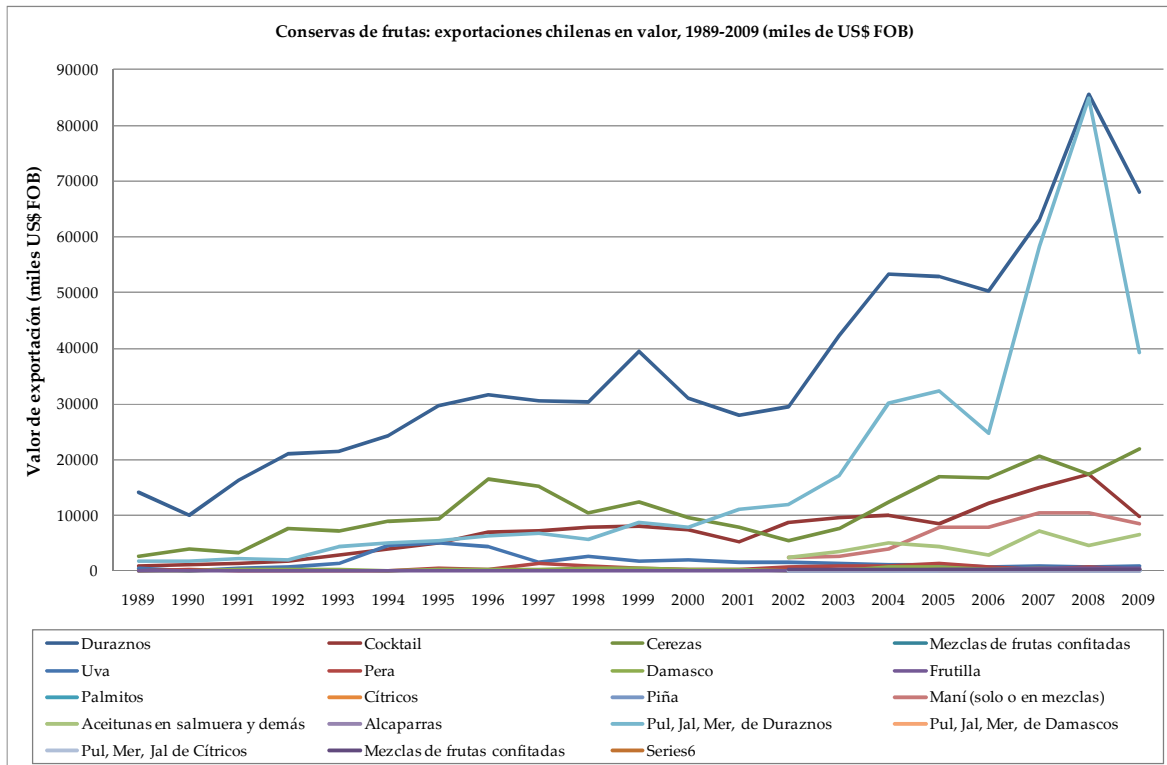
conservas de durazno representan el 30,4% del volumen total (57.626 toneladas) y el 33,8% del valor total (68.058 miles de US\$ FOB) de conservas de frutas exportado (Chilealimentos, 2010). Siendo los duraznos en conservas el producto más importante dentro de las frutas en conservas exportadas, su importancia relativa dentro de la canasta exportadora ha disminuido paulatinamente desde el año 2001 en adelante, a excepción de años específicos en los cuales se produjeron aumentos en los volúmenes y valores de exportación de este producto. Esta menor importancia relativa está asociada a un aumento sostenido de las exportaciones de pulpa, jalea y mermelada de durazno: este producto representó en el año 2009 el 21,8% (41.253 toneladas) del volumen total y el 19,5% (39.140 miles de US\$ FOB) del valor total de las exportaciones de conservas frutícolas (Chilealimentos, 2010). El tercer producto en importancia es el cocktail de frutas, cuyos volúmenes de exportación se han mantenido relativamente constantes desde el año 1999 en adelante.

Gráfico 8. Conservas de frutas: exportaciones chilenas en volumen, 1989-2009 (toneladas)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Gráfico 9. Conservas de frutas: exportaciones chilenas en valor, 1989-2009 (miles de US\$ FOB)

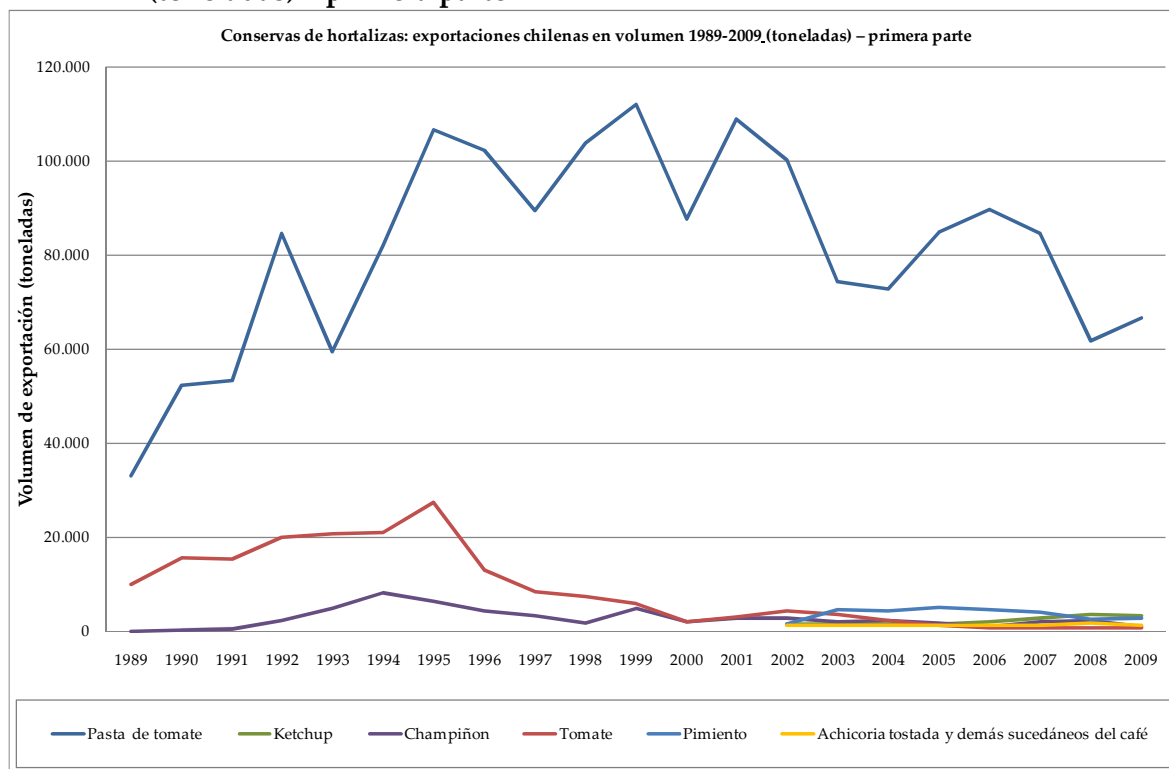


Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Exportaciones chilenas de conservas de hortalizas

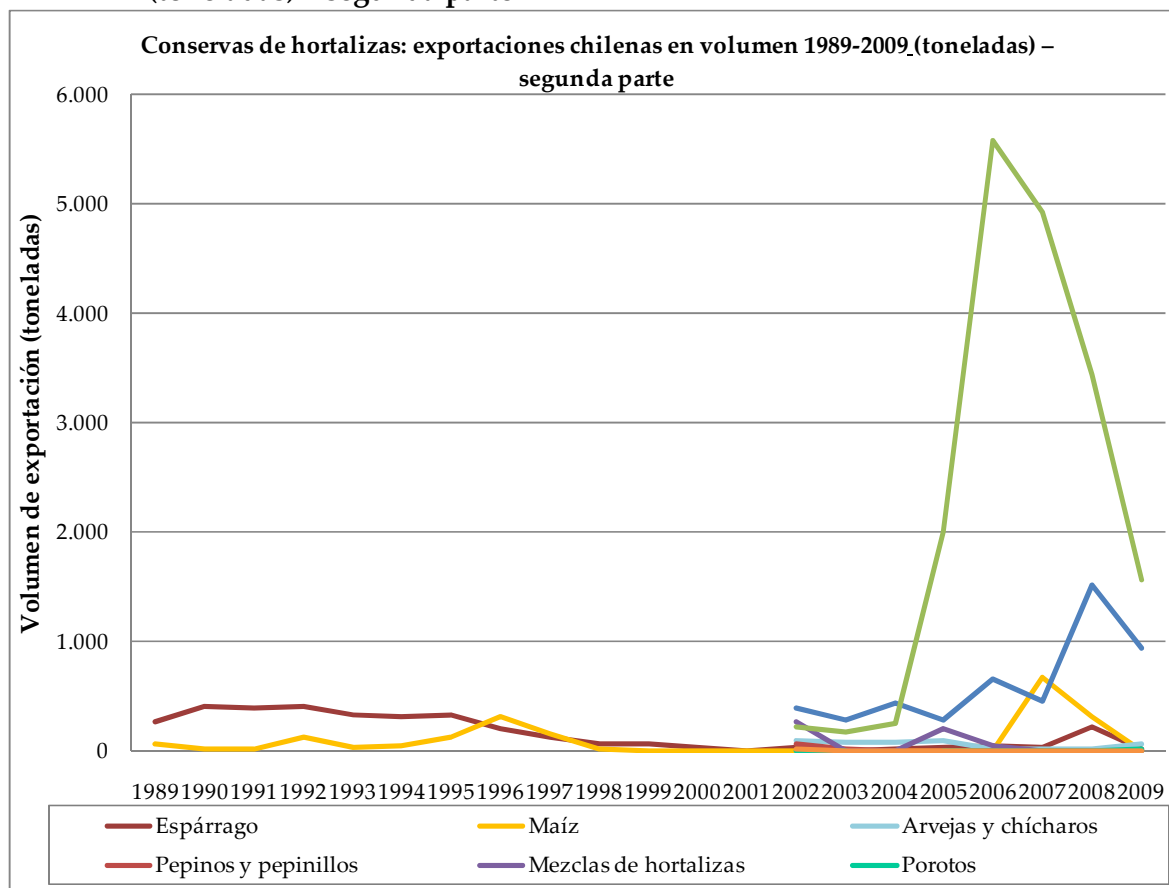
En 2009, las exportaciones chilenas de conservas de hortalizas sumaron un volumen de 94.881 toneladas y un valor de 134.216 miles de US\$ FOB. Estas exportaciones (Gráficos 10 y 11) están conformadas por distintos productos entre los que destacan por su importancia en volumen y valor de exportación los siguientes: pasta de tomates, tomate en conservas, champiñón, pimiento, ketchup y achicoria. Dentro de este conjunto de productos el de mayor importancia es la pasta de tomate, ya que representa el 70,2% y el 62,5% del volumen y valor total, respectivamente, de las exportaciones de conservas de hortalizas (año 2009).

Gráfico 10. Conservas de hortalizas: exportaciones chilenas en volumen 1989-2009 (toneladas) – primera parte



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Gráfico 11. Conservas de hortalizas: exportaciones chilenas en volumen 1989-2009 (toneladas) – segunda parte

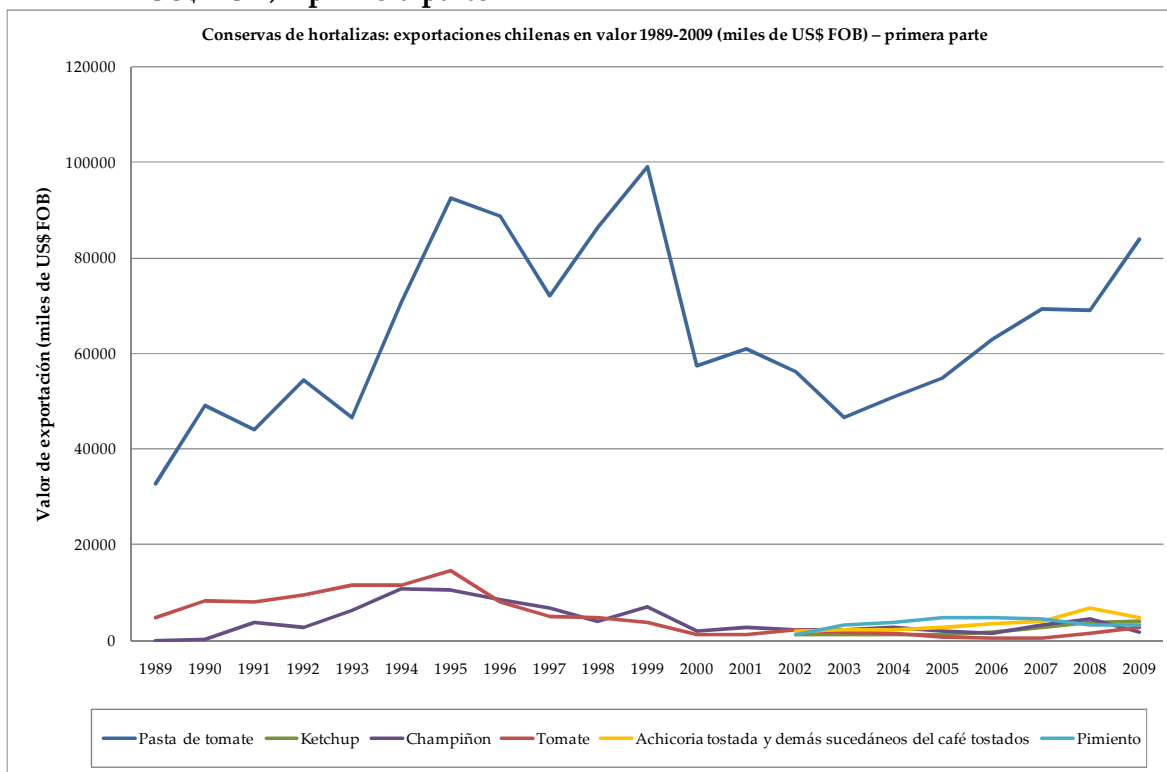


Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Como se observa en los gráficos anteriores (10 y 11) la oferta de hortalizas en conservas presenta una alta variabilidad entre años, lo cual está asociado a la posibilidad de diversificar o contraer la oferta dado el ciclo productivo de las especies hortícolas y, por ende, a la capacidad de responder oportunamente a la demanda por este tipo de productos en cada temporada.

Desde el punto de vista del valor de las exportaciones, los productos más importantes son los mismos especificados en relación a los volúmenes de exportación, destacando la importancia de la pasta de tomate, cuyo valor ha aumentado desde el año 2004 en adelante luego de pasar una fase de baja entre los años 1999-2003 (Gráfico 12 y 13). Cabe destacar que la fase de aumento del valor de las exportaciones de pasta de tomate está acompañada de una tendencia a la disminución de los volúmenes de exportación de este producto, lo cual da cuenta de un aumento del valor unitario del producto, asociado a sus mercados de destino.

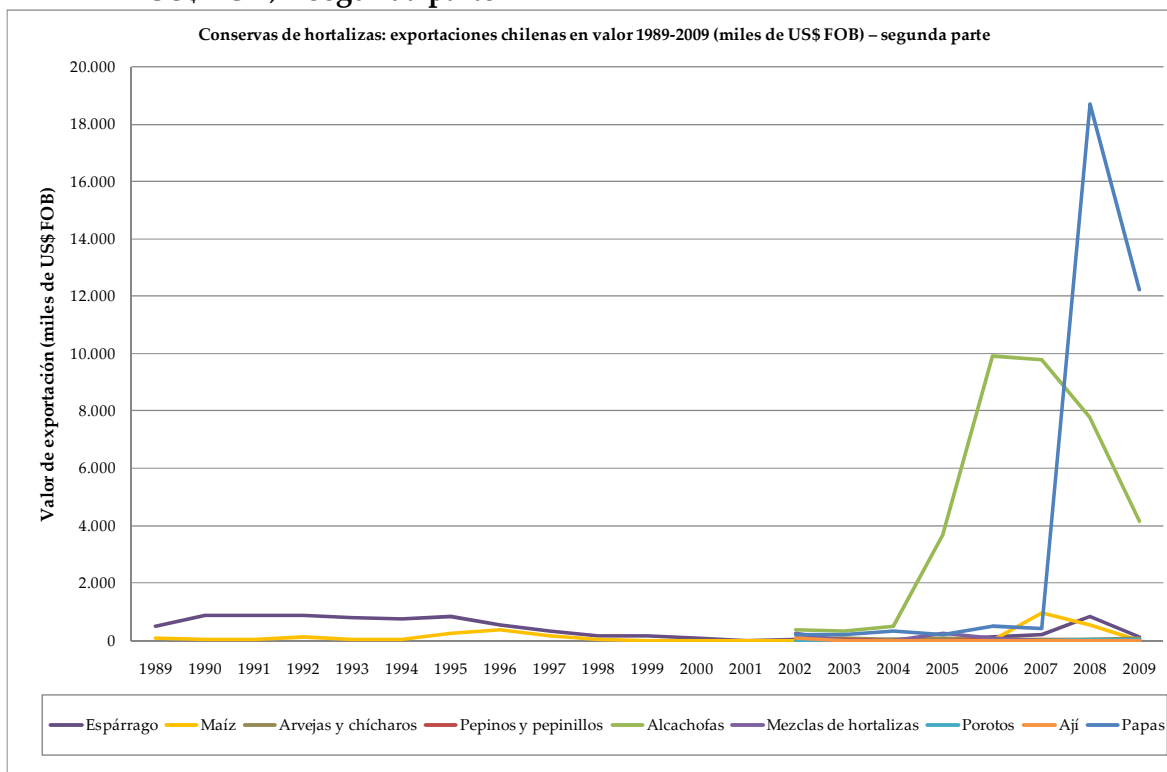
Gráfico 12. Conservas de hortalizas: exportaciones chilenas en valor 1989-2009 (miles de US\$ FOB) – primera parte



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

En segundo nivel de importancia está un grupo muy diverso de productos cuyos valores de exportación se encuentran entre US\$ FOB 1.000 y los US\$ FOB 20.000 miles. Dentro de este grupo destacan por su tendencia al alza o mantención relativamente estable productos como achicoria, pimienta y ketchup. Así mismo, dentro de este grupo el valor de las exportaciones de productos en conservas como tomate y champiñón han tendido a disminuir paulatinamente debido a la pérdida de competitividad de la producción nacional asociada a los costos de producción de la materia prima.

Gráfico 13. Conservas de hortalizas: exportaciones chilenas en valor 1989-2009 (miles de US\$ FOB) – segunda parte



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

En el grupo de productos hortícolas en conservas exportados y que se encuentran en el rango de valor menor a US\$ FOB 20.000 miles, destacan tanto en volumen como en valor la alcachofa y papa, por las tasas de aumento y disminución que han mostrado en los últimos 5 años.

Tasa de variación de las exportaciones chilenas de conservas hortofrutícolas y productos farináceos

La tasa de crecimiento anual de las exportaciones de conservas de frutas y hortalizas y de productos farináceos, tanto en volumen como en valor, se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 27. Tasa de variación de las exportaciones chilenas de conservas de frutas, de hortalizas, de productos farináceos y totales (volumen y valor)

TASA DE VARIACIÓN DEL VOLUMEN	1989-2009	1989-1999	2000-2009
Tasa de variación volumen conservas de frutas	10,7%	12,5%	8,8%
Tasa de variación volumen conservas de hortalizas	5,8%	13,8%	-2,2%
Tasa de variación volumen productos farináceos	73,6%	0,0%	73,6%
Tasa de variación volumen total	8,0%	12,6%	3,5%
TASA DE VARIACIÓN DEL VALOR			
Tasa de variación valor conservas de frutas	12,9%	14,4%	11,4%
Tasa de variación valor conservas de hortalizas	8,6%	14,5%	2,7%
Tasa de variación valor productos farináceos	168,8%	-	168,8%
Tasa de variación valor total	11,1%	13,9%	8,3%

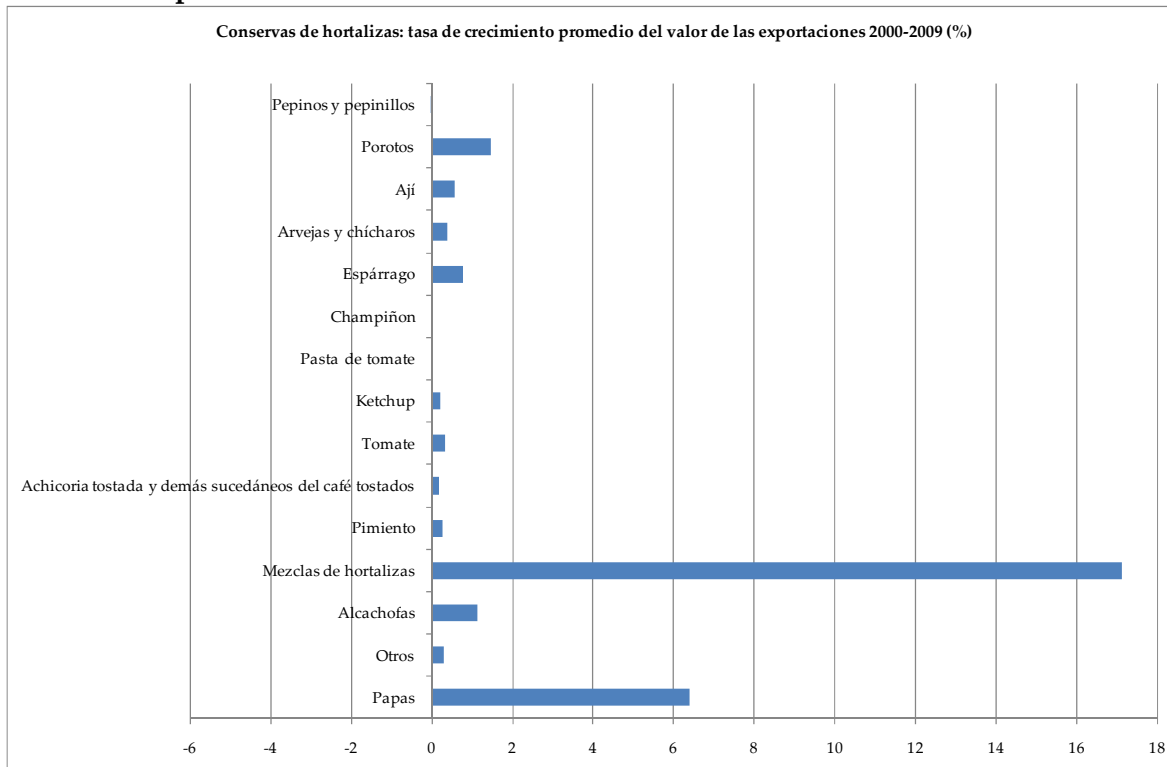
Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Las tasas de crecimiento muestran claras diferencias si se comparan los decenios 1989-1999 y 2000-2009; se observa una disminución en todos los índices en el segundo caso, mostrando una clara desaceleración en el crecimiento de las exportaciones de estos productos, especialmente en materia de volúmenes de exportación. La excepción a esta situación la muestran los productos farináceos, que han mostrado un ritmo de crecimiento intenso de sus exportaciones en los últimos 10 años, especialmente desde el punto de vista del valor de las exportaciones.

Es así como el crecimiento de las exportaciones de conservas de frutas y hortalizas está asociado a un mayor crecimiento de los precios alcanzados en los mercados externos. Esto último es aún más relevante en las exportaciones de hortalizas en conservas ya que, observándose una disminución de los volúmenes de exportación (-2,2%), se registra un aumento en el valor de dichas exportaciones (2,7%), especialmente asociado al aumento del valor de las exportaciones de conservas de alcachofas y papas (Gráfico 14), dada su participación en el valor total de las exportaciones de productos hortícolas en conservas.

Por otro lado y términos absolutos, las más altas tasas de variación promedio anual las han mostrado productos como mezclas de hortalizas, papas, porotos, alcachofas y espárragos.

Gráfico 14. Conservas de hortalizas: tasa de crecimiento promedio del valor de las exportaciones 2000-2009 (%)

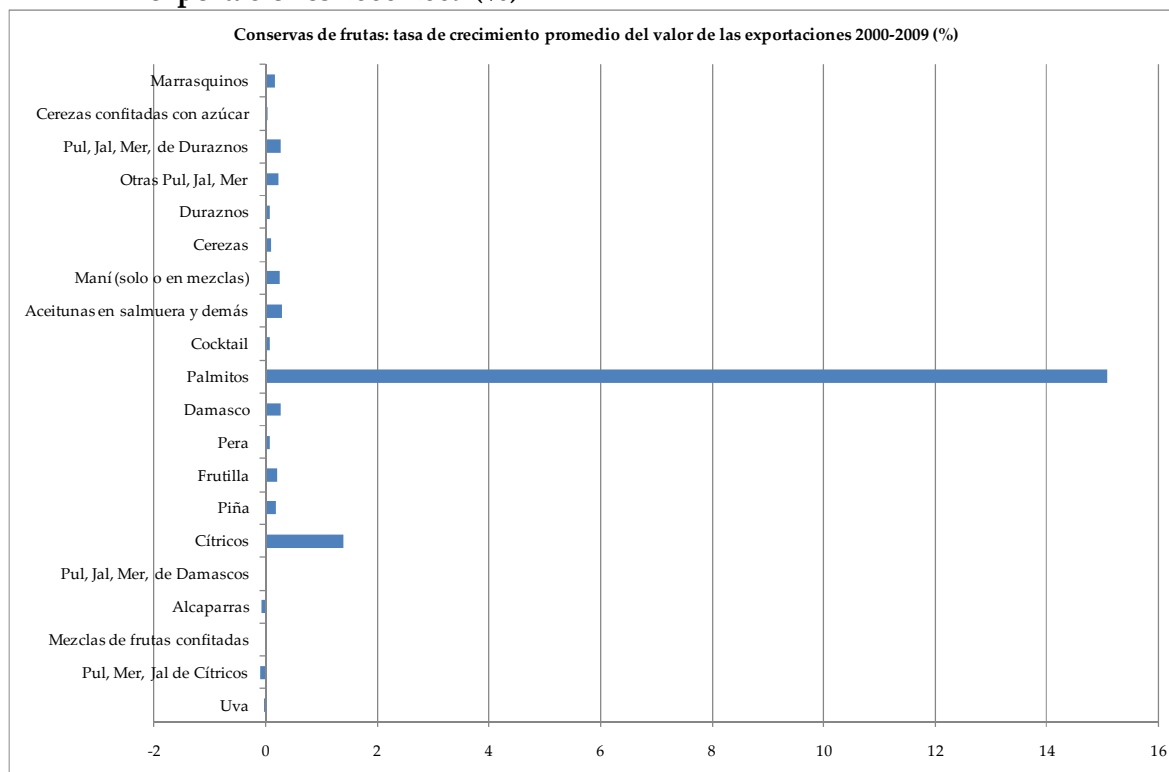


Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

La tasa de variación promedio anual del valor de las exportaciones de frutas en conservas en el último decenio presenta un valor casi tres puntos mayor que la tasa de variación anual de los volúmenes de exportación (ambas positivas), lo que da cuenta de un aumento de los precios obtenidos y de una variación en los mercados de destino. Esta situación está afectada por la tasa de variación de los valores de exportación de duraznos en conservas, mermeladas, jaleas y pulpas de duraznos y de otras especies frutícolas, dada su participación en el valor total de las exportaciones de productos hortícolas en conservas (Gráfico 15).

Por otro lado y términos absolutos, las más altas tasas de variación promedio anual las han mostrado productos como palmitos, cítricos, aceitunas en salmuera y damasco (Gráfico 15).

Gráfico 15. Conservas de frutas: tasa de crecimiento promedio del valor de las exportaciones 2000-2009 (%)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Cabe destacar que al interior de cada período las tasas de crecimiento anual presentan una alta fluctuación, tanto en el signo como en la magnitud que toman sus valores.

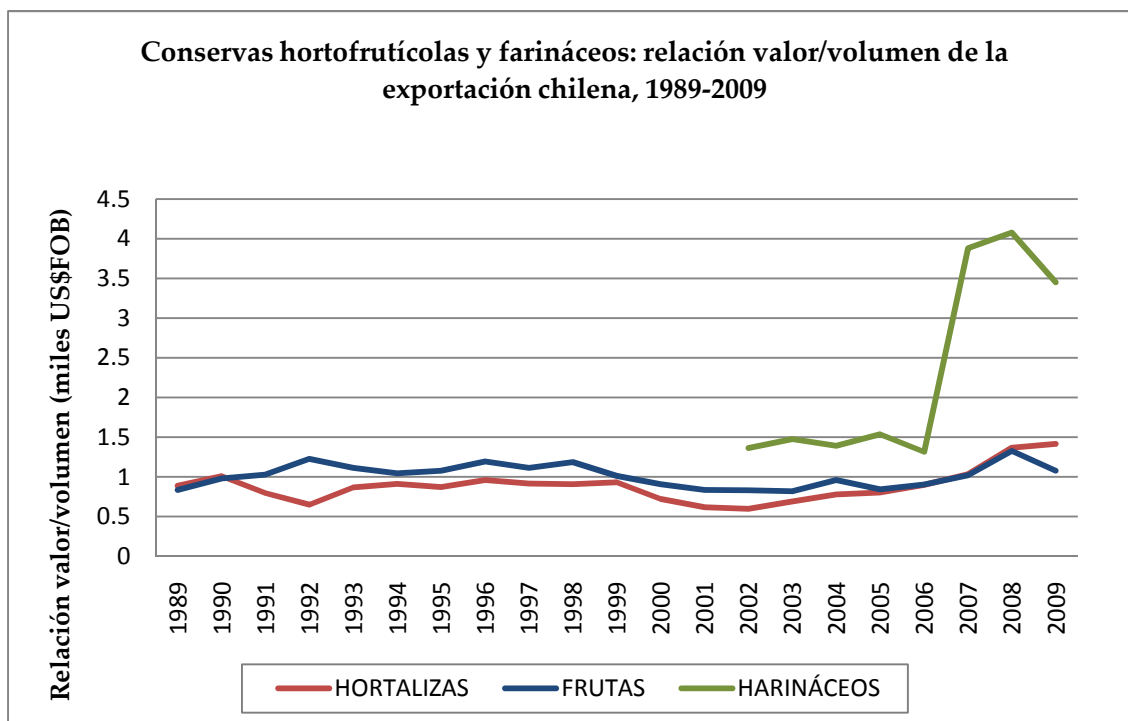
Relación entre el valor y el volumen de las exportaciones chilenas de conservas hortofrutícolas y de farináceos

La evolución de la relación entre el valor y el volumen de las exportaciones ha sido similar en el caso de las conservas de frutas y de hortalizas, mostrando un aumento interesante en los últimos tres años. En el caso de las conservas de frutas, el rango dentro del cual se ha fijado esta relación ha oscilado entre 0,6 y 1,41. En el caso de las conservas de hortalizas dicha relación ha oscilado entre 0,82 y 1,33. Cabe señalar que aun observándose una tendencia similar en ambos grupos de productos, los valores de esta relación son mayores en el caso de las conservas de frutas, pero que esta situación muestra un cambio a partir de los años 2008 y 2009 (Gráfico 16).

Por otro lado, la relación valor/volumen es considerablemente más alta en los productos farináceos respecto de las conservas de frutas y hortalizas, dado por precios unitarios mayores que en los casos anteriores. El considerable aumento de la relación valor/volumen

promedio de estos productos a partir del año 2007 está marcado por el significativo aumento en las exportaciones de inulina (Gráfico 16).

Gráfico 16. Conservas hortofrutícolas y farináceos: relación valor/volumen de la exportación chilena, 1989-2009

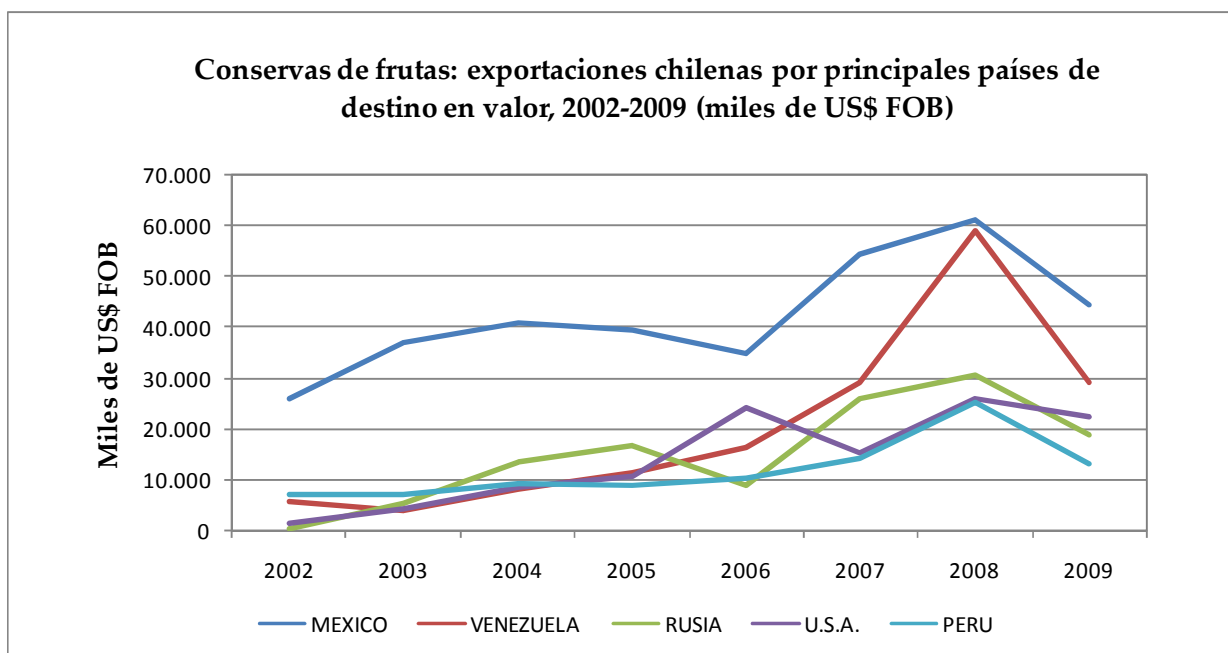


Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Países de destino de las exportaciones chilenas de conservas hortofrutícolas

Las exportaciones chilenas de conservas de frutas totalizaron en 2009 un valor de 215 millones de US\$ FOB (según cifras del Servicio Nacional de Aduanas). Los principales cinco países de destino de estas exportaciones en 2009 (Gráfico 17) fueron en primer lugar México, con una participación del 21% en el valor total, y luego Venezuela (13,5%), Estados Unidos (10,5%), Rusia (9%) y Perú (6,1%).

Gráfico 17. Conservas de frutas: exportaciones chilenas por principales países de destino en valor, 2002-2009 (miles de dólares FOB)

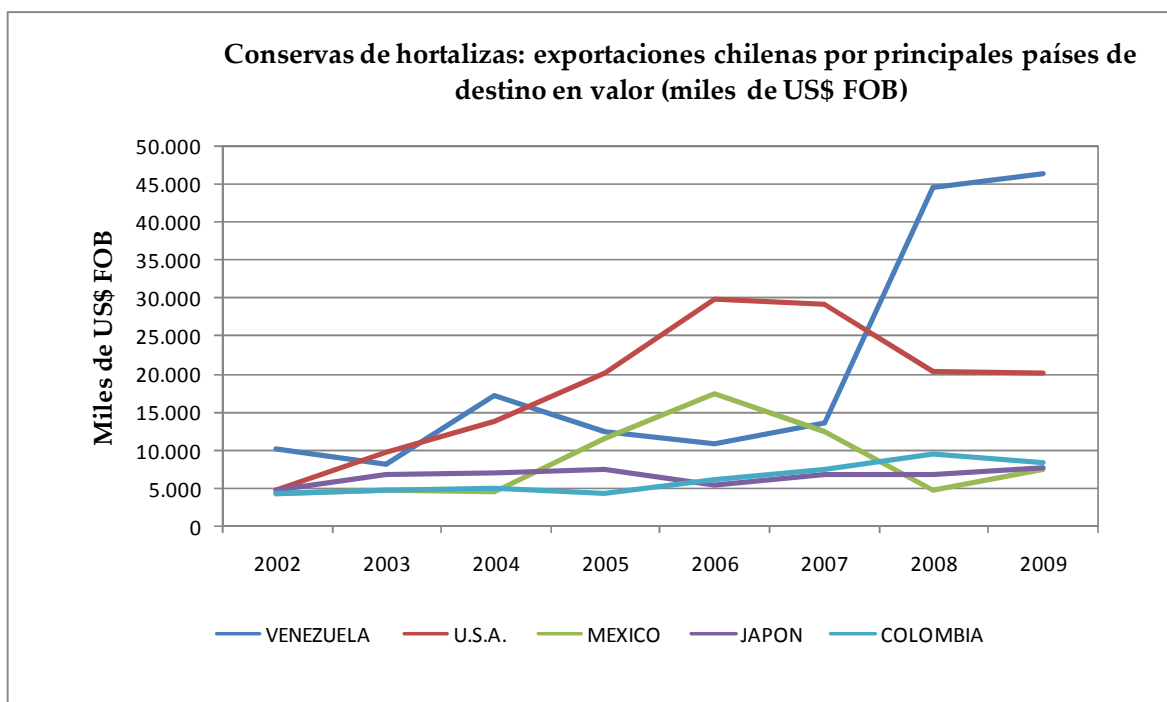


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Al comparar el valor de las exportaciones de frutas en conservas entre 2002 y 2009 se observa un aumento de 161%, desde 82.800 miles de US\$ (siempre en valores FOB) en 2002 a más de 215.000 miles de US\$ en 2009. En el caso de México este aumento alcanzó un 70%, desde 26.000 miles de US\$ a 44.000 miles de US\$. Las exportaciones a Venezuela pasaron de cerca de 6.000 miles a 29.000 miles de US\$, lo que significó un aumento del 402%. Importante fue el aumento de los envíos a Rusia (más de 3.000%), que pasaron de 500.000 US\$ a 19.000 miles de US\$. Las exportaciones a Estados Unidos pasaron de 1.400 miles a 22.600 miles de US\$ FOB, con un aumento porcentual superior a 1.400%.

En el caso de las conservas de hortalizas (incluyendo hongos), el valor exportado en 2009 fue superior a 136 millones de US\$ FOB (cifras de Aduanas). Dentro de este total, los principales cinco países de destino (Gráfico 18) fueron en primer término Venezuela, que alcanzó una participación del 34%; y luego Estados Unidos (15%), Colombia (6,3%), Japón (5,7%) y México (5,4%).

Gráfico 18. Conservas de hortalizas: exportaciones chilenas por principales destino en valor, 2002-2009 (miles de dólares FOB)

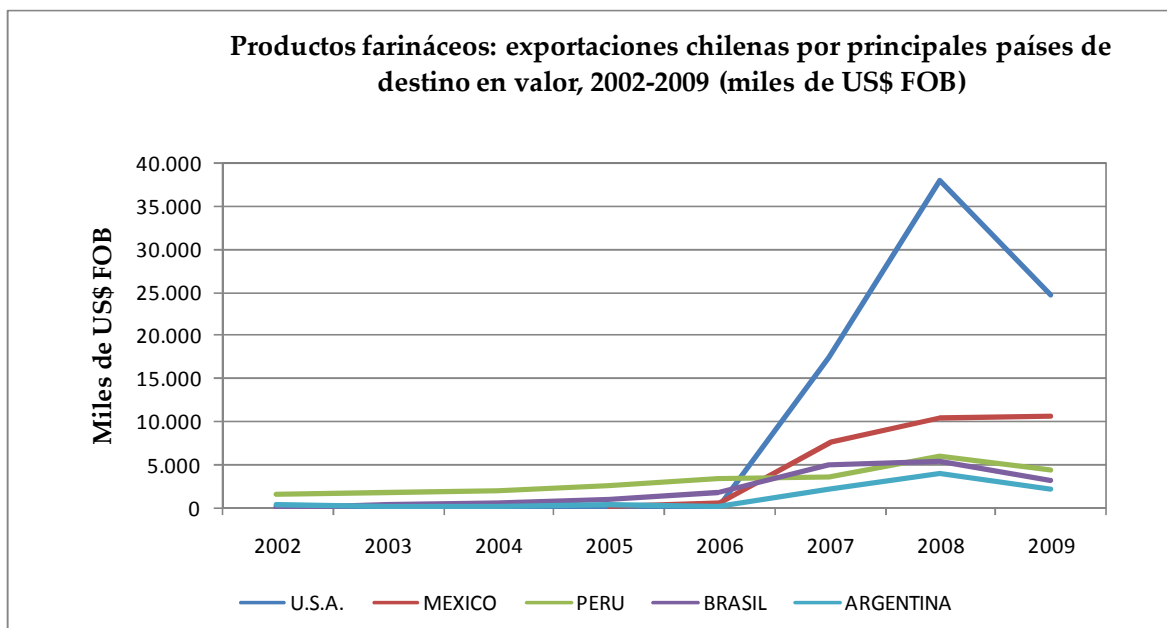


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Comparando el valor de las exportaciones entre 2002 y 2009 se observa un aumento de 85% en las exportaciones de hortalizas conservadas, que pasaron de 73.500 miles de US\$ FOB en 2002 a más de 136.000 miles de US\$ (siempre FOB) en 2009. En el caso de Venezuela este aumento alcanzó un 354%, con exportaciones que aumentaron de 10.200 a 46.400 miles de US\$; en el caso de Estados Unidos, los envíos pasaron de cerca de 5.000 a 20.000 miles de US\$, lo que significó un aumento de 315%; en el caso de México el incremento fue de 4.200 a 7.300 miles de US\$, es decir, de un 71%. Los envíos a Colombia, por su parte, aumentaron de 4.300 a 8.500 miles de US\$, con un aumento porcentual superior al 96%; y las exportación a Japón, por último, aumentaron de 4.700 a 7.700 miles de US\$, lo que significó un alza del 65%.

En el caso de los productos farináceos, el valor de la exportación chilena en 2009 fue cercano a 52.000 millones de US\$ FOB (cifras de Aduanas). Los principales cinco países de destino en términos de valor (Gráfico 19) fueron Estados Unidos, con una participación del 48%, seguido por México (20%), Perú (8,5%), Brasil (6,4%) y Argentina (5,4%).

Gráfico 19. Productos farináceos: exportaciones chilenas por principales países de destino en valor, 2002-2009 (miles de dólares FOB)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Estas exportaciones muestran entre 2002 y 2009 un aumento superior a 1.700%, ya que pasaron de 2.800 miles de US\$ FOB en 2002 a 52.000 miles de US\$ FOB en 2009. En el caso de Estados Unidos, los envíos aumentaron desde 157 mil US\$ a cerca de 25.000 miles de US\$ (siempre FOB), un aumento que equivale a más de 15.000%. En el caso de México las exportaciones aumentaron desde 46 mil US\$ en 2006 a 10.500 miles de US\$ en 2009, registrando un incremento porcentual superior a 22.000% en ese período. En el caso de Perú, las exportaciones muestran un crecimiento de 1.400 a 4.400 miles de US\$, lo que equivale a un 194%. Los envíos a Brasil aumentaron desde 7.000 US\$ a 3.300 miles de US\$ y los destinados a Argentina, de 220.000 US\$ a 2.000 miles de US\$, lo que significó un aumento de 800%.

Países de destino, productos y precios de las exportaciones de conservas hortofrutícolas

Para los cinco principales países de destino de las exportaciones chilenas de frutas conservadas, en valor, el Cuadro 28 muestra los principales productos exportados⁷ y la participación de cada uno de ellos dentro del valor exportado a ese país en 2009 y sus precios promedio para el período comprendido entre 2002 y 2009(US\$ FOB/Kg).

⁷ El desglose que se realiza de los productos dice relación con el tipo de producto y/o especie y/o proceso agroindustrial que le otorga la característica descrita y no necesariamente coincide con la descripción de la glosa (código SACH) bajo la cual se realiza su exportación o importación.

Cuadro 28. **Conservas de frutas: exportaciones a principales países de destinos por producto: valor exportado en 2009 (US\$ FOB), participación (%) y precio promedio 2002-2009 (US\$ FOB/kilo)**

País de destino / producto	Valor de la exportación en 2009 (US\$ FOB)	Participación en el valor exportado 2009 al país (%)	Precio promedio 2002-09 (US\$ FOB/kilo)
MÉXICO	44.425.096	100	
Duraznos en mitades	22.912.724	51,58	0,96
Compotas, concentrados, mermeladas, dulce, néctar y puré de frutas	5.623.370	12,66	0,85
Mix de frutas	5.378.041	12,11	1,09
Duraznos en trozos	3.873.033	8,72	0,97
Pulpa y concentrado de fruta	3.575.129	8,05	1,12
VENEZUELA	29.206.052	100	
Duraznos en mitades	10.838.939	37,11	1,38
Compotas, concentrados, mermeladas, dulce, néctar y puré de frutas	9.799.277	33,55	0,74
Pulpa y concentrado de fruta	3.262.029	11,17	1,20
Maní, avellanas, castañas, pistachos y almendras procesados (salados)	2.179.145	7,46	15,22
Duraznos en trozos	1.031.886	3,53	1,51
ESTADOS UNIDOS	22.659.873	100	
Cerezas sulfitadas	8.222.298	36,29	2,30
Compotas, concentrados, mermeladas, dulce, néctar y puré de frutas	7.345.074	32,41	1,71
Duraznos en trozos	3.847.349	16,98	1,99
Pulpa y concentrado de fruta	1.967.315	8,68	0,98
RUSIA	19.147.420	100	
Pulpa y concentrado de fruta	9.434.845	49,27	1,11
Compotas, concentrados, mermeladas, dulce, néctar y puré de frutas	9.290.259	48,52	0,65
Pulpa, puré, concentrado, néctar frutas	422.315	2,21	1,26
PERÚ	13.184.246	100	
Duraznos en mitades	10.397.378	78,86	0,94
Pulpa y concentrado de fruta	1.869.843	14,18	1,08
Mix de frutas	299.928	2,27	0,98
Cereza Marrasquino	262.492	1,99	2,38

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Las exportaciones chilenas de conservas de fruta destinadas a México sumaron en 2009 un valor superior 44,4 millones de US\$ FOB. De este total, los duraznos representaron en 2009

el 52% (casi 23 millones de US\$ FOB), seguidos por las 'compotas, concentrados, mermeladas, dulces, néctar y puré de frutas' (12,7%), el mix de frutas (12,1%), los duraznos en trozos (8,7%) y finalmente la pulpa y concentrado de frutas (8%).

En el caso de Venezuela, las exportaciones totalizaron un valor de 29,2 millones de US\$ FOB. El principal producto exportado a ese país fueron los duraznos en mitades, que alcanzaron al 37,1% de ese valor (10,8 millones de US\$ FOB). El resto de las exportaciones se distribuyeron entre 'compotas, concentrados, mermeladas, dulces, néctar y puré de frutas' (33,6%), pulpa y concentrado de frutas (11,2%), 'maní, avellanas, castañas, pistachos y almendras procesados (principalmente pelados, salados y confitados)' (7,5%) y duraznos en trozos (3,5%).

Los envíos de conservas de frutas a Estados Unidos sumaron un valor de casi 22,7 millones de US\$ FOB. El principal producto exportado fueron las cerezas sulfitadas, que representaron el 36,3% (8,2 millones de US\$ FOB). Les siguieron las 'compotas, concentrados, mermeladas, dulces, néctar y puré de frutas' (32,4%), los duraznos en trozos (17%) y la 'pulpa y concentrado de frutas' (8,7%).

Las exportaciones a Rusia sumaron un valor de 19,1 millones de US\$ FOB. El principal producto fue la pulpa y concentrado de frutas, que representó el 49% (9,4 millones de US\$ FOB), seguido por las 'compotas, concentrados, mermeladas, dulces, néctar y puré de frutas' (48%) y por último la 'pulpa, puré, concentrado y néctar de frutas' 2,2%).

Por último, en el caso de Perú, las exportaciones totalizaron casi 13,2 millones de US\$ FOB. El principal producto exportado fueron los duraznos en mitades con el 79% (10,4 millones de US\$ FOB), y con menor importancia relativa la pulpa y concentrado de frutas (14%), el mix de frutas (2,3%) y la cereza marrasquino (2%).

Para los cinco principales países de destino en valor de las exportaciones chilenas de hortalizas conservadas (incluyendo hongos), el Cuadro 29 muestra los principales productos⁸, su valor exportado y participación en 2009 y sus precios promedio para el período comprendido entre 2002 y 2009 (US\$ FOB/Kg).

⁸ El desglose que se realiza de los productos dice relación con el tipo de producto y/o especie y/o proceso agroindustrial que le otorga la característica descrita, y no necesariamente coincide con la descripción de la glosa (código SACH) bajo la cual se realiza su exportación-importación.

Cuadro 29. **Conservas de hortalizas: exportaciones a principales países de destinos por producto: valor exportado en 2009 (US\$ FOB), participación (%) y precio promedio 2002-2009 (US\$ FOB/kilo)**

País de destino / producto	Valor de la exportación en 2009 (US\$ FOB)	Participación en el valor exportado 2009 al país (%)	Precio promedio 2002-2009 (US\$ FOB/kilo)
VENEZUELA	46.378.015	100,0	
Tomate pasta (>30 brix)	24.472.337	52,8	3,07
Papas	12.228.178	26,4	11,57
Tomate pasta, los demás	3.701.897	8,0	0,96
Tomates enteros	2.444.031	5,3	1,63
Tomate concentrado y pasta	1.420.201	3,1	0,82
Hongos enteros, los demás	1.211.941	2,6	1,54
Hongos enteros	475.113	1,0	1,79
ESTADOS UNIDOS	20.171.732	100,0	
Alcachofas, las demás	13.750.538	68,2	1,95
Alcachofas	3.752.259	18,6	1,87
Pimiento	2.030.961	10,1	0,86
Tomate pasta (>30 brix)	278.859	1,4	0,74
Tomate concentrado y pasta	211.560	1,0	0,60
COLOMBIA	8.521.172	100	
Tomate pasta (>30 brix)	7.672.383	90,0	0,81
Tomate concentrado y pasta	355.396	4,2	0,96
Tomate Ketchup	292.210	3,4	0,84
Salsas (tomate, mostaza)	88.792	1,0	0,99
JAPON	7.734.648	100,0	
Tomate pasta (>30 brix)	5.183.805	67,0	0,84
Tomate Concentrado y pasta	2.327.547	30,1	0,80
Hortalizas, las demás (zanahorias, legumbres, maíz, papas, cebollas, verduras, etc.)	155.558	2,0	1,53
Tomates enteros	67.738	0,9	0,69
MEXICO	7.321.212	100,0	
Tomate pasta (>30 brix)	6.224.887	85,0	1,84
Tomate pasta, los demás	438.742	6,0	0,79
Pimiento	371.687	5,1	1,69
Tomate concentrado y pasta	157.321	2,1	0,82
Alcachofas, las demás	83.300	1,1	2,28

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

A Venezuela se exportaron en 2009 conservas de hortalizas por un valor total de casi 46,4 millones de US\$ FOB. El principal producto fue el tomate pasta (>30°Brix), que alcanzó una participación de 52,8% de ese total (24 millones de US\$ FOB), seguido de las papas (pre fritas y congeladas) (26,4%), 'tomate pasta, los demás' (8%), tomate enteros (5,3%), tomate concentrado y pasta (3,1%) y finalmente los 'hongos enteros, los demás' (2,6%) y hongos enteros (1%).

En el caso de Estados Unidos, las exportaciones de conservas de hortalizas sumaron en 2009 un valor de casi 20,2 millones de US\$ FOB. El principal producto exportado fue 'alcachofas, las demás', que representó el 68% de ese valor (13,7 millones de US\$ FOB). Le siguieron, alcachofas (18,6%), pimienta (10,1%), tomate pasta (>30°Brix) (1,4%) y finalmente tomate concentrado y pasta (1%).

En el caso de Colombia, las exportaciones de conservas de hortalizas sumaron un total de 8,5 millones de US\$ FOB. El principal producto en términos del valor de las exportaciones en 2009 fue el tomate en pasta (>30°Brix), que representó el 90% de ese valor (7,6 millones de US\$ FOB), seguido por el 'tomate concentrado y pasta' (4,2%), el tomate ketchup (3,4%) y finalmente las salsas (tomate) (1%).

Las exportaciones de conservas de hortalizas destinadas a Japón totalizaron en 2009 un valor de 7,7 millones de US\$ FOB. El principal producto en términos del valor exportado fue el tomate pasta (>30°Brix), con una participación del 67% (5,2 millones de US\$ FOB), seguido por el 'tomate concentrado y pasta' (30%), 'hortalizas, las demás' (2%) y tomates enteros (1%).

Por último, las exportaciones a México sumaron en 2009 un valor de 7,3 millones de US\$ FOB. El principal producto exportado fue el tomate pasta (>30°Brix), que representó el 85% de ese valor (6,2 millones de US\$ FOB), seguido por 'tomate pasta, los demás' (6%), pimienta (5,1%), tomate concentrado y pasta (2,1%) y 'alcachofas, las demás' (1,1%).

En el caso de los productos farináceos, el Cuadro 30 presenta las exportaciones a los principales países de destino (en valor), detallando los principales productos⁹, su valor exportado en 2009 y participación, así como los precios promedio para el período comprendido entre 2002 y 2009 (US\$ FOB/Kg) .

⁹ El desglose que se realiza de los productos dice relación con el tipo de producto y/o especie y/o proceso agroindustrial que le otorga la característica descrita, y no necesariamente coincide con la descripción de la glosa (código SACH) bajo la cual se realiza su exportación-importación.

Cuadro 30. **Productos farináceos: exportaciones a principales países de destinos por producto: valor exportado en 2009 (US\$ FOB), participación (%) y precio promedio 2002-2009 (US\$ FOB/kilo)**

País de destino / producto	Valor de la exportación en 2009 (US\$ FOB)	Participación en el valor exportado 2009 al país (%)	Precio promedio 2002-2009 US\$ FOB/Kg.
ESTADOS UNIDOS	24.726.969	100,0	
Inulina	24.044.841	97,2	4,32
Harinas de frutos secos (manzana, almendra, avellanas, nueces, etc.)	681.197	2,8	4,63
Sucedáneo café en polvo (cebada)	588	0,002	9,46
Harina, sémola y polvo	343	0,001	1,66
MÉXICO	10.579.107	100,0	
Inulina	9.934.525	93,9	4,17
Harinas de frutos secos (manzana, almendra, avellanas, nueces, etc.)	33.943	6,0	3,13
Harinas de legumbre y hortalizas	10.639	0,1	1,86
PERÚ	4.401.347	100,0	
Sucedáneo café en polvo (cebada)	4.203.260	95,5	3,24
Almidón de maíz	96.152	2,2	0,85
Inulina	61.200	1,4	4,50
Copos, gránulos y 'pellets'	40.734	0,9	2,31
BRASIL	3.329.723	100,0	
Inulina	2.106.554	63,3	4,06
Copos, gránulos y 'pellets'	1.201.052	36,1	1,38
Harinas de frutos secos (manzana, almendra, avellanas, nueces, etc.)	22.117	0,7	7,43
ARGENTINA	2.008.459	100,0	
Inulina	1.688.250	84,1	4,21
Sucedáneo café en polvo (cebada)	167.718	8,4	2,16
Copos, gránulos y 'pellets'	102.896	5,1	1,90
Harinas de frutos secos (manzana, almendra, avellanas, nueces, etc.)	49.595	2,5	6,08

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Las exportaciones chilenas de farináceos a Estados Unidos totalizaron en 2009 un valor de 24,7 millones de US\$ FOB y correspondieron muy mayoritariamente a inulina, que representó el 97% del valor total (24 millones de US\$ FOB). El resto correspondió a harinas de frutos secos (2,8%), además de una muy pequeña proporción de 'sucedáneo del café en polvo (cebada)' y 'harina, sémola y polvo'.

En el caso de México, estas exportaciones sumaron en 2009 un valor de 10,6 millones de US\$ FOB. El principal producto fue también la inulina, con una participación del 93,9% (9,9 millones de US\$ FOB), seguido de las harinas de frutos secos (6%) y harinas de legumbres y hortalizas (0,1%).

Las exportaciones a Perú sumaron un valor de 4,4 millones de US\$ FOB, que correspondió en un 96% a sucedáneo de café en polvo (4,2 millones de US\$ FOB), seguido del almidón de maíz (2,2%), la inulina (1,4%) y los 'copos, gránulos y pellets' (0,9%).

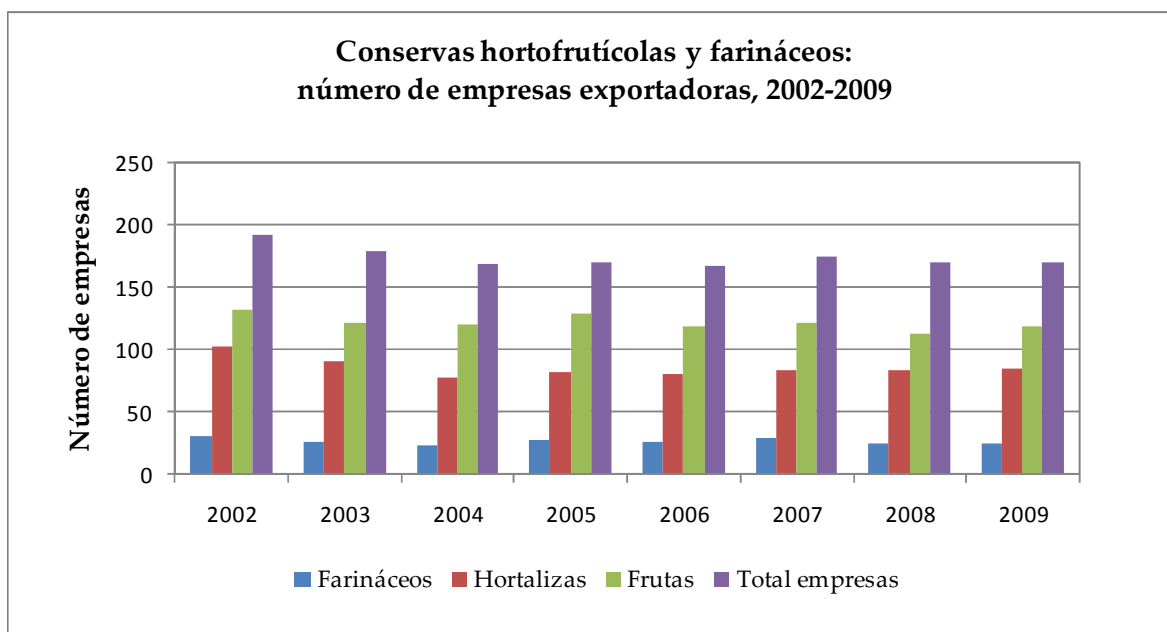
En el caso de Brasil, con exportaciones de estos productos por un total de 3,3 millones de US\$ FOB, el principal producto fue la inulina, que representó el 63,3% (2,1 millones de US\$ FOB), seguida por 'copos, gránulos y pellets' (36,1%) y finalmente las harinas de frutos secos (0,7%).

Las exportaciones de farináceos destinadas a Argentina totalizaron un monto de 2 millones de US\$ FOB. El principal producto fue la inulina, con una participación del 84,1% en ese total (1,6 millones de US\$ FOB), seguida del sucedáneo de café en polvo (8,4%), los copos, gránulos y pellets (5,1%) y finalmente las harinas de frutos secos (2,5%).

Empresas exportadoras de conservas hortofrutícolas y farináceos

El número total de empresas que han exportado conservas de frutas y hortalizas y productos farináceos entre 2002 y 2009 se ha ubicado cada año entre las 191 y las 170 empresas, con un total de 489 empresas diferentes registradas en todo el período. Estas cifras se muestran en el Gráfico 20 (como se señala allí, una misma empresa puede registrarse asociada a más de un grupo de productos, conservas de frutas, hortalizas y/o farináceos).

Gráfico 20. Conservas hortofrutícolas y farináceos: número de empresas exportadoras, 2002-2009*



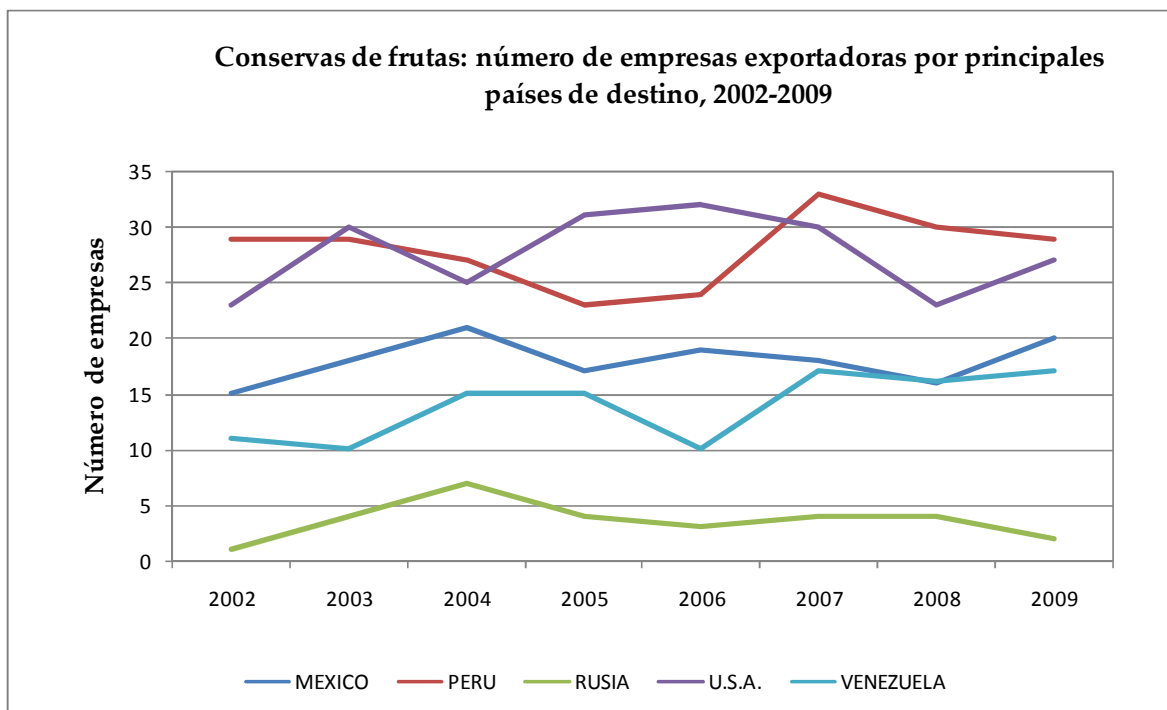
*Nota: una misma empresa puede estar registrada a la vez en frutas, hortalizas y/o farináceos, razón por la cual la suma de las cifras parciales es mayor que la columna "total de empresas".

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Se observa una mayor diversificación en el número de empresas exportadoras de conservas de fruta, que suman entre 132 y 119 empresas dependiendo del año, en comparación con el número de empresas que exportan conservas de hortalizas y hongos, que son entre 102 y 85, o con el número de empresas que exportan farináceos, que han oscilado entre 30 y 25.

En el caso de las exportaciones de conservas de frutas, se registran un total de 338 empresas diferentes en el período 2002-2009. El número de empresas que exporta a cada uno de los principales países de destino (según el valor de las exportaciones) se muestra en el Gráfico 21 (como se señala allí, una misma empresa puede registrarse asociada a más de un país de destino).

Gráfico 21. Conservas de frutas: número de empresas exportadoras por principales países de destino, 2002-2009*



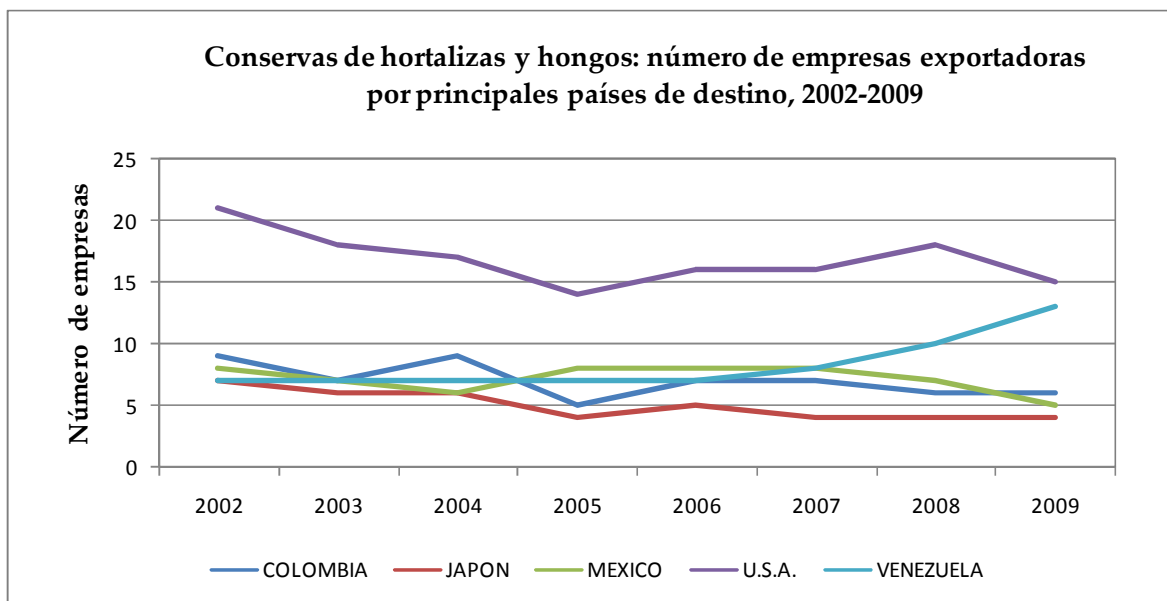
*Nota: una misma empresa puede estar asociada a más de un país de destino.

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Se observa que a cada uno de los países de destino (con la excepción de Rusia) exportan un número importante de empresas, entre 10 y 33 en cada caso. Sin embargo, estas exportaciones están bastante concentradas en un número reducido de empresas. A Perú, por ejemplo, exportaron en 2009 un total de 29 empresas, pero sólo 5 empresas concentran más del 90% del valor de las exportaciones; lo mismo ocurre en el caso de México, donde se observa que una sola empresa concentra el 32% de las exportaciones y solo 5 más del 90%.

Para el caso de las conservas de hortalizas y hongos, en el Gráfico 22 se observa la evolución entre 2002 y 2009 del número de empresas que han realizado exportaciones a los principales países de destino (definidos éstos según el valor de las exportaciones).

Gráfico 22. Conservas de hortalizas y hongos: número de empresas exportadoras por principales países de destino, 2002-2009*



*Nota: una misma empresa puede estar asociada a más de un país de destino.

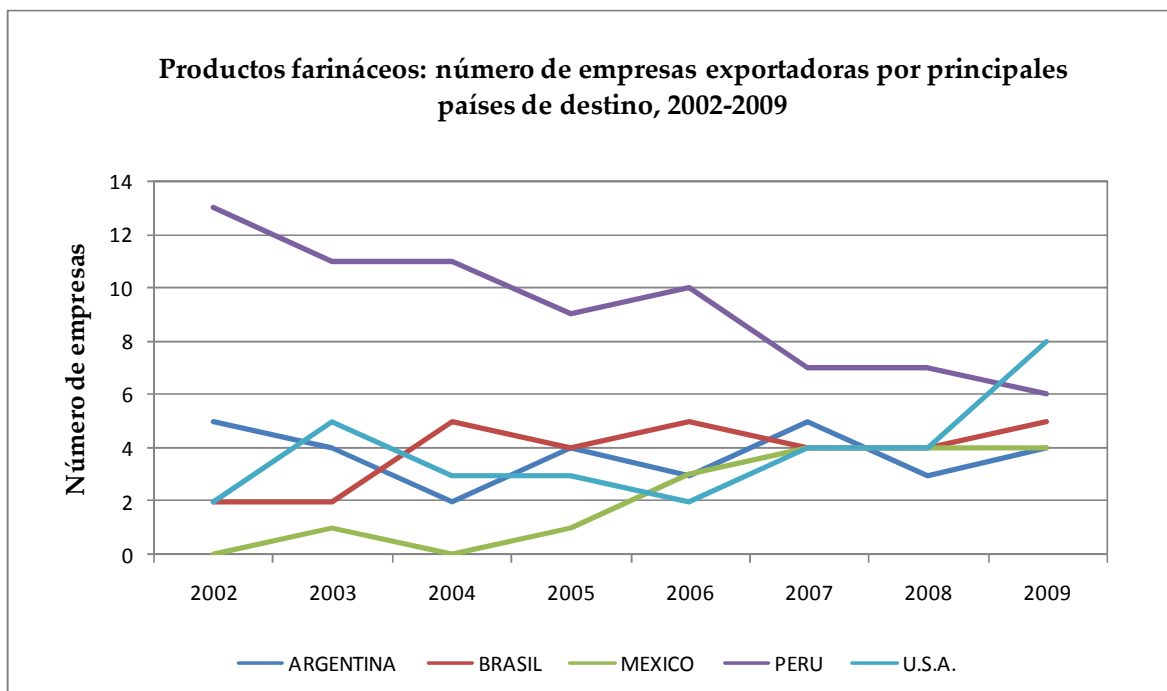
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

En este tipo de productos se observa una disminución a través de los años del número de empresas que han exportado, puesto que pasaron de 102 empresas en 2002 a 85 empresas en 2009, registrándose un total 244 empresas exportadoras en el período. La excepción la representa Venezuela, único país entre los principales países de destino que ha experimentado un aumento en el número de las empresas exportadoras, pasando de 7 empresas en 2002 a 13 empresas en 2009. En cuanto a la concentración del valor de las exportaciones, se puede mencionar que el valor exportado en 2009 se concentra en un número reducido de empresas, ya que en general son dos empresas las que concentran más del 90% de las exportaciones a cada país.

Para el caso de los productos farináceos, en el Gráfico 23 se observa la evolución del número de empresas que han exportado a los principales países de destino. Se observa que entre 2002 y 2009 el número se ha reducido, pasando de un total de 30 empresas a 25, con un total para el período de 84 empresas diferentes.

Con respecto a la concentración de las exportaciones por empresa, para el año 2009 se observa que está bastante concentrada en la mayoría de los países de destino, puesto que una o dos empresas son responsables de más del 90% de las exportaciones en valor; es así como México, Estados Unidos y Perú registran para ese año sólo una empresa con más del 90% del valor de las exportaciones.

Gráfico 23. Productos farináceos: número de empresas exportadoras por principales países de destino, 2002-2009*



*Nota: una misma empresa puede estar asociada a más de un país de destino.

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

IMPORTACIONES DE CONSERVAS HORTOFRUTÍCOLAS Y FARINÁCEOS

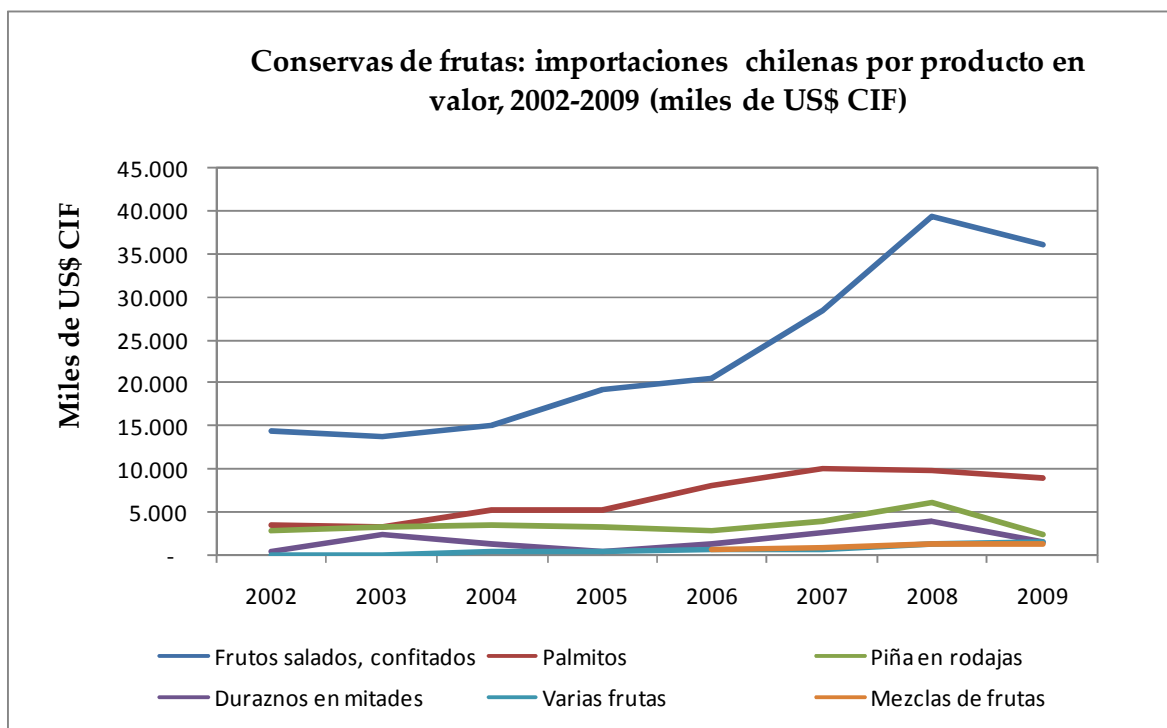
Las importaciones chilenas de conservas de frutas alcanzaron en 2009 un volumen cercano a 57.683 toneladas, correspondientes a cerca de 59 millones de US\$ CIF. Por su parte las importaciones de conservas de hortalizas y hongos alcanzaron un volumen de 42.144 toneladas, correspondientes a más de 47 millones de US\$ CIF. Por último, los productos farináceos alcanzaron una importación de 118 toneladas, por un valor de más de 142 mil US\$ CIF.

Al comparar los volúmenes importados entre 2002 y 2009, se observa que las importaciones de conservas de frutas aumentaron en un 73% y las de conservas de hortalizas en un 572%, en tanto que las de productos farináceos disminuyeron en casi un 100%. En términos del valor de las importaciones (US\$ CIF), las de conservas de frutas crecieron un 142%, las de conservas de hortalizas un 728% y las de productos farináceos disminuyeron en un 97%.

Si se observa la evolución del valor de importación de las conservas de frutas (Gráfico 24), se observa que la mayor importación corresponde a frutos secos, salados y/o confitados, que en 2009 alcanzaron una importancia relativa 62%; les siguen los palmitos (15%), piña

en rodajas (4%), duraznos en mitades, varias frutas y duraznos en trozos con participaciones cercanas al 2%.

Gráfico 24. Conservas de frutas: importaciones chilenas por producto en valor, 2002-2009 (miles de US\$ CIF)

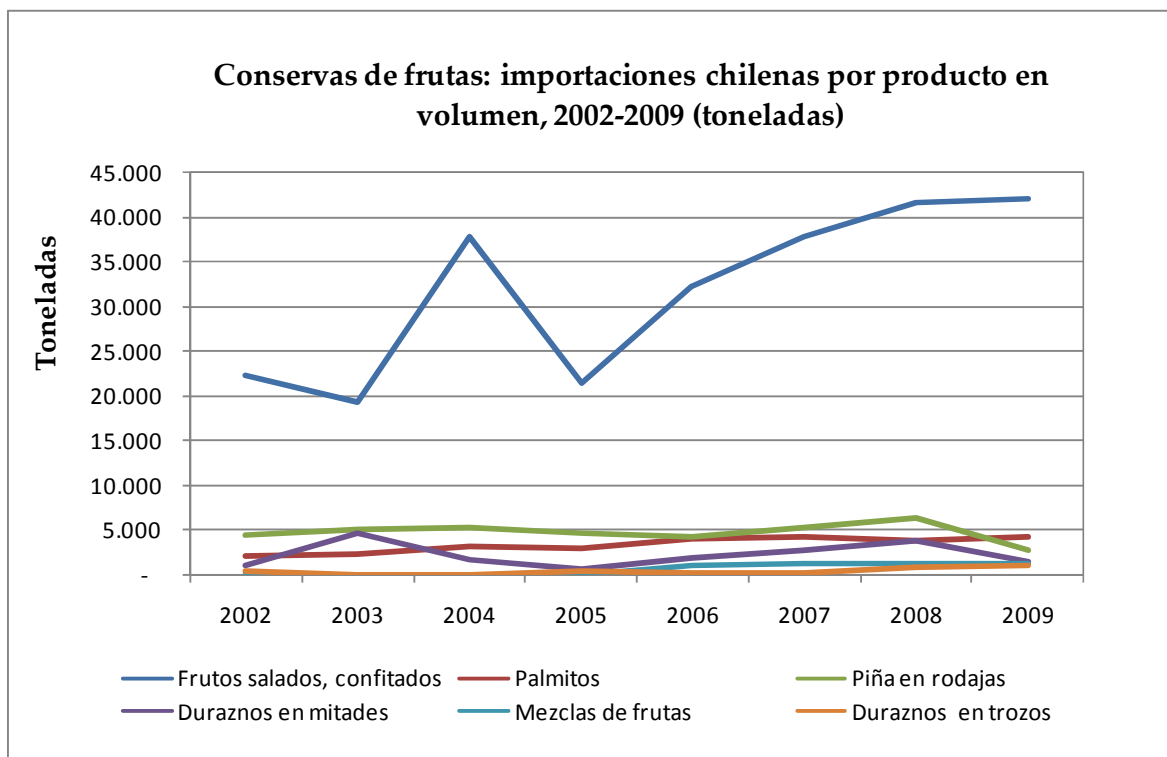


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Comparativamente, los valores de importación de conservas de frutas pasaron de 24,2 a 58,6 millones de US\$ CIF, (aumento de 142%). Aumentos importantes registran los frutos secos, salados y/o confitados, que pasaron de 14 a 36 millones de US\$ CIF, lo que representa un aumento del 150%; en el caso de la piña en rodajas pasaron 3,5 a 9 millones de US\$ CIF (158% de aumento).

Los volúmenes de importación de las frutas conservadas pasaron de cerca de 33, mil toneladas en el año 2002 a 57 mil toneladas en el año 2009.

Gráfico 25. Conservas de frutas: importaciones chilenas por producto en volumen, 2002-2009 (toneladas)

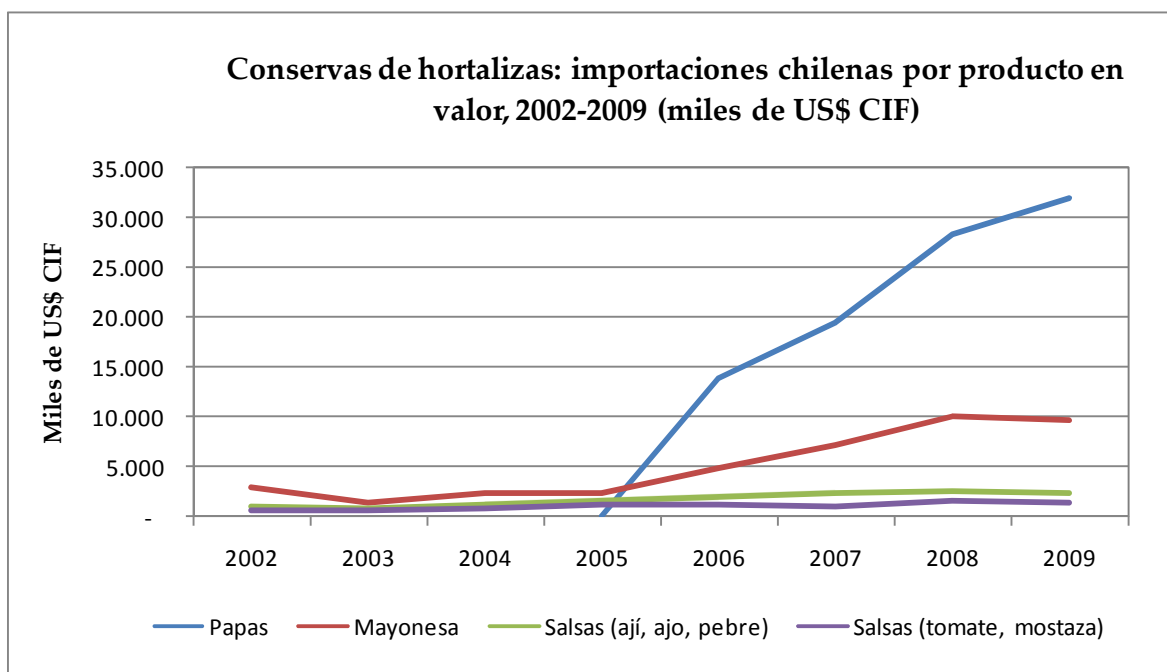


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Los frutos salados y/o confitados son los que lideran las importaciones de frutas conservadas con una participación porcentual para el año 2009 de un 73%, y pasaron de 22 mil toneladas en el año 2002 a 42 mil toneladas en 2009, lo que representa un aumento del 90%.

En el caso de las hortalizas conservadas, al comparar los valores de importación entre los años 2002 y 2009 se observa que pasaron de 5,7 a 47,8 millones de US\$ CIF, lo que representa un aumento del 727%. En el Gráfico 26 se observa la evolución de los valores anuales de importación de hortalizas conservadas; allí se destaca la papa (chips papas fritas) con una participación porcentual para el año 2009 del 67% (cerca de 32 millones de US\$ CIF); más atrás se ubican las salsas (con algún componente hortícola) como la mayonesa, con una participación porcentual para el 2009 de 20% (9,5 millones de US\$ CIF).

Gráfico 26. Conservas de hortalizas: importaciones chilenas por producto en valor 2002-2009 (miles de US\$ CIF)

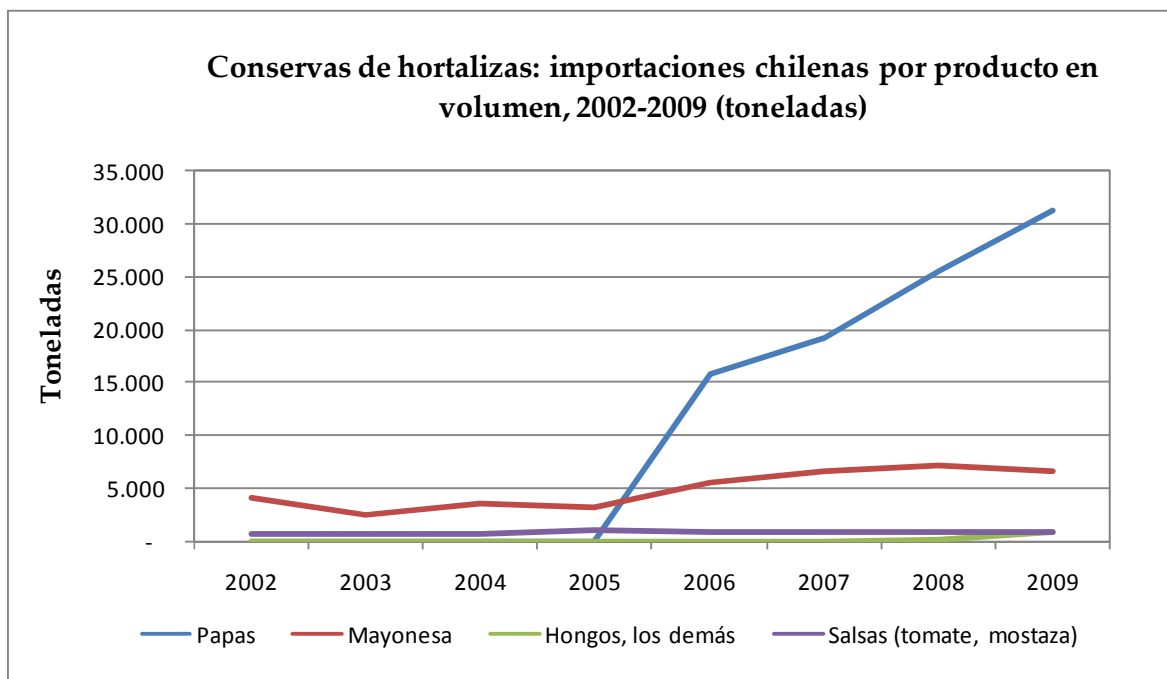


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Al comparar los valores de importación entre los años 2006 y 2009 se observa que las papas han aumentado sus valores de importación en un 130%, pasando de 13,8 a 32 millones de US\$ CIF. La importación de mayonesa pasó de 3 a 9,5 millones de US\$ CIF entre 2002 y 2009, con un 225% de aumento.

Los volúmenes de importación de hortalizas conservadas pasaron de 6 a 42 toneladas entre 2002 y 2009, lo que representa un aumento del 572%. Destacan las papas, con una participación porcentual en los volúmenes de importación de 74% en 2009 (31,2 toneladas).

Gráfico 27. Conservas de hortalizas: importaciones chilenas por producto en volumen, 2002-2009 (toneladas)

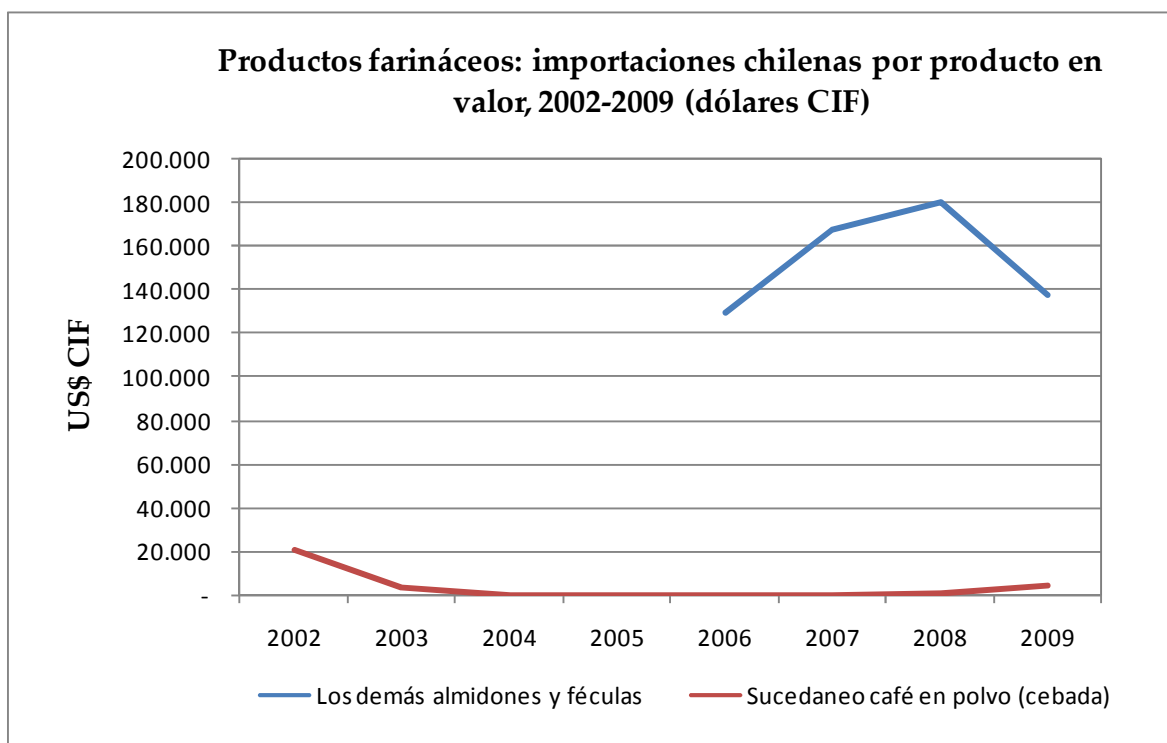


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Al comparar la importación de papas en términos del volumen entre 2006 y 2009 se observa un aumento del 95%, pasando de 15 a 31 mil toneladas. La importación de mayonesa pasó de 4 mil toneladas en 2002 a 6,6 mil toneladas en 2009, lo que representa un aumento del 65%.

En el caso de los productos farináceos, destacan las importaciones de los demás almidones y féculas, con una participación porcentual en 2009 de 97%, con cerca de 142 mil US\$ CIF; luego se ubica el sucedáneo de café, con un 3%, con importaciones por 4 mil US\$ CIF.

Gráfico 28. Productos farináceos: importaciones chilenas por producto en valor, 2002-2009 (dólares CIF)*



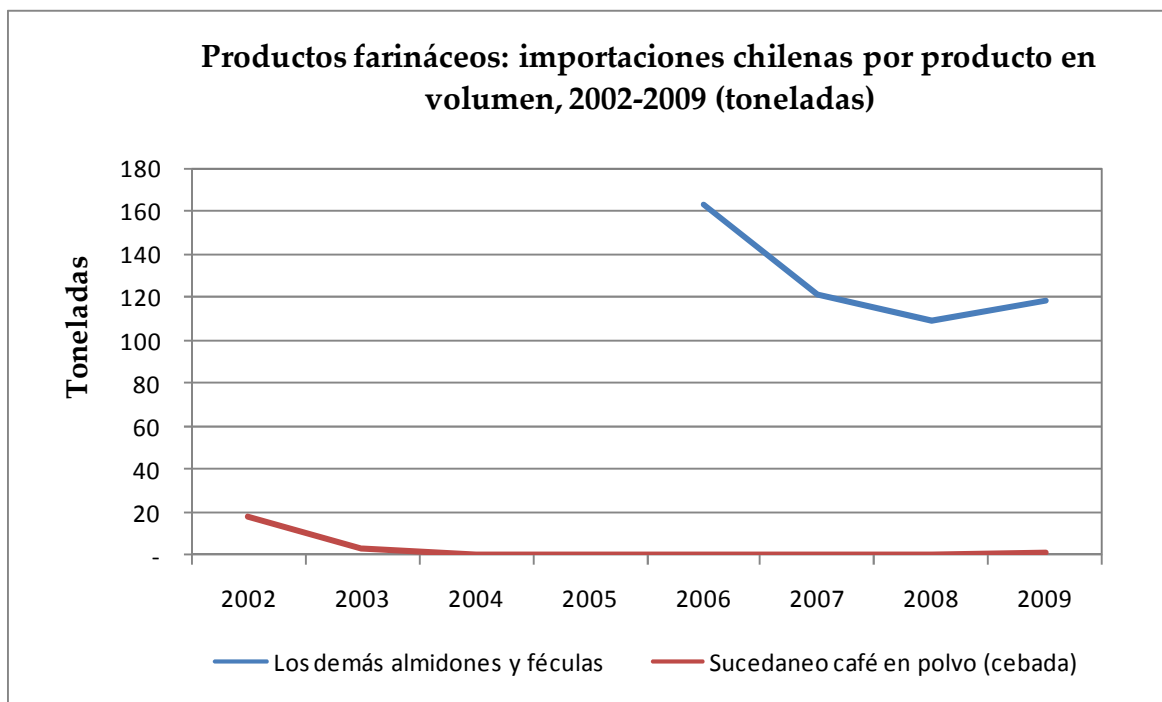
*Sólo incluye valores de importación de los dos productos que registran importaciones después de 2006.

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Los valores de importación de productos farináceos entre 2002 y 2009 se han reducido en un 96%, al pasar de 4,1 millones (2002) a 142 mil US\$ CIF (2009). El principal producto importado en 2009, los demás almidones y féculas, aumentó su valor entre 2006-2009 en un 6,5%, pasando de 129 a 139 mil US\$ CIF. Otro conjunto de productos que se importaban en 2002 ya no registran importaciones en años posteriores, lo que explica la significativa caída del valor de importaciones de este grupo de productos considerado en conjunto.

Los volúmenes de importación de los productos farináceos también se han visto reducidos, pasando de 12 mil toneladas en 2002 a sólo 119 toneladas en 2009, lo que representa una disminución cercana al 100%. El mayor volumen en 2009 corresponde al producto almidones y féculas, con una participación porcentual de 99,6% (118,33 toneladas). Otros productos, como ya se indicó, dejaron de registrar importaciones a partir de 2006, lo que explica la notoria disminución del volumen importado de este grupo de productos.

Gráfico 29. Productos farináceos: importaciones chilenas por producto en volumen, 2002-2009 (toneladas)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Los volúmenes de importación presentan una clara tendencia a la baja; en el caso de los almidones y féculas, los volúmenes han disminuido de 162 toneladas en 2006 a 118 toneladas en 2009 (disminución del 27%).

Principales países de origen y precio de las importaciones

En el Cuadro 31 se observan los principales países de origen de las importaciones de los principales productos conservas de frutas, indicando el valor y el volumen de las importaciones (por producto y país de origen), su participación en el total importado de ese producto, el precio CIF de importación en 2009 y el precio promedio 2002-2009.

Cuadro 31. **Conservas de frutas: importaciones chilenas por producto y país de origen: valor y volumen importado en 2009, participación por país, precio 2009 y precio promedio 2002-2009**

Producto-Origen	Valor importaciones 2009		Volumen importaciones 2009		Precio 2009 (US\$ CIF/kilo)	Precio promedio 2002-09 (US\$ CIF/kilo)
	Valor (US\$ CIF)	Participación del país en el valor (%)	Volumen (toneladas)	Participación del país en el volumen (%)		
Duraznos en mitades	1.554.785	100	1.533	100,0	4,0	2,8
China	1.537.775	98,9	1.511	98,6	3,5	2,1
Argentina	16.797	1,1	22	1,4	3,3	2,2
Frutos saldos confitados	36.056.805	100,0	41.926	100,0	7,0	7,2
Argentina	12.084.673	33,5	18.836	44,9	2,4	8,9
China	3.876.079	10,7	4.489	10,7	13,8	6,6
Perú	3.458.259	9,6	.157	9,9	3,8	2,5
Estados Unidos	2.906.287	8,1	1.601	3,8	7,8	7,2
Brasil	2.229.086	6,2	3.866	9,2	2,6	4,4
Mezclas de frutas	1.346.222	100,0	1.157	100,0	3,1	2,0
Brasil	686.910	51,0	695	60,1	1,2	1,0
Argentina	549.400	40,8	452	39,1	1,3	1,3
Palmitos	8.972.225	100,0	4.091	100,0	2,2	2,3
Ecuador	6.598.626	73,5	3.157	77,2	2,1	2,3
Bolivia	2.372.512	26,4	934	22,8	2,4	2,2
Piña en rodajas	2.385.801	100,0	2.731	100,0	1,5	0,9
Tailandia	1.480.500	62,1	1.721	63,0	0,9	0,8
Indonesia	865.392	36,3	973	35,6	2,1	0,8
Varias frutas	1.476.092	100,0	608	100,0	4,2	8,9
Perú	512.013	34,7	244	40,1	5,2	19,9
Estados Unidos	462.631	31,3	140	23,0	4,0	4,3
Argentina	166.815	11,3	59	9,8	4,2	4,9
Tailandia	90.637	6,1	42	6,9	2,3	2,7

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

El Cuadro 32 muestra, para las conservas de hortalizas, los principales países de origen de las importaciones chilenas, indicando el valor y el volumen de las importaciones (por principales productos y país de origen), su participación en el total importado de ese producto, el precio CIF de importación en 2009 y el precio promedio 2002-2009.

Cuadro 32. **Conservas de hortalizas: importaciones chilenas por producto y país de origen: valor y volumen importado en 2009, participación por país, precio 2009 y precio promedio 2002-2009**

Producto-Origen	Valor importaciones 2009		Volumen importaciones 2009		Precio 2009 (US\$ CIF/kilo)	Precio promedio 2002-09 (US\$ CIF/kilo)
	Valor (US\$ CIF)	Participación del país en el valor (%)	Volumen (toneladas)	Participación del país en el volumen (%)		
Mayonesa	9.526.578	100,0	6.683	100,0	2,4	2,3
Argentina	4.949.606	52,0	4.494	67,2	1,4	1,5
Estados Unidos	4.487.623	47,1	2.136	32,0	2,7	2,9
Papas	31.950.608	100,0	31.228	100,0	1,7	1,8
Bélgica	11.203.722	35,1	12.718	40,7	1,5	1,3
Argentina	10.557.985	33,0	11.214	35,9	1,0	1,0
Holanda	5.274.546	16,5	5.676	18,2	1,0	1,2
México	2.967.365	9,3	632	2,0	4,7	5,3
Estados Unidos	1.813.138	5,7	858	2,7	7,2	6,1

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

El Cuadro 33 muestra, para los productos farináceos, los principales países de origen de las importaciones chilenas, indicando el valor y el volumen de las importaciones (por principales productos y país de origen), su participación en el total importado de ese producto, el precio CIF de importación en 2009 y el precio promedio 2002-2009.

Cuadro 33. **Productos farináceos: importaciones chilenas por producto y país de origen: valor y volumen importado en 2009, participación por país, precio 2009 y precio promedio 2002-2009**

Producto-Origen	Valor importaciones 2009		Volumen importaciones 2009		Precio 2009 (US\$ CIF/kilo)	Precio promedio 2002-09 (US\$ CIF/kilo)
	Valor (US\$ CIF)	Participación del país en el valor (%)	Volumen (toneladas)	Participación del país en el volumen (%)		
Los demás almidones y féculas	138.163	100,0	118	100,0	45,6	18,5
Bélgica	84.633	61,3	43	36,5	2,0	1,6
Tailandia	45.494	32,9	73	61,7	0,6	0,6
Sucedáneo café en polvo (cebada)	4.179	100,0	0,5	100,0	8,8	11,6
Alemania	4.179	100,0	0,5	100,0	8,8	7,5

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

COMERCIO DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS CONGELADOS

Chile exporta parte importante de su producción de frutas y hortalizas congeladas. En el caso de las frambuesas congeladas, por ejemplo, se exporta el 80 a 90% de la producción y en el caso de los espárragos congelados, el 95%. En otros productos, como choclo congelado y arveja congelada, el principal destino es el mercado interno, que absorbe entre el 80% y el 09% de la producción.

Parte importante de las exportaciones de estos productos se destina a Latinoamérica. Las exportaciones chilenas de frutas y hortalizas congeladas compiten en los mercados internacionales con la producción de diferentes países, dependiendo de cada especie. En choclo, arveja y porto verde, los principales competidores son Estados Unidos, países de Europa y China; en frambuesas, Serbia y Polonia; en arándanos, Estados Unidos y Canadá; en frutillas, México, Estados Unidos y Polonia; en espárragos, Perú y China.

En el marco de la alta competencia internacional, merecen una atención permanente las exportaciones que se originan en China, Brasil, India y Rusia.

La industria de productos hortofrutícolas congelados es un sector sensible al tipo de cambio, al cual reacciona a través de la relación entre importaciones y exportaciones. Son factores importantes de competencia la calidad de los productos, particularmente en el caso de los espárragos, por ejemplo, y también el volumen, como en el caso de los berries.

Los márgenes de exportación se han hecho más estrechos, por lo cual el desarrollo del sector se ha basado en procesos de crecimiento de las empresas a través de economías de escala y mejoramiento de los índices de eficiencia de la producción.

Exportaciones de productos hortofrutícolas congelados

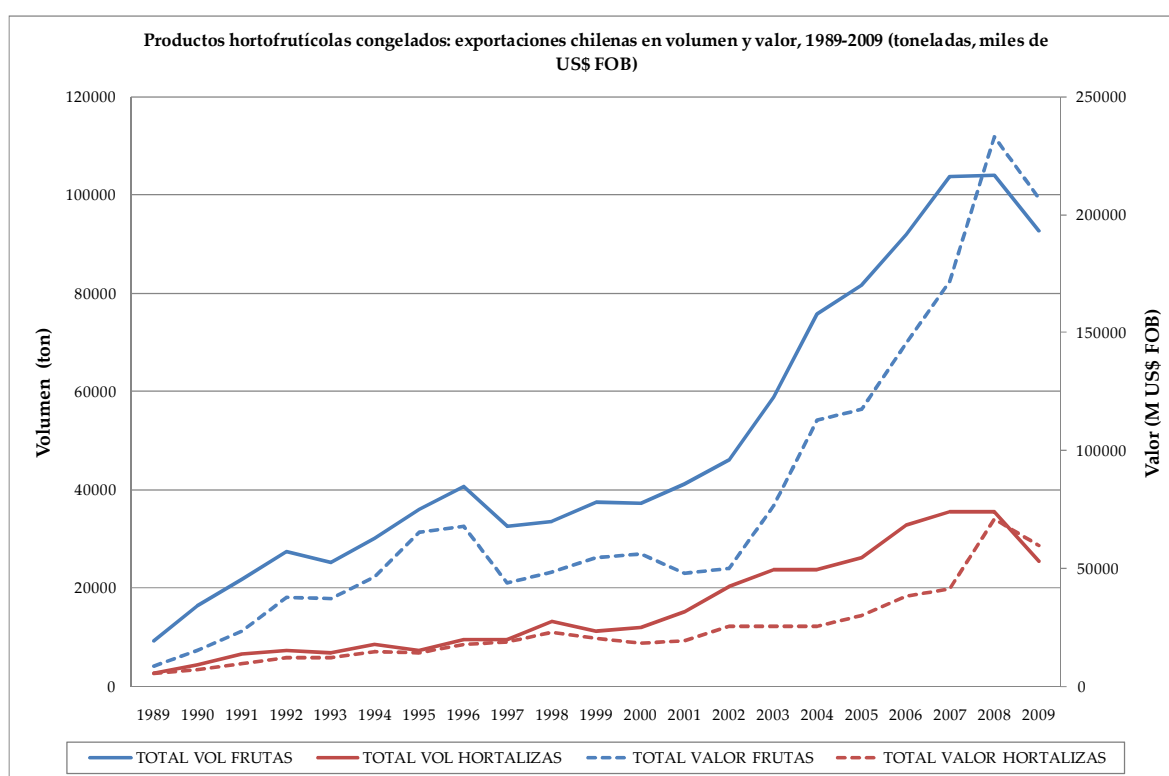
Las exportaciones chilenas de productos hortofrutícolas congelados alcanzaron en 2009 un volumen de 111.428 toneladas y un valor de 274.483 miles de US\$ FOB. Desde el punto de vista del volumen de exportación de productos hortofrutícolas congelados, entre los años 1989 y 2009 la tasa de crecimiento anual promedio ha sido de 13,3% y, desde el punto de vista del valor de dichas exportaciones, la tasa de crecimiento anual promedio durante el mismo período ha sido de 18,2%. En este marco, la dinámica más alta la ha mostrado el sector de productos de frutas congeladas que ha registrado un crecimiento anual promedio de 13,8% en el volumen y 17,6% en el valor de las exportaciones.

En cuanto a los productos que componen la oferta exportable de congelados hortofrutícolas, en volumen, se observa una importancia relativa y absoluta creciente de las frutas, que han mantenido su importancia entre el 73% y el 82% desde el año 2000 a la fecha, representando el año 2009 el 81,7% (91.978 toneladas) de las exportaciones totales de productos hortofrutícolas congelados (Gráfico 30).

En la evolución del valor de exportación de los productos congelados hortofrutícolas, se mantiene la mayor importancia relativa y absoluta de las especies frutícolas; sin embargo la diferencia con el grupo de las especies hortícolas es menor a la observada en la evolución del volumen de exportación. Es así como en este caso las variaciones observadas en la importancia relativa de las especies frutícolas en la oferta exportable de productos congelados ha oscilado entre el 67% y el 82% de la oferta total de congelados entre los años 2000 y 2009. En 2009, la oferta de frutas congeladas representó el 78,2% del valor de las exportaciones de productos congelados hortofrutícolas (214.697 miles de US\$ FOB).

La menor importancia relativa de las frutas congeladas en materia de valor de las exportaciones de productos congelados hortofrutícolas, comparada con su importancia en los volúmenes totales de exportación, estaría asociada al mayor valor unitario que alcanzan los productos congelados hortícolas en relación a los frutícolas en los mercados internacionales.

Gráfico 30. Productos hortofrutícolas congelados: exportaciones chilenas en volumen y valor, 1989-2009 (toneladas, miles de US\$ FOB)



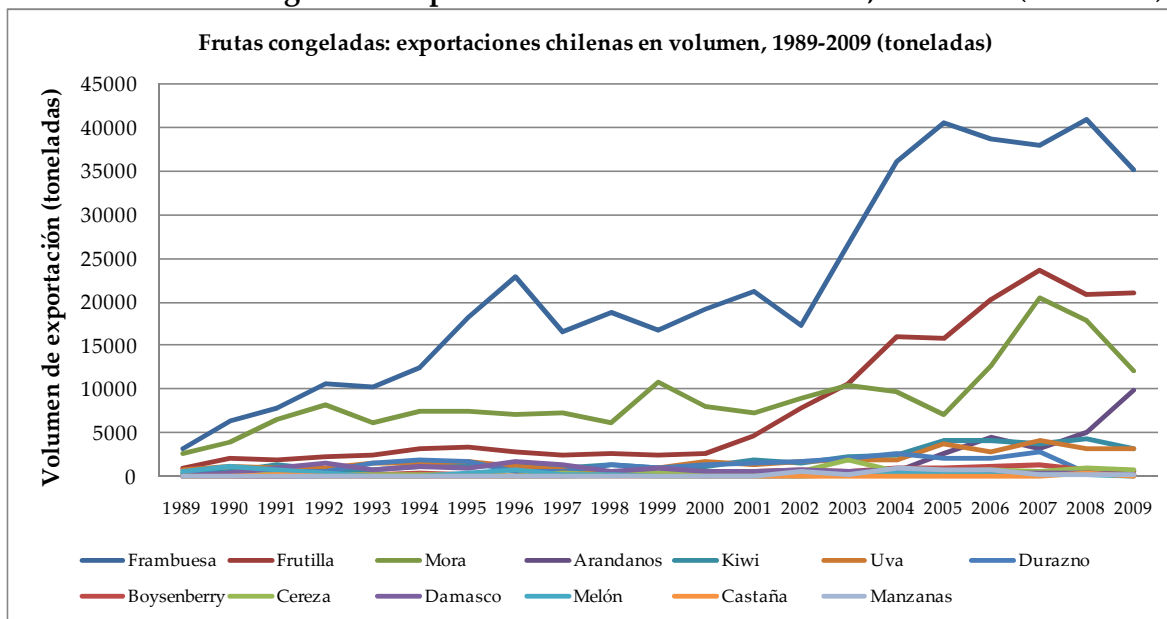
Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Exportaciones chilenas de productos congelados frutícolas

Las exportaciones chilenas de congelados de frutas sumaron en 2009 un volumen de 92.617 toneladas y un valor de 206.772 miles de US\$ FOB (cifras de Chilealimentos). Estas exportaciones están compuestas por un conjunto de productos entre los cuales destacan frambuesas, frutilla y mora en primer término y en segundo término, arándanos, kiwi, uva, durazno, boysenberry, cereza, damasco, melón, manzana y castaña (Gráficos 31 y 32). Dentro de este conjunto de productos destaca el aporte de las frambuesas congeladas por su evolución a lo largo de los años (1989-2009) y por su importancia absoluta desde el punto de vista del volumen y valor de exportación alcanzado. Es así como entre el año 2000 y 2009 las frambuesas congeladas representaron entre el 52% y 37% (35.164 toneladas en el año 2009) de la fruta total congelada exportada y, desde el punto de vista del valor exportado, representó entre el 40% y el 65% (124.671 miles de US\$ FOB en el año 2009) del valor exportado en frutas congeladas. Cabe señalar que la importancia relativa de las exportaciones de frambuesa ha disminuido dentro de la canasta exportadora de fruta congelada, por la creciente participación que ha mostrado la frutilla congelada en la dinámica exportadora nacional

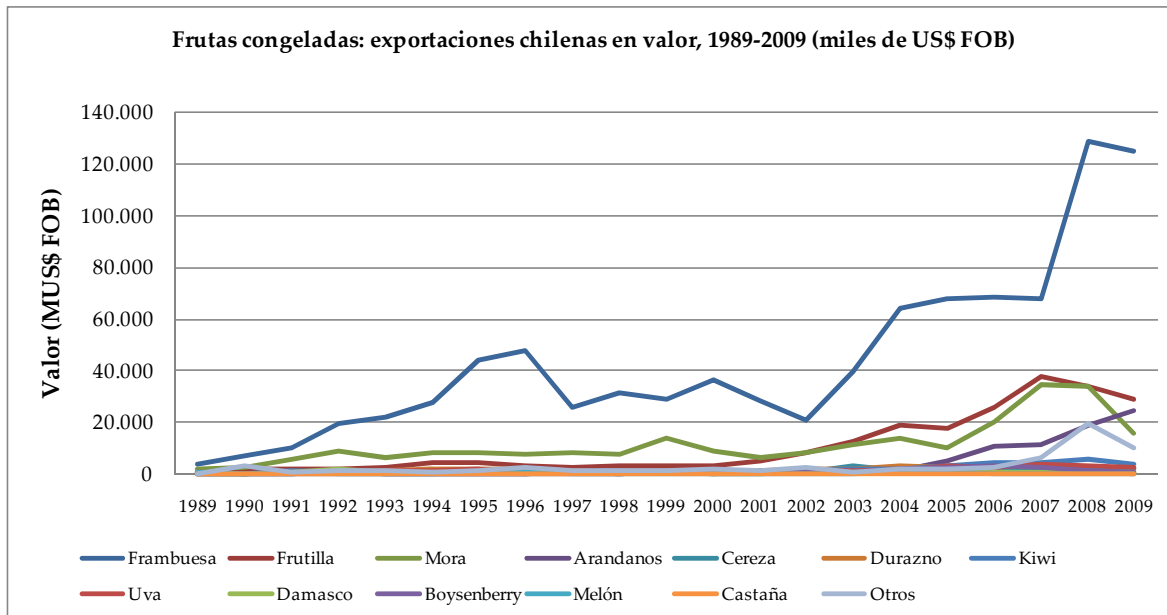
Otros productos importantes desde el punto de vista de su participación en la exportación de fruta congelada nacional son la frutilla y la mora, las cuales representaron en el año 2009 el 23,0% (20.970 toneladas) y 13,2% (12.060 toneladas) del volumen total de fruta congelada exportada, respectivamente. Sin embargo, desde el punto de vista del valor de dichas exportaciones, la frutilla congelada representó sólo el 13,4% (28.832 miles de US\$ FOB) y la mora el 7,3% (15.580 miles de US\$ FOB) de la fruta congelada total exportada.

Gráfico 31. Frutas congeladas: exportaciones chilenas en volumen, 1989-2009 (toneladas)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos e ITC.

Gráfico 32. Frutas congeladas: exportaciones chilenas en valor, 1989-2009 (miles de US\$ FOB)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos e ITC.

Un cuarto producto de importancia dentro de la canasta nacional de exportaciones de fruta congelada corresponde al arándano, el cual ha mostrado un sostenido crecimiento desde el punto de vista del volumen y valor de exportaciones a partir del año 2004, asociado al resultado de las inversiones en plantaciones realizadas en un territorio amplio y extendido del país (desde la Región de Coquimbo a la Región de Los Lagos), que alcanza las 9.940 has. en el año 2007, de acuerdo a los datos del Censo Agropecuario de ese año. Es así como en 2009 se exportaron 9.921 toneladas de arándanos, correspondientes a 24.575 miles de US\$ FOB.

Exportaciones chilenas de productos congelados hortícolas

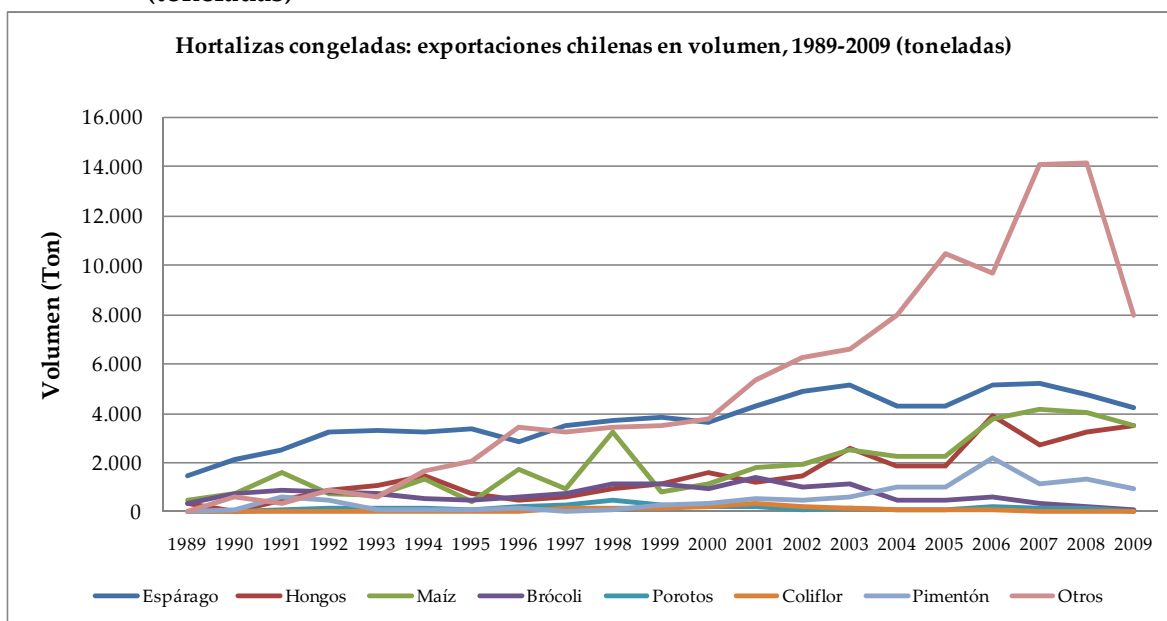
Las exportaciones chilenas de hortalizas congeladas totalizaron en 2009 un volumen de 25.481 toneladas y un valor de 59.786 miles de US\$ FOB (según cifras de Chilealimentos). Estas exportaciones están compuestas por un conjunto de productos entre los cuales destacan los siguientes: espárragos, hongos, maíz, mezclas de hortalizas y arvejas; un segundo grupo está conformado por pimentón, habas y papas; y un tercer grupo compuesto por brócoli, poroto granado, poroto verde y coliflor (Gráficos 33 y 34).

Las exportaciones de productos hortícolas congelados están lideradas por los espárragos, cuyo volumen y valor de exportación alcanzó las 4.218 toneladas y los 14.018 miles de US\$ FOB, respectivamente, y cuyo crecimiento ha sido permanente desde el año 1989 a 2008. La importancia relativa de este producto dentro del conjunto de productos hortícolas congelados exportados oscila entre 21,2% y 47,4% desde el punto de vista del valor

exportación y entre 17,1% y 38% desde el punto de vista del volumen de exportación. La menor importancia relativa del espárrago dentro de la canasta exportadora de productos congelados hortícolas está asociada a una diversificación de las exportaciones de este grupo de productos, con un aumento de la participación del maíz, mezclas de hortalizas, hongos y arvejas.

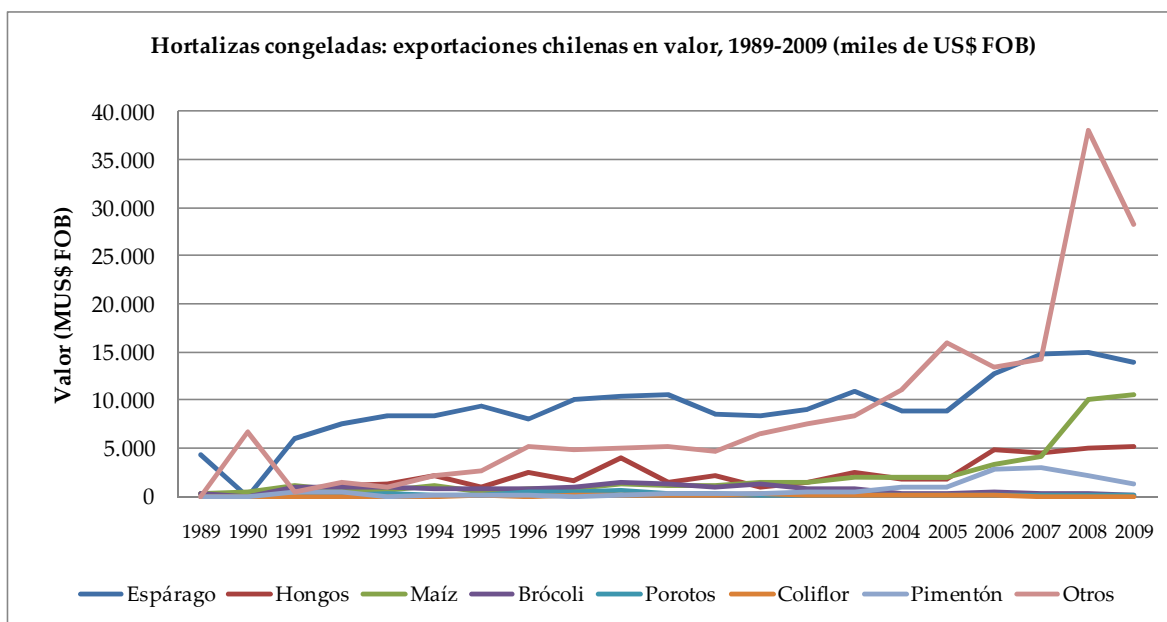
En segundo nivel de importancia destaca el aporte del maíz y los hongos congelados. En el caso del maíz su volumen y valor de exportación alcanzó el año 2009 las 3.509 toneladas (17,2% del total de hortalizas congeladas exportadas) y los 10.648 miles de US\$ FOB (17,8%), con una relación valor/volumen de 3,03 US\$FOB/kilo. La variación de la importancia relativa de este producto dentro de la gama de productos hortícolas congelados exportados oscila anualmente entre 9,7% y 17,2% desde el punto de vista del valor de exportación y entre 5,3% y 12,8% desde el punto de vista del volumen de exportación.

Gráfico 33. Hortalizas congeladas: exportaciones chilenas en volumen, 1989-2009 (toneladas)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos e ITC.

Gráfico 34. Hortalizas congeladas: exportaciones chilenas en valor, 1989-2009 (miles de US\$ FOB)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos e ITC.

Un tercer producto de importancia dentro de las exportaciones de productos hortícolas congelados son los hongos congelados, los cuales representaron el 17,4% (3.534 toneladas) del volumen y sólo el 8,6% (5.169 miles de US\$ FOB) del valor total de las exportaciones de productos hortícolas congelados en el año 2009, con una relación valor/volumen de 1,46 US\$ FOB/kilo.

Tasa de crecimiento de las exportaciones chilenas de productos hortofrutícolas congelados

La tasa de crecimiento anual de las exportaciones de productos hortofrutícolas congelados, tanto en volumen como en valor, se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 34. Tasa de variación de las exportaciones chilenas de productos hortofrutícolas congelados (volumen y valor)

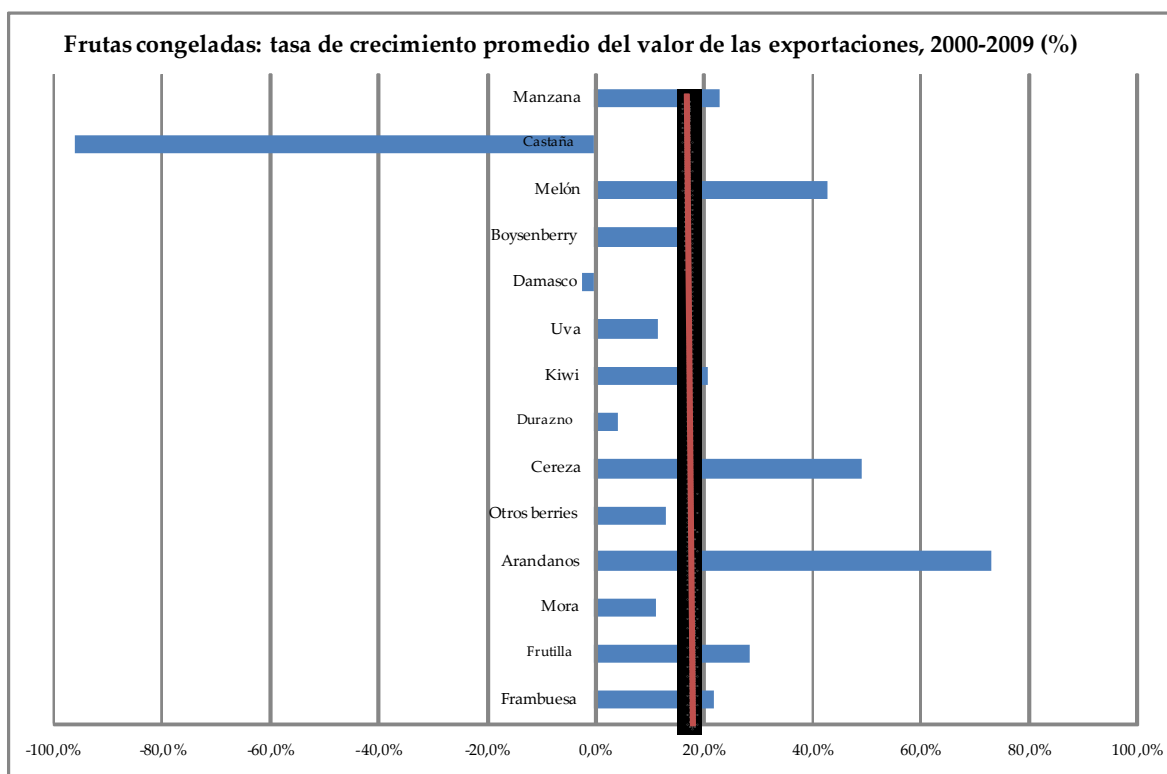
TASA DE VARIACIÓN DEL VOLUMEN	1989-2009	1989-1999	2000-2009
Tasa de variación volumen frutas congeladas	13,7%	17,6%	9,9%
Tasa de variación volumen hortalizas congeladas	12,8%	18,4%	7,1%
Tasa de variación volumen total congelados	13,3%	17,4%	9,2%
TASA DE VARIACIÓN DEL VALOR			
Tasa de variación valor frutas congeladas	20,7%	24,4%	17,0%
Tasa de variación valor hortalizas congeladas	14,4%	15,3%	13,5%
Tasa de variación valor total congelados	18,2%	20,9%	15,5%

Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Las tasas de crecimiento muestran claras diferencias si se comparan los decenios 1989-1999 y 2000-2009. Se observa una disminución en los índices de ritmo de crecimiento correspondientes a las exportaciones de frutas y hortalizas congeladas, tanto en valor como en volumen total, en el decenio 2000-2009. Cabe destacar las mayores tasas de crecimiento que muestran los valores de exportación en relación a los volúmenes exportados, lo que da cuenta del cambio cualitativo positivo desde el punto de vista de los mercados de destino y características de los productos ofrecidos, que se traduce en mayores precios de los productos comercializados en los mercados externos.

En el grupo de los productos congelados frutícolas se observa un conjunto de productos que en la última década presenta una tasa de crecimiento promedio (del valor de las exportaciones) mayor a la tasa promedio del grupo total, dando cuenta del alto dinamismo en su proceso exportador. Este grupo está conformado por frambuesas, frutillas, arándanos, cerezas, melón y manzana. Sin embargo, dentro de este grupo se encuentran productos que tienen una amplia trayectoria en el proceso exportador nacional porque las exportaciones de estos productos se proyectan desde la década de 1989-1999 con diversos comportamientos entre años: este es el caso de productos como frambuesa, frutilla, kiwi, cereza, arándano y melón (Gráfico 35).

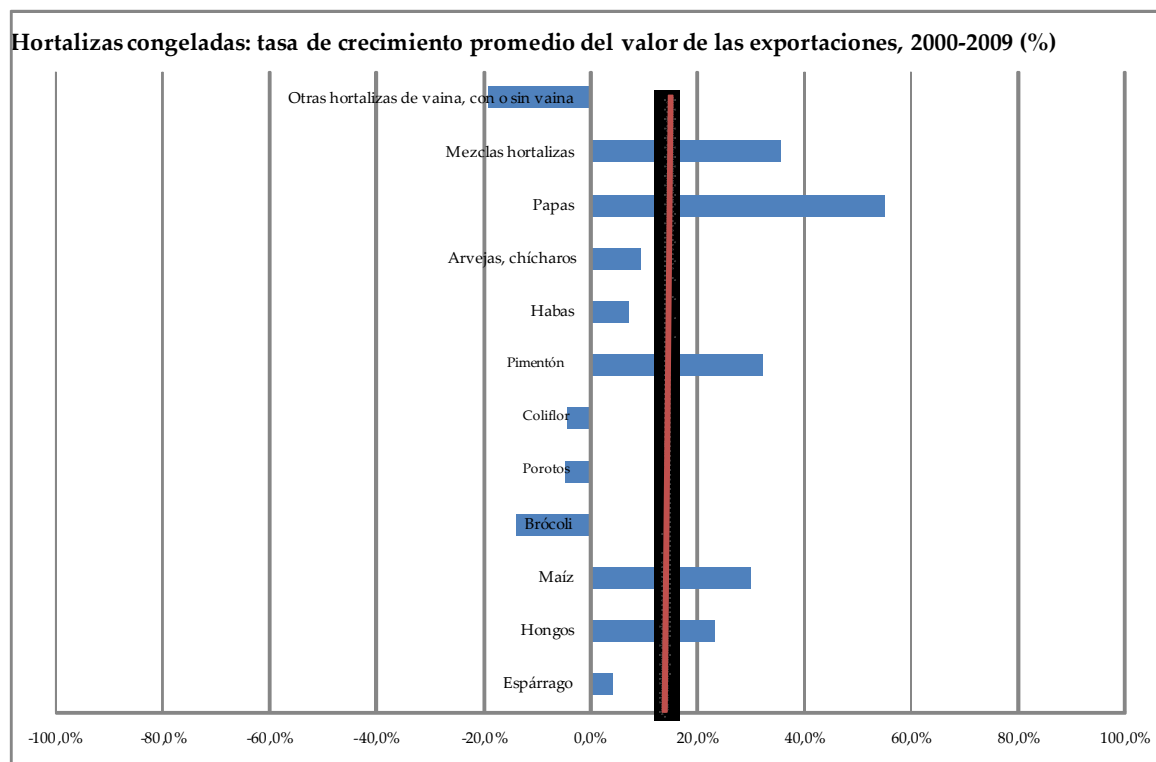
Gráfico 35. Frutas congeladas: tasa de crecimiento promedio del valor de las exportaciones, 2000-2009 (%)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos e ITC.

Por otro lado, en el grupo de los productos congelados hortícolas se observa un conjunto de productos que presentan en la década 2000-2009 una tasa de crecimiento promedio (del valor de las exportaciones) mayor a la tasa de crecimiento de las exportaciones del conjunto de productos congelados hortícolas. Los productos que presentan esta tasa más alta corresponden a hongos, maíz, pimentón, papas y mezclas de hortalizas. Cabe destacar que dentro de este grupo, hay algunos productos cuya dinámica exportadora se proyecta desde la década anterior, como es el caso de los hongos y el maíz (Gráfico 36).

Gráfico 36. Hortalizas congeladas: tasa de crecimiento promedio del valor de las exportaciones, 2000-2009 (%)



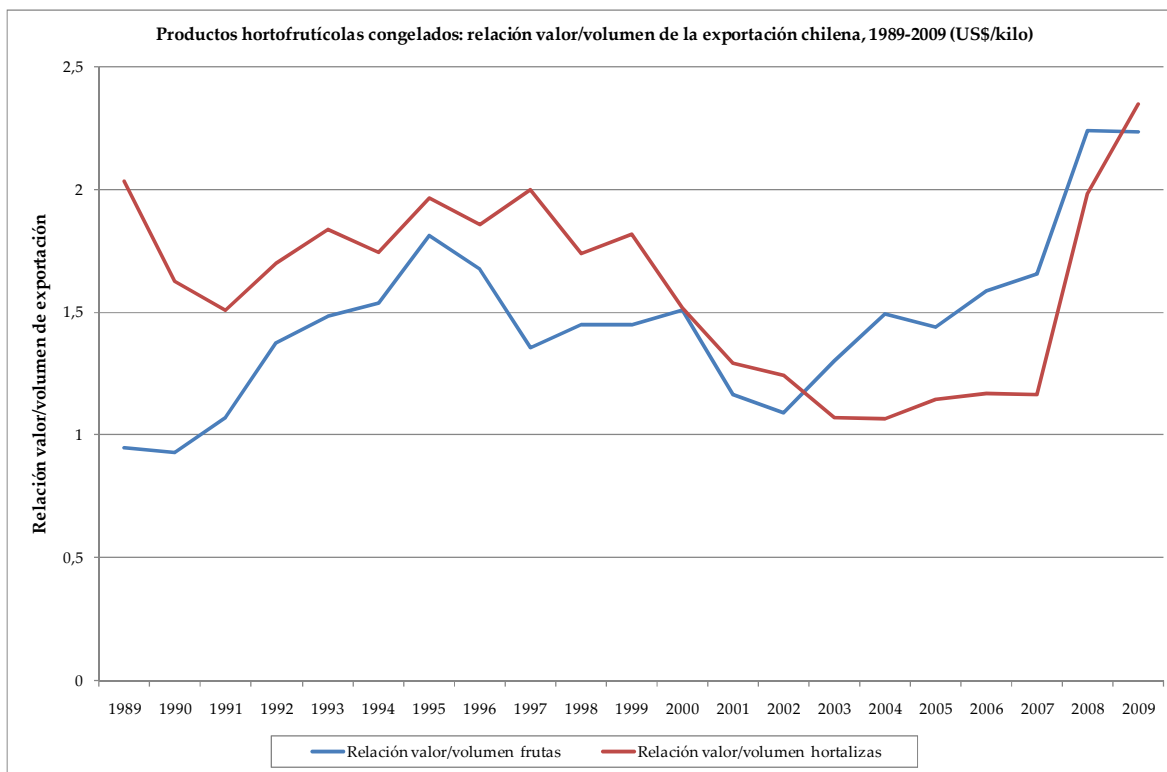
Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos e ITC.

Relación entre el valor y el volumen de las exportaciones chilenas de productos hortofrutícolas congelados

Vinculado a lo anterior, el Gráfico 37 muestra la relación entre los valores y volúmenes de exportación. En términos globales se observa una mejora persistente en esta relación en el caso de las frutas congeladas de exportación a partir del año 2002. Los productos frutícolas que han sustentado dicha condición son básicamente kiwi, boysenberry, uva, arándanos, frambuesas, manzanas y damascos.

En el caso de los productos congelados hortícolas, esta relación muestra un aumento en forma permanente desde el año 2003. Productos como espárragos, maíz y habas, coliflor y brócoli han permitido mantener esta relación en una situación creciente, en la medida que estas exportaciones se han orientando a mercados de mayor exigencia en calidad.

Gráfico 37. Productos hortofrutícolas congelados: relación valor/volumen de la exportación chilena, 1989-2009 (US\$/kilo)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos e ITC.

Destino de las exportaciones chilenas de productos congelados hortofrutícolas

Desde el año 2002, los principales destinos de los productos hortofrutícolas congelados han sido América del Norte y la Unión Europea. Es así como América del Norte, fundamentalmente Estados Unidos, ha desplazado a la Unión Europea como destino principal de estos productos a partir del año 2005 en adelante. Como se observa en el Cuadro 35, el año 2009 América del Norte concentró el 48,7% (127.525 miles de US\$ FOB) de las exportaciones de productos congelados hortofrutícolas en valor y la Unión Europea el 29,8% (78.097 miles de US\$FOB). Asia y América del Sur representaron en 2009 el 7,6% y el 7,8% del valor de exportaciones de estos productos, respectivamente.

Cuadro 35. **Productos hortofrutícolas congelados: distribución de la exportación en valor por regiones de destino, 2002-2009 (% y miles de US\$ FOB)**

ZONAS	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
AMERICA DEL NORTE	32,9%	37,0%	39,7%	47,0%	49,8%	45,1%	42,8%	48,7%
UNION EUROPEA	46,1%	43,8%	42,0%	34,4%	32,7%	35,9%	38,2%	29,8%
ASIA	8,5%	10,8%	9,9%	9,4%	8,5%	9,6%	6,2%	7,8%
AMERICA DEL SUR	10,0%	5,6%	4,3%	5,7%	6,1%	5,1%	7,9%	7,6%
OCEANÍA	2,1%	2,4%	3,6%	3,1%	2,3%	3,6%	4,2%	5,3%
AMERICA CENTRAL	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,5%	0,6%	0,5%	0,7%
AFRICA	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%
Total general	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total general	70.783	101.411	137.260	146.408	182.517	215.335	306.791	262.082

Fuente: Elaboración propia con datos del Servicio de Aduanas de Chile, 2010.

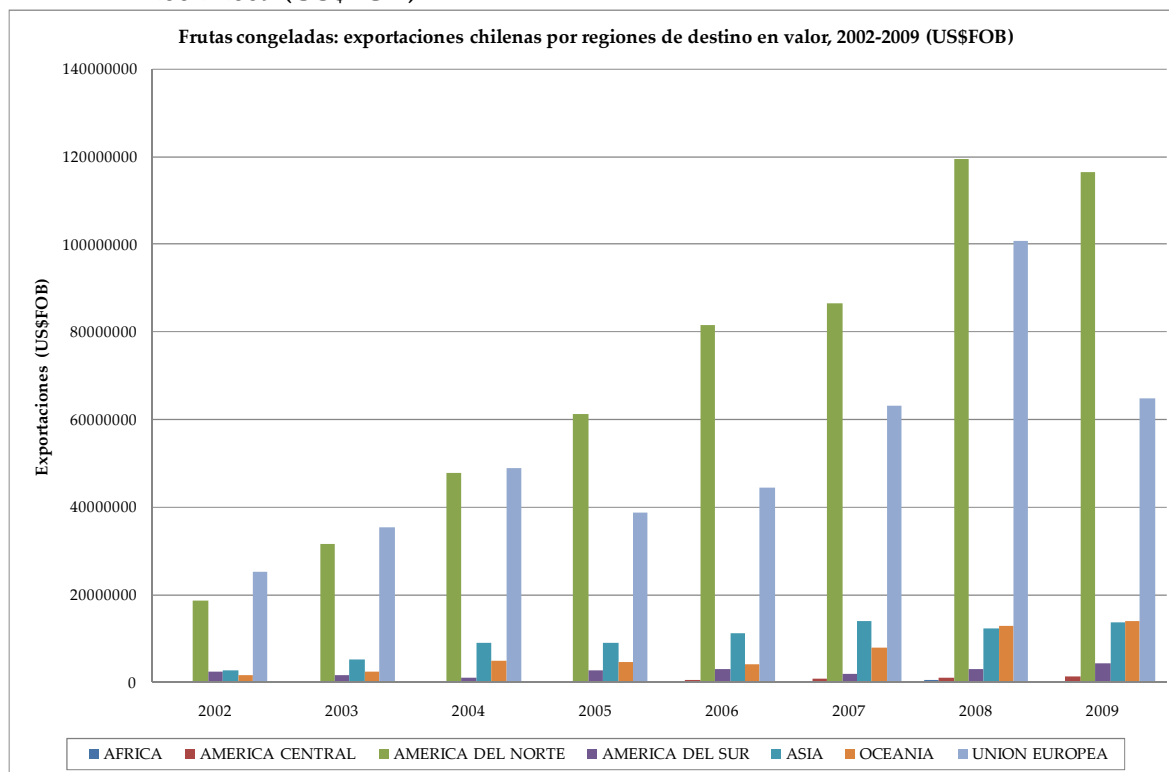
El destino de las exportaciones de productos congelados frutícolas se concentra en América del Norte (Estados Unidos es el destino del 70,1% de las exportaciones que se dirigen a esa región) y la Unión Europea. Tal como se observa en los productos congelados en general, desde 2004 la Unión Europea ha sido desplazada como principal destino por América del Norte (Gráfico 38). Es así como en 2009, las exportaciones dirigidas a América del Norte alcanzaron los 116.396 miles de US\$FOB, de los cuales 77.322 miles de US\$ FOB fueron importados por Estados Unidos. Los principales productos importados por Estados Unidos desde Chile son frambuesas, arándanos, frutillas y moras congeladas.

Dentro de la Unión Europea los países de destino de los productos congelados frutícolas han sido 21, entre los cuales se observa mayor fluctuación de las importaciones cuando se trata de países de Europa del Este, los cuales se han incorporado a la Unión Europea en forma más reciente. Por otro lado, los países más importantes como destino de este tipo de productos chilenos son Francia, Holanda, Alemania, Inglaterra y Bélgica, todos ellos países exigentes en calidad de los productos. Los productos más importantes importados por la Unión Europea son frambuesa, mora, arándano y kiwi congelado.

En tercer lugar de importancia se encuentran Asia y Oceanía, regiones hacia las cuales el año 2009 se destinaron el 6,3% y el 6,5% de las exportaciones totales de fruta congelada, respectivamente. Cabe destacar que Oceanía ha aumentado persistentemente su importancia como destino de las exportaciones chilenas de estos productos, desde 3,0% en el año 2002 en adelante. En el caso de Asia, 13 países han importado este tipo de productos desde Chile; cinco de ellos lo han hecho en forma más estable desde 2002 y dos concentran el mayor valor de dichas exportaciones: China (57,6%, con 7.847 miles de US\$FOB) y Japón (35,7%, con 4.865 miles de US\$FOB). Los principales productos importados por Asia son frutillas y frambuesas congeladas.

En el caso de Oceanía, las exportaciones chilenas de este tipo de productos se dirigen a Australia y Nueva Zelandia, con un porcentaje muy mayoritario (79,4%) destinado a Australia, principalmente en frambuesas y arándanos congelados.

Gráfico 38. Frutas congeladas: exportaciones chilenas por regiones de destino en valor, 2002-2009 (US\$FOB)

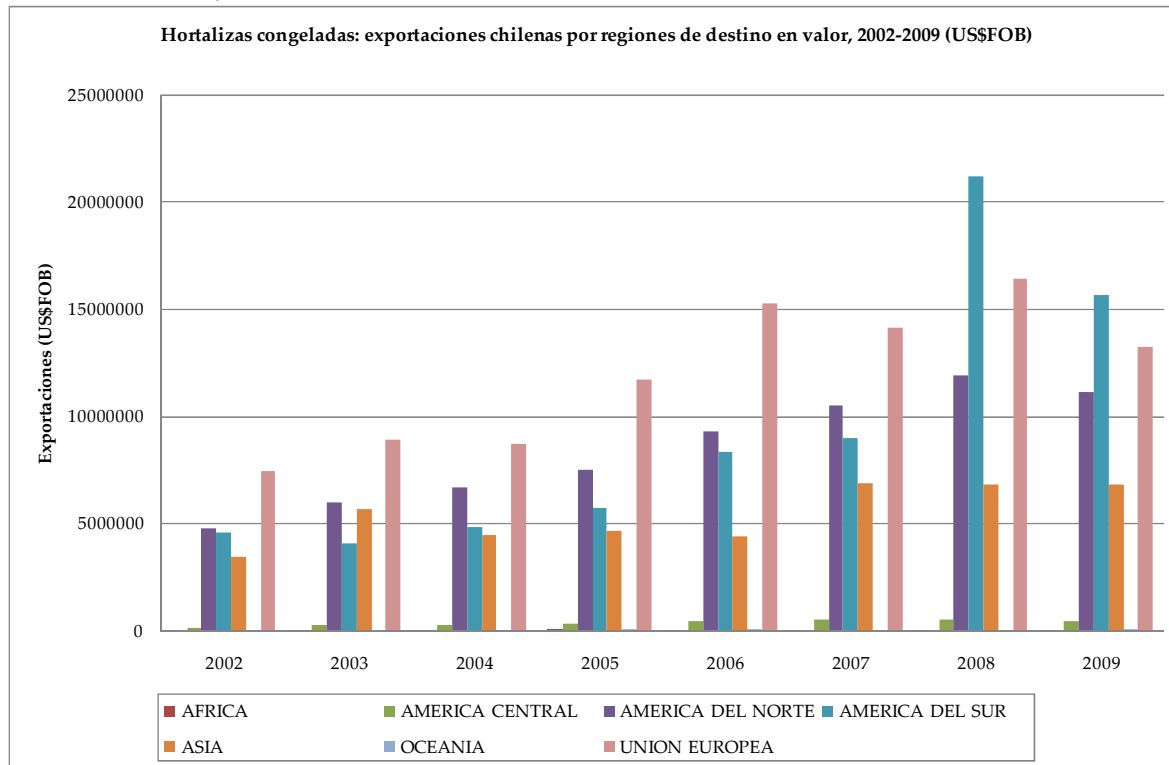


Fuente: Elaboración propia con datos del Servicio de Aduanas de Chile, 2010.

En el caso de los productos hortícolas, los principales destinos de las exportaciones son América del Sur, la Unión Europea y América del Norte, que en 2009 concentraron respectivamente el 33,1%, el 27,9% y el 23,5% del valor de las exportaciones totales de hortalizas congeladas.

Como se observa en el Gráfico 39, la Unión Europea ha sido tradicionalmente un importante destino de productos congelados hortícolas, cuya importancia relativa ha sido desplazada en los años 2008 y 2009 por América del Sur, asociado a la crisis económica y financiera mundial y al mayor esfuerzo exportador de Chile hacia nuevos destinos con productos como el maíz congelado, que tiene un alta demanda en los países del cono sur.

Gráfico 39. Hortalizas congeladas: exportaciones chilenas por regiones de destino en valor, 2002-2009 (US\$FOB)



Fuente: Elaboración propia con datos del Servicio de Aduanas de Chile, 2010.

Dentro de la Unión Europea, los países de destino de las exportaciones de productos congelados hortícolas chilenos han sido 12 en los últimos ocho años, entre los cuales destacan Francia, Italia y España, que concentran el 42,7%, el 35,3% y el 8,0% del valor de las exportaciones dirigidas a esa región en el año 2009. Cabe destacar el permanente aumento de las exportaciones de estos productos a Francia y la notable disminución de las exportaciones a Italia y Alemania. Los principales productos destinados a la Unión Europea desde Chile son espárragos congelados, setas y demás hongos y en forma creciente habas congeladas, los cuales concentraron en 2009 el 15,7%, el 8,1% y el 2,3% del valor de las exportaciones destinadas a la Unión Europea, respectivamente.

Los principales países de América del Sur importadores de las hortalizas congeladas provenientes de Chile son Venezuela, Colombia, Brasil y Argentina, hacia los cuales se dirigió el 62,8%, el 24,2, el 5,5% y el 3,3%, respectivamente, de las exportaciones de productos hortícolas congelados comercializados en esta zona. Los principales productos importados por América del Sur son maíz, mezclas de hortalizas y arvejas congeladas, que son también los principales productos importados por Venezuela y Colombia. Cabe destacar el incipiente proceso exportador de papas congeladas, especialmente hacia Venezuela.

América del Norte es un destino muy importante de los productos hortícolas congelados; en esa región, Estados Unidos concentró en 2009 el 94,5% de las exportaciones a esa zona, equivalentes a 10.522 miles de US\$ FOB. Los principales productos congelados hortícolas chilenos importados por Estados Unidos son mezclas de hortalizas (3.242 miles de US\$ FOB en 2009, 30,8% de las exportaciones totales a Estados Unidos) y espárragos (2.604 miles de US\$FOB en 2009, 24,8 de las exportaciones totales a Estados Unidos).

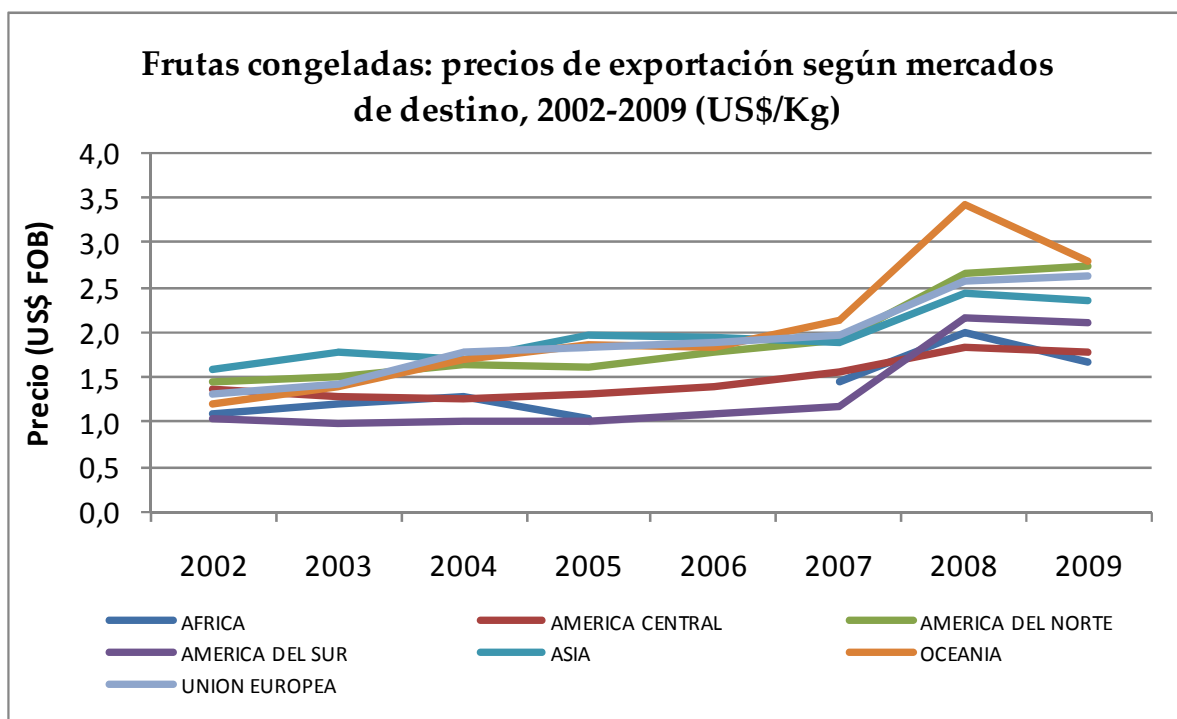
Las exportaciones dirigidas a Asia han tendido a estabilizarse entre 2007 y 2009 en 6.800 miles de US\$ FOB. Como principal país de destino destaca Japón, a donde se dirige el 80,6% de las exportaciones a Asia (equivalente a 5.509 miles de US\$ FOB en 2009). El principal producto importado por Asia y Japón en particular es espárrago congelado, el cual concentra cerca del 50% del valor de las exportaciones a este territorio.

Precios de exportación por países de destino y tipo de producto

El análisis de precios de exportación se realizó tomando en consideración los países de destino y los productos identificados como relevantes en la sección anterior. Cabe precisar que se estimaron los precios promedios (US\$ FOB/Kg) obtenidos en el período comprendido entre los años 2002 y 2009.

Los precios de los productos frutícolas congelados transados por Chile en el mercado externo y en todas las regiones han tendido a un aumento entre los años 2002 y 2009, destacando un aumento significativo a partir del año 2007 en adelante. Dentro de esta tendencia global, cabe destacar el mayor crecimiento observado en Oceanía, influenciado principalmente por el mercado australiano. En segundo término se observa que en forma histórica los mayores precios se han alcanzado en los mercados de América del Norte, la Unión Europea y Asia (ver Gráfico 40).

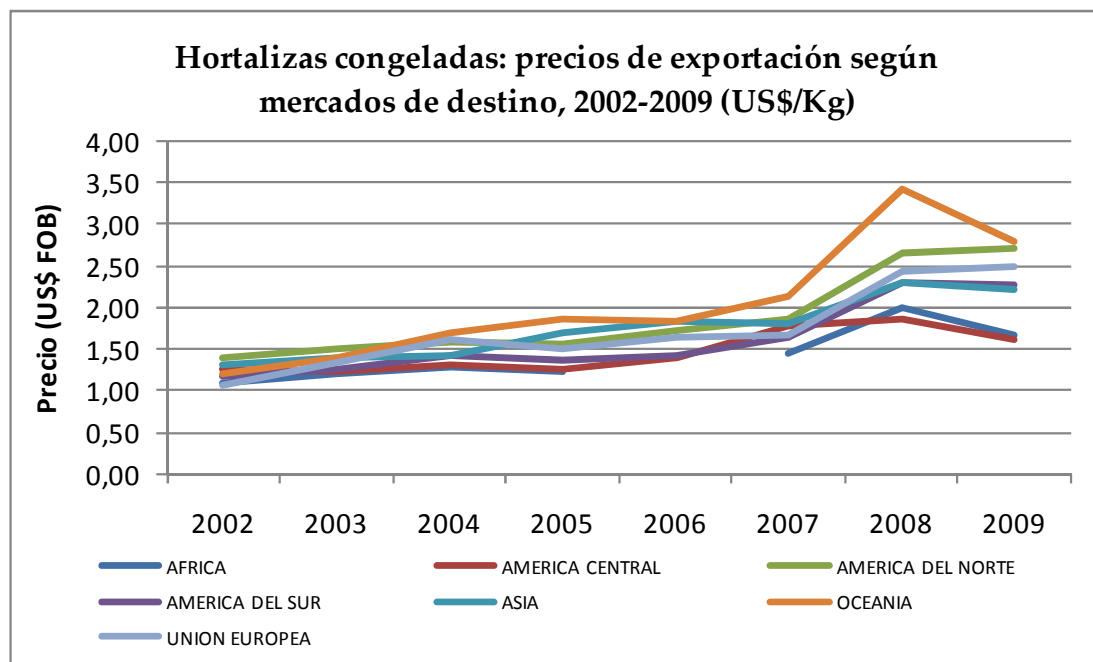
Gráfico 40. Frutas congeladas: precios de exportación según mercados de destino, 2002-2009 (US\$/Kg)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Los precios alcanzados por los productos congelados hortícolas en los mercados externos muestran una tendencia similar a la observada para los productos congelados frutícolas (Gráfico 41). Es decir, se observa un aumento permanente de los precios internacionales desde el año 2002 al año 2009, con un aumento más importante desde 2005 en adelante. Destacan en orden de magnitud los precios promedio alcanzados en Oceanía y luego en América del Norte y la Unión Europea.

Gráfico 41. Hortalizas congeladas: precios de exportación según mercados de destino, 2002-2009 (US\$/Kg)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Como se observa en el Cuadro 36, hay una clara diferenciación del precio dependiendo del tipo de producto de que se trate y de los destinos de las exportaciones. Es así como los mayores precios los alcanzan la frambuesa y el arándano, y los destinos en los cuales se obtienen mejores precios son América Central, Asia, América del Norte y la Unión Europea, observándose diferencias dependiendo del producto y, por ende, de las preferencias de cada región.

Cuadro 36. Precio promedio 2002-2009 de frutas congeladas por producto y destino (US\$ FOB/Kg)

Promedio 2002-2009 (US\$FOB/Kg)							
Frutas	AFRICA	AMERICA CENTRAL	AMERICA DEL NORTE	AMERICA DEL SUR	ASIA	OCEANÍA	UNIÓN EUROPEA
Frambuesa	1,8	2,1	2,2	1,8	3,2	2,0	2,0
Arándano	2,4	3,0	2,9	2,5	3,0	2,9	2,5
Frutilla	1,7	1,3	1,5	1,3	1,3	1,6	1,7
Mora	1,4	1,8	1,4	1,6	2,0	1,7	1,5
Kiwi	1,0	1,3	1,0	0,9	1,3	1,1	1,0

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

En el Cuadro 37 se observan los precios promedios alcanzados por hortalizas congeladas en distintas regiones a donde se destinan las exportaciones nacionales, según producto y regiones de destino. A diferencia de lo que ocurre con las frutas congeladas, el destino de la exportación parece más relevante en la diferenciación de precios que el tipo de producto, destacando los precios alcanzados en Asia, Europa y América del Norte.

Cuadro 37. Precio promedio 2002-2009 de hortalizas congeladas por producto y destino (US\$ FOB/Kg)

Promedio 2002-2009 (US\$FOB/Kg)						
Hortalizas	AFRICA	AMERICA CENTRAL	AMERICA DEL NORTE	AMERICA DEL SUR	ASIA	UNIÓN EUROPEA
Maíz	0,8	1,1	3,5	1,4	2,0	1,7
Espárrago	1,9	2,6	2,8	2,3	3,7	2,4
Setas y demás hongos	-	2,1	1,2	2,7	1,2	2,4
Habas	-	1,2	1,4	1,3	1,6	2,5
Mezclas de hortalizas	0,8	1,2	2,2	1,3	1,3	4,1
Papas	-	1,4	-	2,3	-	1,4

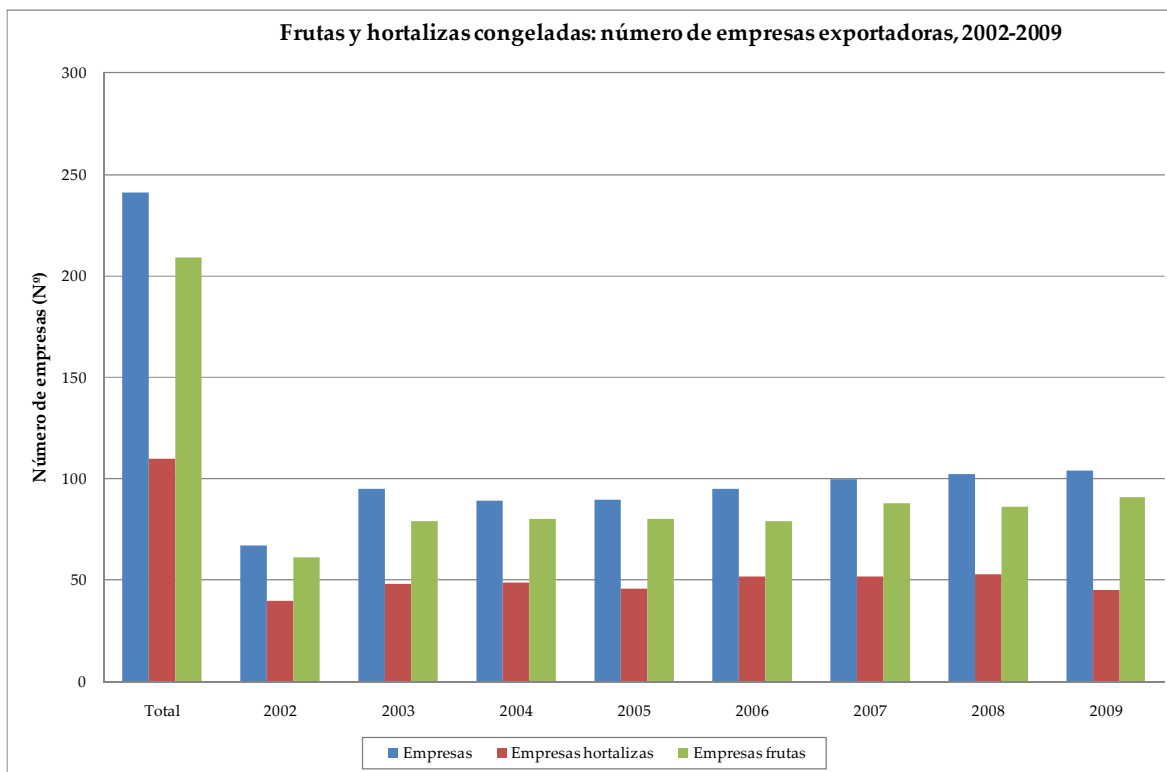
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Empresas exportadoras de productos congelados hortofrutícolas

Como se muestra en el Gráfico 42, el número total de empresas que exportan productos hortícolas y frutícolas congelados se estabiliza a partir del año 2002 entre 90 y 105 empresas que realizan esta actividad cada año. Dentro de estas empresas, se observa una mayor diversificación en el número de empresas que exportan frutas congeladas en comparación con el número de empresas que exportan hortalizas congeladas, que suman cada año alrededor de 50 empresas.

Del total de empresas que exportan productos hortofrutícolas congelados, el 54,8% exporta exclusivamente frutas congeladas; el 13,0% exporta exclusivamente hortalizas congeladas; y el 32,2% exporta ambos grupos de productos congelados, como una estrategia de mejora de las condiciones de negociación, que genera mayor fidelidad en la relación cliente-proveedor porque amplía la oferta de productos al demandante y diversifica el riesgo de mercado.

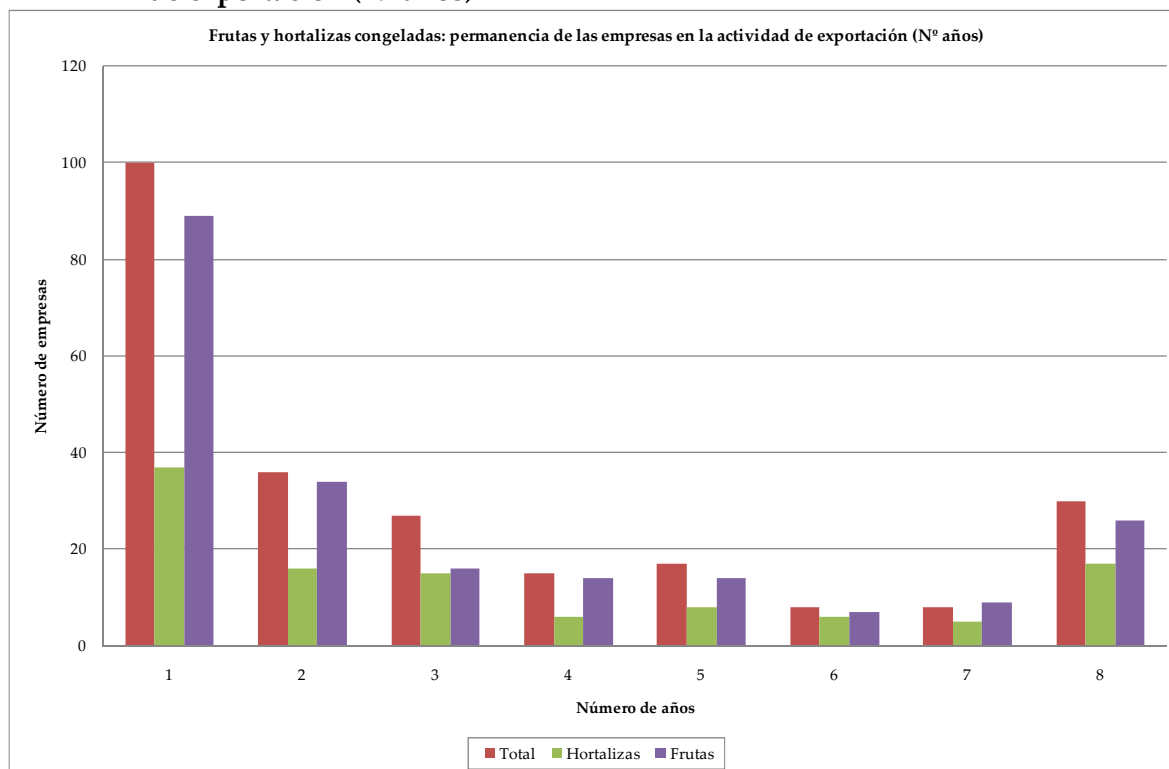
Gráfico 42. Frutas y hortalizas congeladas: número de empresas exportadoras, 2002-2009*



*Una misma empresa puede estar contabilizada como exportadora de frutas y de hortalizas congeladas, razón por la cual la suma de estas dos categorías es mayor al número total de empresas. Fuente: Elaboración propia con datos del Servicio de Aduanas de Chile, 2010.

En el Gráfico 43 se muestra el nivel de permanencia de las empresas en el mercado de exportación. Se observa allí que un grupo importante de empresas ha exportado sólo un año durante el período 2002-2009. Esto se observa tanto en el conjunto de empresas como si se agrupan por separado aquellas que exportan productos hortícolas congelados y frutícolas congelados. Cabe destacar que hay un grupo de empresas que han exportado entre 7 y 8 años en forma continuada; se trata de 23 empresas que exportan productos hortícolas (19 empresas que exportan ambos tipos de productos y 4 empresas que exportan exclusivamente productos hortícolas congelados) y 34 empresas que exportan productos frutícolas congelados (19 empresas que exportan productos frutícolas y hortícolas congelados y 15 empresas que exportan sólo productos frutícolas congelados) (Cuadro 38).

Gráfico 43. Frutas y hortalizas congeladas: permanencia de las empresas en la actividad de exportación (Nº años)*



*Una misma empresa puede estar contabilizada como exportadora de frutas y de hortalizas congeladas, razón por la cual la suma de estas dos categorías es mayor al número total de empresas.
Fuente: Elaboración propia con datos del Servicio de Aduanas de Chile, 2010.

Cuadro 38. Número de empresas que han exportado productos congelados hortofrutícolas por 7-8 años consecutivos

Tipo de empresas	Número de empresas	Porcentaje (%)
Empresas exportadoras exclusivamente de productos frutícolas	15	39,5
Empresas exportadoras exclusivamente de productos horticolas	4	10,5
Empresas exportadoras de ambos grupos de productos	19	50,0
Total	38	15,7*

*Sobre el total de empresas exportadoras de productos congelados hortofrutícolas.
Fuente: Elaboración propia con datos del Servicio de Aduanas de Chile, 2010.

Considerando el valor de exportación de productos frutícolas congelados acumulado entre 2002-2009, se observa que el 60% de las exportaciones ha estado concentrado en 12 empresas y casi el 80% de las exportaciones del año 2009 en 15 empresas, todas ellas con una trayectoria de exportación de más de 8 años.

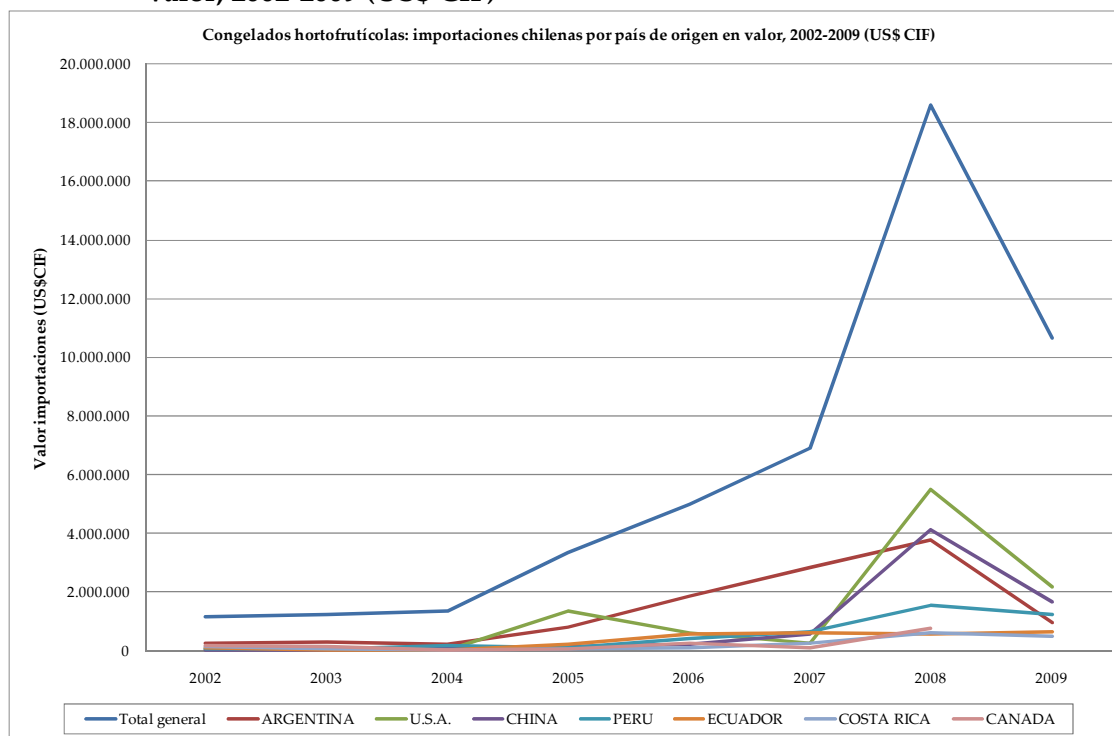
En el caso de las exportaciones de productos hortícolas congelados, casi el 70% de las exportaciones del período 2002-2009 estuvieron dominadas por 10 empresas. En el último año, dicha concentración aumentó, ya que cerca del 80% de las exportaciones de estos productos estuvieron controladas por 10 empresas, todas ellas con 8 años mínimos de trayectoria de exportación, salvo una empresa, que se suma en los últimos 5 años.

Importaciones chilenas de productos congelados hortofrutícolas

Las importaciones que Chile ha realizado de productos congelados hortícolas y frutícolas han aumentado desde el año 2002 en adelante, observándose una caída en el año 2009 debido a la crisis financiera que afectó a nivel mundial (ver Gráfico 44). El aumento de las importaciones de este tipo de productos está asociado a los precios de los productos en el mercado externo y el costo asociado a la conservación de este tipo de productos en las condiciones adecuadas, considerando que el desarrollo de stock con producción nacional de materia prima está acotado a una época específica y limitada. Esta situación puede verse potenciada en la medida que el dólar sigue en un claro proceso de desvalorización.

Esta tendencia se observa de igual forma al considerar el origen de dichas importaciones. Es así como las importaciones provenientes de Argentina han sido sostenidamente crecientes (a excepción del año 2009) y en forma más notoria se observa un aumento de las importaciones provenientes de Estados Unidos, China y Perú.

Gráfico 44. Congelados hortofrutícolas: importaciones chilenas por país de origen en valor, 2002-2009 (US\$ CIF)



Fuente: Elaboración propia con datos del Servicio de Aduanas de Chile, 2010.

Los países de origen más destacados desde el punto de vista del valor de las importaciones de productos congelados hortofrutícolas son Estados Unidos, China, Hungría (país que toma especial importancia en el último año de la serie analizada) y Perú (ver Cuadro 39). Argentina ha sido un país destacado como origen de las importaciones de este grupo de productos, sin embargo ha perdido importancia en los últimos años.

Cuadro 39. Origen de las importaciones de chilenas de productos congelados hortofrutícolas

País de origen	Valor importaciones (US\$CIF) 2009	Participación 2009 (%)	Valor importaciones 2002-2009 (US\$CIF)	Participación 2002-2009 (%)
ESTADOS UNIDOS	2.166.214	20,3%	10.017.113	20,8%
CHINA	1.647.576	15,5%	6.868.913	14,2%
HUNGRIA	1.426.278	13,4%	1.463.864	3,0%
PERU	1.249.929	11,7%	4.313.511	8,9%
ARGENTINA	977.603	9,2%	11.016.291	22,8%
MEXICO	646.130	6,1%	1.334.389	2,8%
ECUADOR	636.179	6,0%	2.753.135	5,7%
COSTA RICA	506.501	4,8%	1.742.634	3,6%
NUEVA ZELANDIA	466.107	4,4%	674.097	1,4%
GUATEMALA	320.968	3,0%	913.139	1,9%
BELGICA	284.737	2,7%	1.510.804	3,1%
TOTAL	10.657.956	100%	48.271.240	100%

Fuente: Elaboración propia con datos del Servicio de Aduanas de Chile, 2010.

Si se analizan los productos que son importados, dentro del grupo de los congelados hortícolas, el producto que concentra más del 50% de las importaciones es el maíz congelado, que se destina principalmente al mercado interno. Este producto provino en el año 2009 de Hungría, Estados Unidos y China. En una visión acumulada del período 2002-2009, se observa que junto a los países antes señalados, Argentina ha sido un país de origen tradicional del maíz congelado pero que ha perdido importancia frente al ingreso de Hungría como país de origen (ver Cuadro 40).

Cuadro 40. Países de origen de las importaciones de maíz congelado

PAÍS ORIGEN	Valor importaciones (US\$CIF) 2009	Participación 2009 (%)	Valor importaciones 2002-2009 (US\$CIF)	Participación 2002-2009 (%)
ARGENTINA	476.420	12,6%	1.962.153	14,5%
CANADA		0,0%	918.421	6,8%
CHINA	708.438	18,7%	3.679.647	27,2%
HUNGRIA	1.426.278	37,7%	1.463.864	10,8%
PERU	13.503	0,4%	523.346	3,9%
ESTADOS UNIDOS	1.162.356	30,7%	4.867.030	36,0%
TOTAL	3.786.994	100,0%	13.532.741	100,0%

Fuente: Elaboración propia con datos del Servicio de Aduanas de Chile, 2010.

COMERCIO DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DESHIDRATADOS

La producción de productos deshidratados está orientada principalmente al mercado exportador. En este sentido Chile se ubica en los primeros lugares de producción, procesamiento y exportación de fruta deshidratada.

La industria de deshidratados es percibida, internamente, como una industria moderna en términos de los procesos de producción y acorde a los requerimientos de certificación de los mercados internacionales.

Los principales productos frutícolas deshidratados de exportación son pasas y ciruelas. Las exportaciones de nueces han aumentado en los últimos años y se prevé que seguirán aumentando en el futuro. Es así como estas exportaciones en valor han crecido explosivamente en los últimos años, sin que haya ocurrido lo mismo en términos de volumen; esto se ha dado principalmente por las ventajas comparativas frente a otros países productores, en términos de la calidad del producto y de los costos de producción y proceso de la fruta.

Las exportaciones de hortalizas y hongos deshidratados han mostrado un mayor dinamismo en los últimos años, dado principalmente por las exportaciones de ají y hongos a lo largo de la última década. Igualmente este tipo de productos son liderados por las exportaciones de pimentón y paprika. Este grupo de productos han incrementado en forma significativa sus valores de exportación y, como se analizará más adelante, presentan una tasa valor/volumen mayor que la fruta deshidratada.

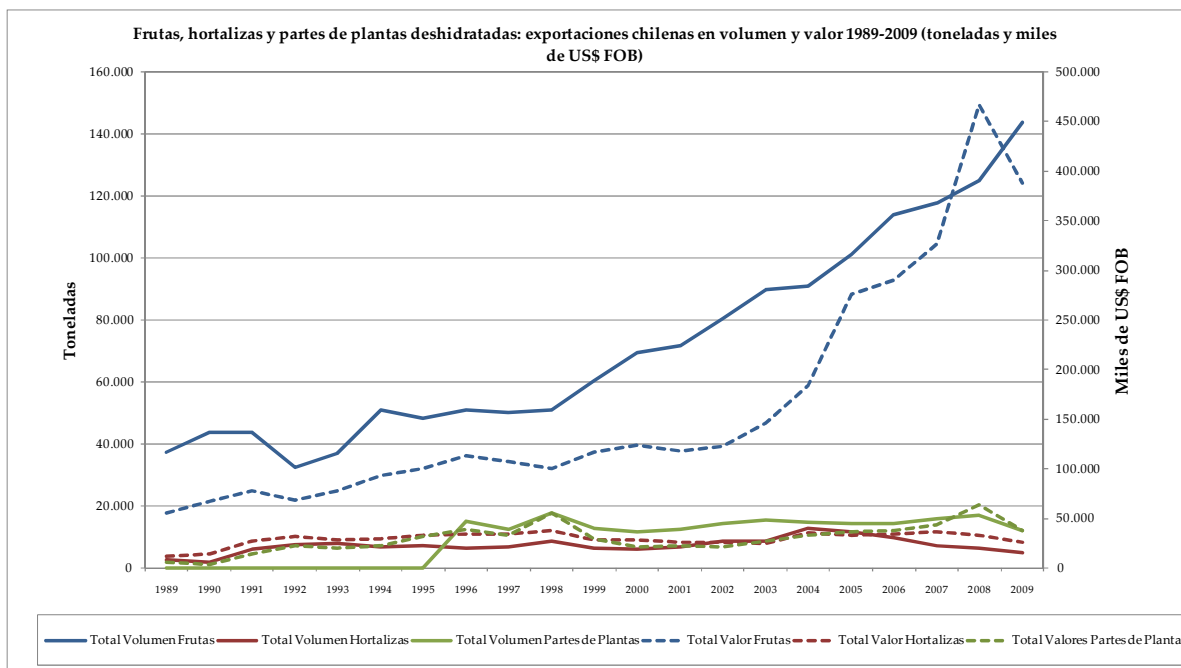
Exportaciones de productos hortofrutícolas deshidratados

Las exportaciones de productos hortofrutícolas deshidratados chilenos alcanzaron el año 2009 un volumen de 160.753 toneladas, correspondiente a 452.488 miles de US\$ FOB. Desde el punto de vista del volumen de exportación, los productos hortofrutícolas deshidratados muestran entre 1989 y 2009 una tasa de crecimiento anual promedio de 7,7% y, desde el punto de vista del valor de dichas exportaciones, la tasa de crecimiento anual promedio durante el mismo período ha sido de 10,6%.

Entre 1989 y 2009, los volúmenes de exportación de especies deshidratadas hortícolas han oscilado entre 1.803 y 12.837 toneladas, los frutícolas entre 32.485 y 143.627 toneladas y los de partes de plantas entre 11.644 y 17.759 toneladas. Se destaca la permanente mayor importancia absoluta y relativa de las especies frutícolas, que en 1990 alcanzaron su máxima importancia relativa, representando el conjunto de especies frutícolas deshidratadas el 96,1% del total de exportaciones de productos deshidratados hortofrutícolas; en 1998 se observó la menor importancia relativa de este grupo de especies, alcanzando el 65,9%.

En el Gráfico 45 puede observarse que en la evolución del valor de exportación de los productos deshidratados hortofrutícolas, se mantiene la mayor importancia relativa y absoluta de las especies frutícolas. Es así como en este caso las variaciones observadas en la importancia relativa de las especies frutícolas en la composición de las exportaciones de productos deshidratados alcanza los 34 puntos porcentuales, alcanzando el nivel más alto en 2009 con un 85,8% y el nivel más bajo en 1998 con el 51,6% de las exportaciones de productos deshidratados hortofrutícolas.

Gráfico 45. Frutas, hortalizas y partes de plantas deshidratadas: exportaciones chilenas en volumen y valor 1989-2009 (toneladas y miles de US\$ FOB)



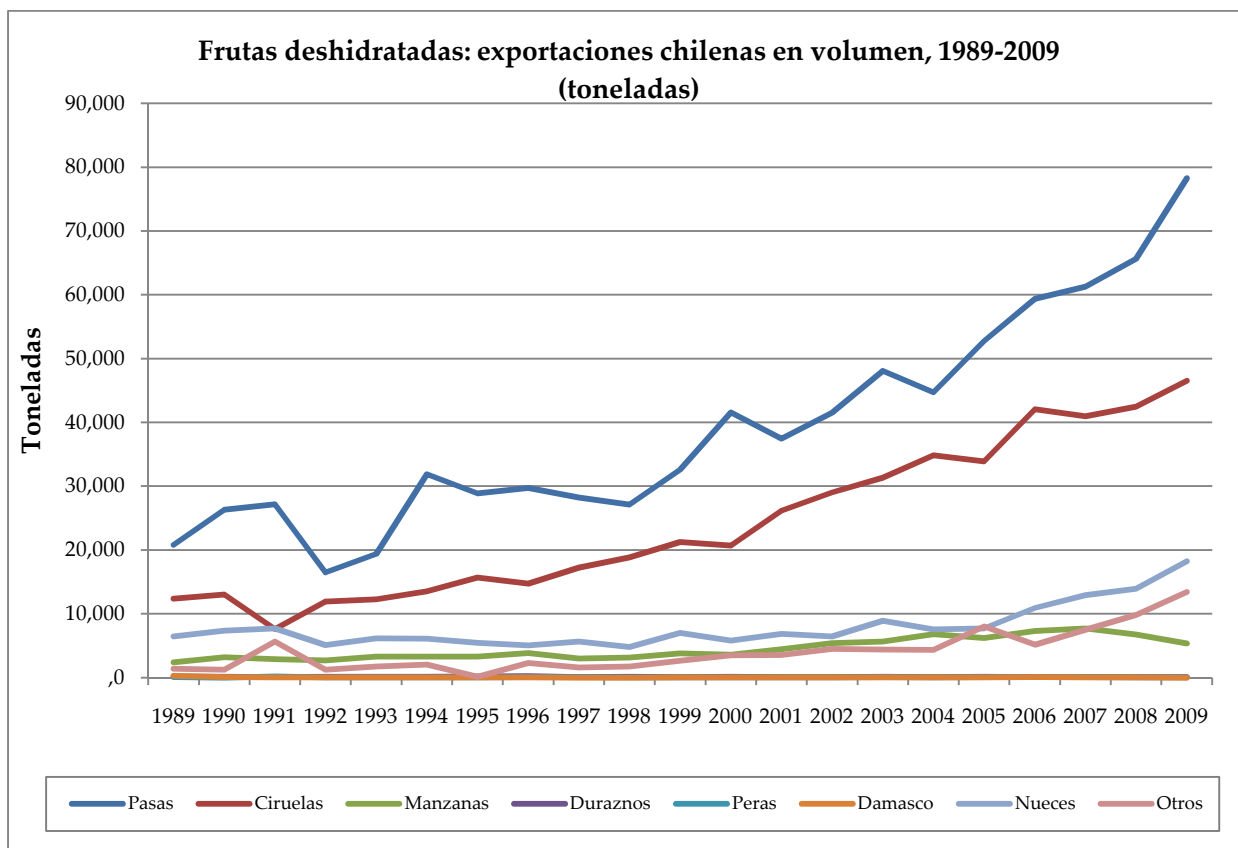
Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Exportaciones chilenas de productos deshidratados frutícolas

Las exportaciones de productos deshidratados frutícolas están compuestas por un conjunto de productos entre los cuales destacan pasas, ciruelas, manzanas, duraznos, peras, damascos y nueces (Gráficos 46 y 47).

En términos del volumen de exportación (Gráfico 46) destaca la importancia relativa de pasas, ciruelas, nueces y manzanas, que en conjunto en el período comprendido entre 1989 y 2009 han representado entre el 85% y el 99% de las exportaciones totales de frutas deshidratadas.

Gráfico 46. Frutas deshidratadas: exportaciones chilenas en volumen, 1989-2009 (toneladas)



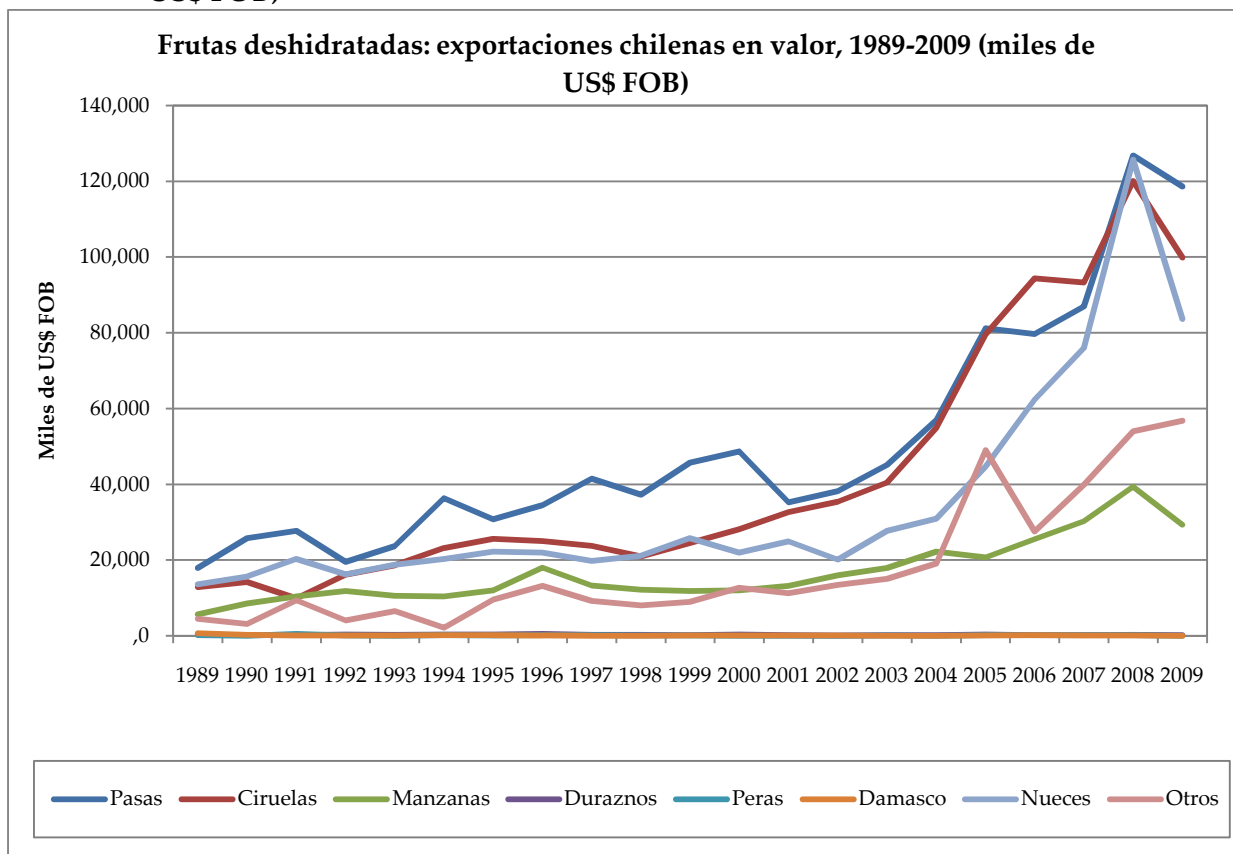
Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

En el mismo período (1989-2009), las pasas han presentado exportaciones entre 16.491 y 78.297 toneladas, registrándose este máximo en 2009. Estas exportaciones han representado entre el 44% y el 66% de las exportaciones totales de frutas deshidratadas. En el caso de las ciruelas, las exportaciones han oscilado entre 7.603 y 46.502 toneladas, registrándose también el máximo en 2009. Estos volúmenes han representando entre el 15% y el 35% de las exportaciones totales de fruta deshidratadas. En nueces, los volúmenes de exportación han oscilado entre 4.795 y 18.249 toneladas, registrándose el máximo volumen en 2009; estos frutos han representado entre el 7 % y el 15% de las exportaciones totales de frutas deshidratadas. Las manzanas registran volúmenes entre 2.685 y 7.689 toneladas, con un porcentaje del total entre el 3,3% y 7,6%. El resto de las exportaciones de frutas deshidratadas corresponden a duraznos y peras, ambas con un valor máximo de 4%; y otras frutas que han representado entre el 0,3% y el 11% de las exportaciones totales de frutas deshidratadas.

En términos de sus valores de exportación (Gráfico 47), destaca la importancia relativa de pasas, ciruelas, nueces y manzanas, que en el período comprendido entre 1989 y 2009 han

representado entre el 82% y el 97% del valor total de las exportaciones de frutas deshidratadas.

Gráfico 47. Frutas deshidratadas: exportaciones chilenas en valor, 1989-2009 (miles de US\$ FOB)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

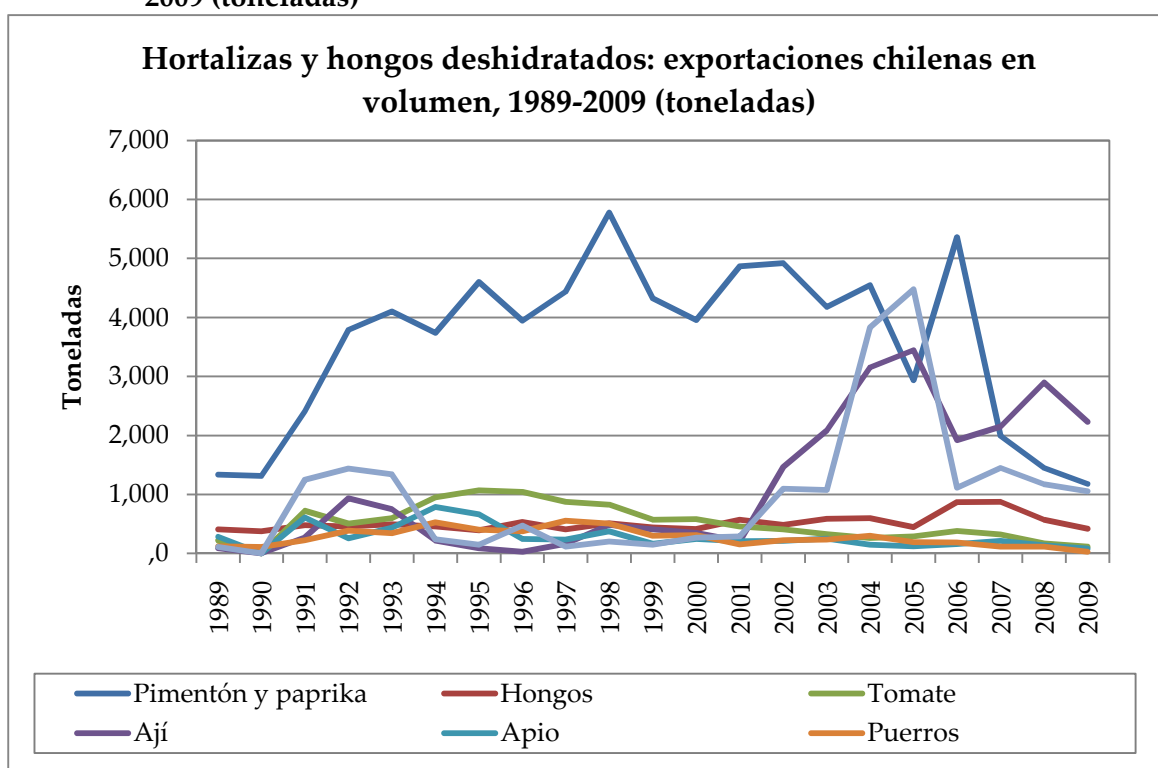
En período comprendido entre 1989-2009, las pasas han presentado exportaciones por valores entre 17.883 y 126.780 miles de US\$ FOB, registrándose este máximo en el año 2008; y han representado entre el 26,6% y el 39% de las exportaciones totales de fruta deshidratada. En el caso de ciruelas los valores de exportación han oscilado entre 9.892 y 120.028 miles de US\$ FOB, monto que ha representando entre el 12,6% y el 32,5% de las exportaciones totales. En nueces se han registrado exportaciones por valores entre 13.583 y 125.720 miles de US\$ FOB, que han representado entre el 16% y el 27% de las exportaciones. Para manzanas se registran valores entre 5.691 y 39.402 miles de US\$ FOB, con un porcentaje del total entre el 7,5% y el 17%. El resto de las exportaciones de frutas deshidratadas incluyen damascos, con una representación máxima de 1,3% en el valor exportado total de frutas deshidratadas, peras (0,7% del total) y duraznos (0,6%), y la categoría 'otros', que ha representado un valor máximo de exportaciones de 17,8%, correspondientes a 56.736 miles de US\$ FOB.

Exportaciones chilenas de productos deshidratados hortícolas y hongos

Las exportaciones de productos hortícolas y hongos deshidratados están compuestas por pimentón y paprika, hongos, tomate, ají, apio y puerros (Gráficos 48 y 49).

En términos de los volúmenes de exportación registrados durante 1989 y 2009 (Gráfico 48), los correspondientes a pimentón y paprika han oscilado entre 1.179 y 5.779 toneladas y han representado entre el 22% y el 73% de las exportaciones en volumen. En el caso de los hongos, los volúmenes han oscilado entre 377 y 874 toneladas, representando entre el 4% y el 21%. Los tomates han registrados volúmenes de exportación entre 116 y 1.072 toneladas, con un porcentaje máximo de participación del 16%. El ají ha exportado volúmenes entre 27 y 3.445 toneladas, con un máximo de 44% de las exportaciones. El apio, entre 82 y 788 toneladas (11%), y los puerros entre 29 y 553 toneladas (1% a 8%). La categoría 'otros' ha tenido un máximo de participación de 38% en el volumen total de exportaciones de hortalizas y hongos deshidratados, con un volumen máximo de 4.478 toneladas.

Gráfico 48. Hortalizas y hongos deshidratados: exportaciones chilenas en volumen, 1989-2009 (toneladas)

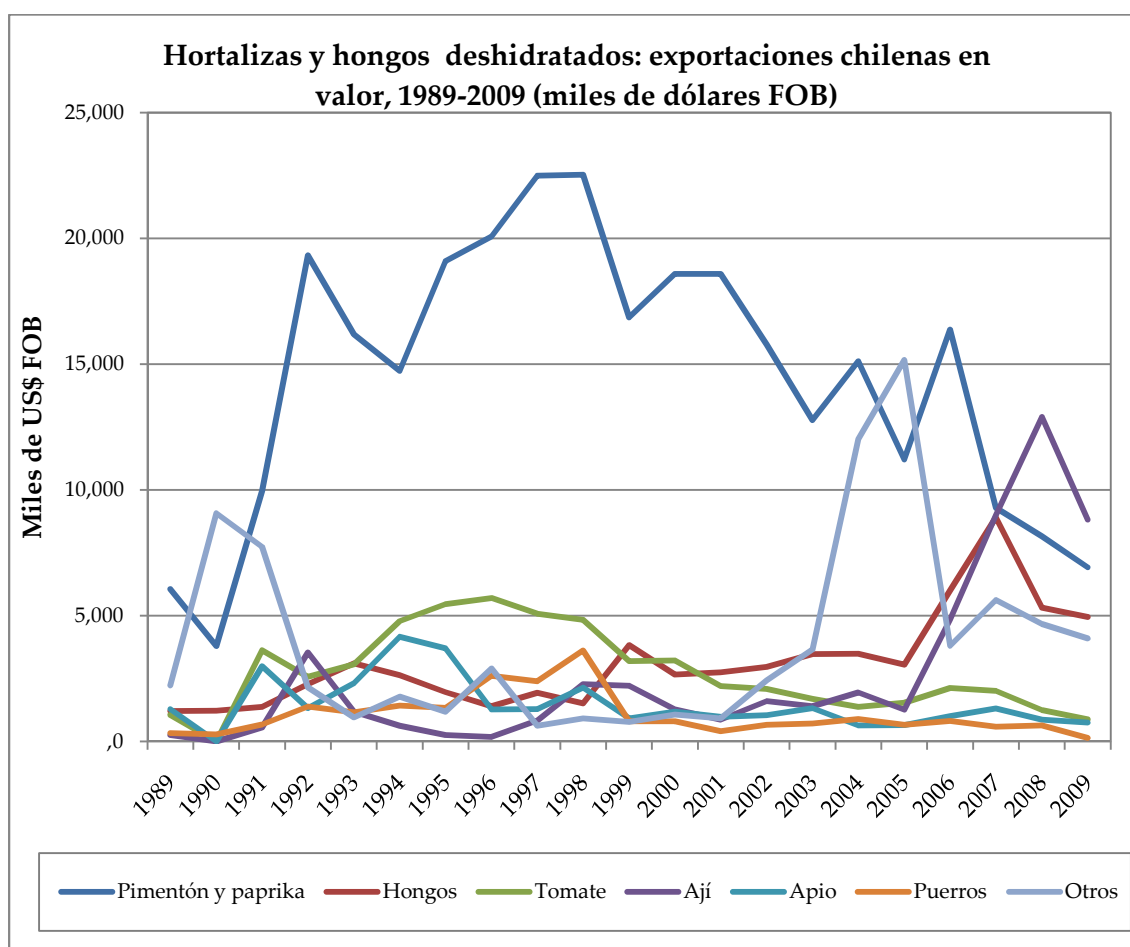


Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Los valores de exportación (Gráfico 49) que ha presentado el pimentón y paprika han oscilado entre 3.786 y 22.523 miles de US\$ FOB y han representado entre el 24% y el 70%

del valor total de exportación. Los hongos han registrado exportaciones por sumas entre los 3.786 y 22.523 miles de US\$ FOB y porcentaje relativos al total de exportaciones de hortalizas y hongos deshidratados entre el 4% y el 24%. En el caso de los tomates se registran valores entre 871 y 5.694 miles de US\$ FOB, con participaciones porcentuales en el total entre 3% y 17%. El ají presenta exportaciones con valores entre 173 y 12.896 miles de US\$ FOB y porcentajes entre el 1% y el 38%. El apio registra exportaciones por valores entre 633 y 4.158 miles de US\$ FOB, con participaciones entre 2% y 14% del total de exportaciones de productos deshidratados. Las exportaciones de puerros han oscilado entre 140 y 3.605 miles de US\$ FOB exportados, con participaciones entre el 1% y 10%; y la categoría 'otros', entre 626 y 15.166 miles de US\$ FOB exportados, con un máximo porcentual de participación del 63% en 1990.

Gráfico 49. Hortalizas y hongos deshidratados: exportaciones chilenas en valor, 1989-2009 (miles de dólares FOB)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Las exportaciones de hongos deshidratados han crecido fuertemente en los últimos años a raíz del interés existente por los mercados y los buenos precios obtenidos. Este producto se

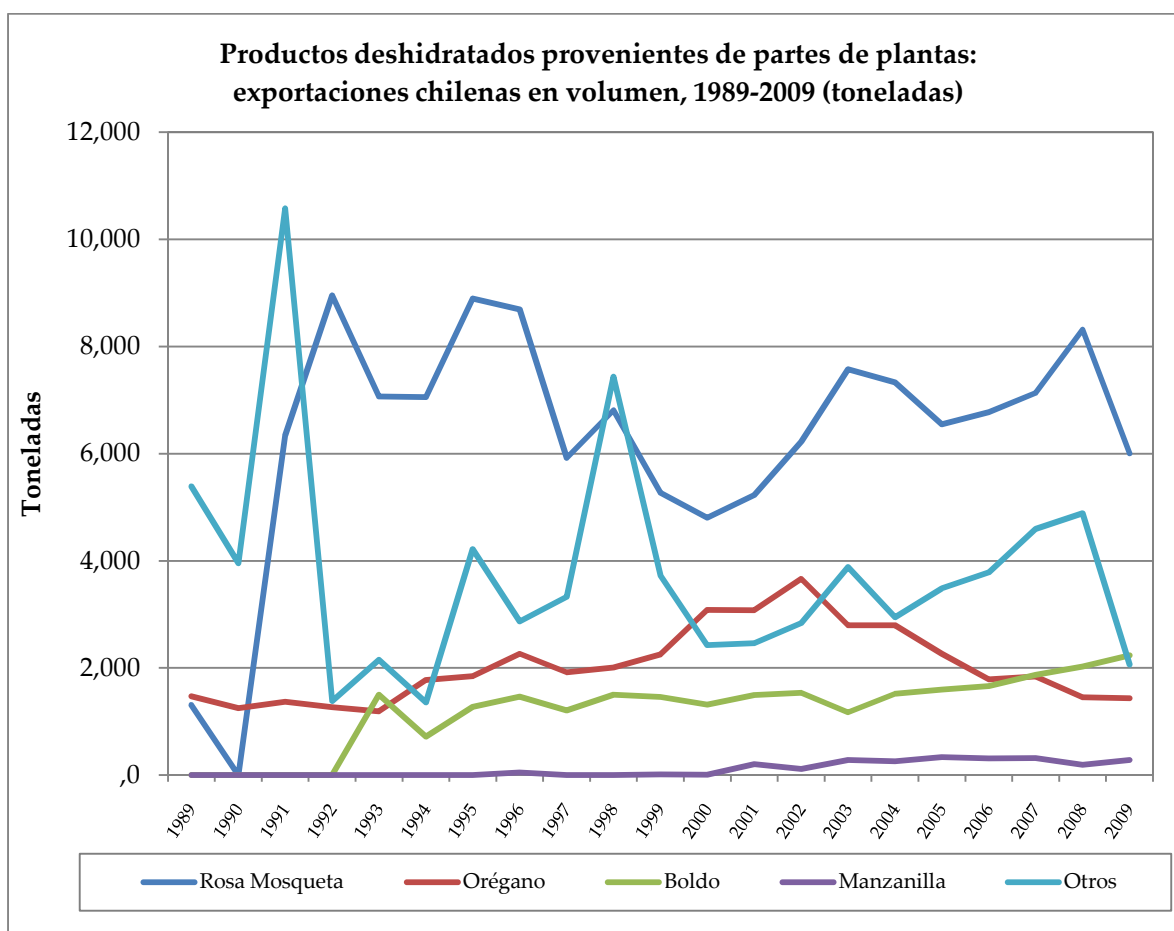
obtiene principalmente de la recolección de hongos silvestres, entre los cuales destacan Callampas y Morchelas, entre otros.

Exportaciones chilenas de productos deshidratados provenientes de partes de plantas

Las exportaciones de productos deshidratados provenientes de partes de plantas están compuestas en su mayoría por las especies rosa mosqueta, orégano, boldo y manzanilla; la categoría 'otros' puede incluir especies tales como romero, tomillo, hierba de San Juan, hojas de olivo, vides, moras, ajeno, albahaca, aloe vera, alcachofas, entre otras.

En el Gráfico 50 se observan las exportaciones en volumen de los productos deshidratados provenientes de partes de plantas.

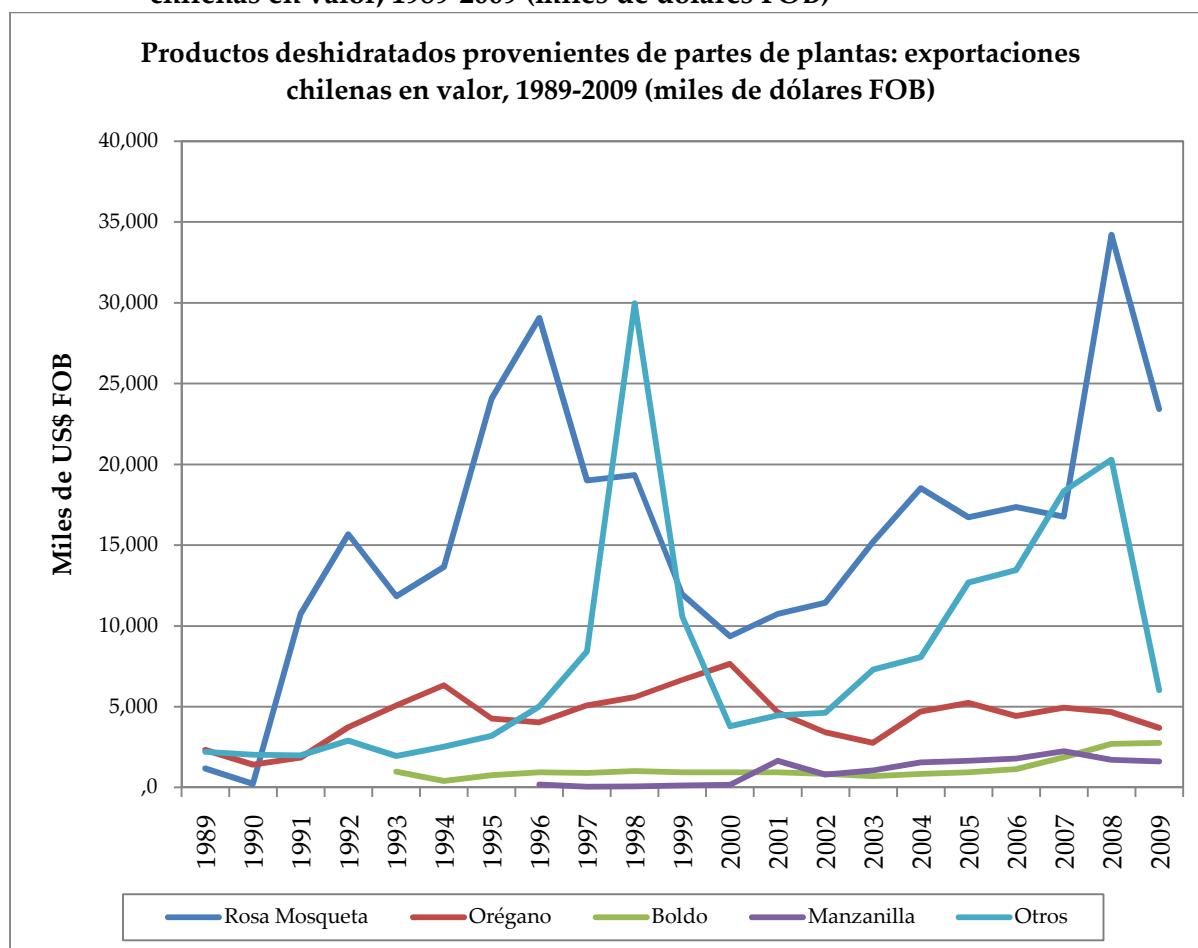
Gráfico 50. Productos deshidratados provenientes de partes de plantas: exportaciones chilenas en volumen, 1989-2009 (toneladas)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Los volúmenes de exportación de rosa mosqueta han fluctuado entre 4.806 y 8.954 toneladas, con porcentajes de participación en el total de productos de la categoría partes de plantas de 38% y 57%. Las de orégano, entre 1.189 y 3.664 toneladas, con participaciones entre 9% y 26%. Las exportaciones de boldo han alcanzado entre 720 y 2.234 toneladas, con una participación entre 7% y 19% del volumen total. La manzanilla registra exportaciones por volúmenes entre 3 y 334 toneladas (0,02% y 2%). La categoría 'otros' ha fluctuado entre 1.360 y 10.576 toneladas con porcentajes de participación entre 17% y 42%.

Gráfico 51. Productos deshidratados provenientes de partes de plantas: exportaciones chilenas en valor, 1989-2009 (miles de dólares FOB)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

En términos del valor obtenido, las exportaciones de rosa mosqueta se han ubicado entre 218 y 34.207 miles de dólares FOB, y han representado entre el 6% y el 75% del valor total de exportaciones de la categoría (Gráfico 51). En el caso del orégano, los valores de exportación se han ubicado entre 1.410 y 7.661 miles de dólares FOB, con participaciones porcentuales ente el 7% y el 41%. El boldo ha registrado exportaciones por valores entre 408 y 2.763 miles de dólares FOB, alcanzando participaciones entre 1,8% y 7%. La

manzanilla, entre 49 y 2.255 miles de US\$ FOB (0,12% y 7%). Finalmente, la categoría 'otros', entre 1.941 y 29.978 miles de US\$ FOB y una participación entre el 10% y el 55% del valor total de las exportaciones de productos deshidratados provenientes de partes de plantas.

Tasa de crecimiento de las exportaciones chilenas de productos hortofrutícolas deshidratados

Las tasas de crecimiento anual promedio de las exportaciones de productos hortofrutícolas deshidratados, tanto en volumen como en valor, se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro 41. Tasas de variación de las exportaciones de deshidratados de frutas, hortalizas, partes de plantas y totales (volumen y valor)

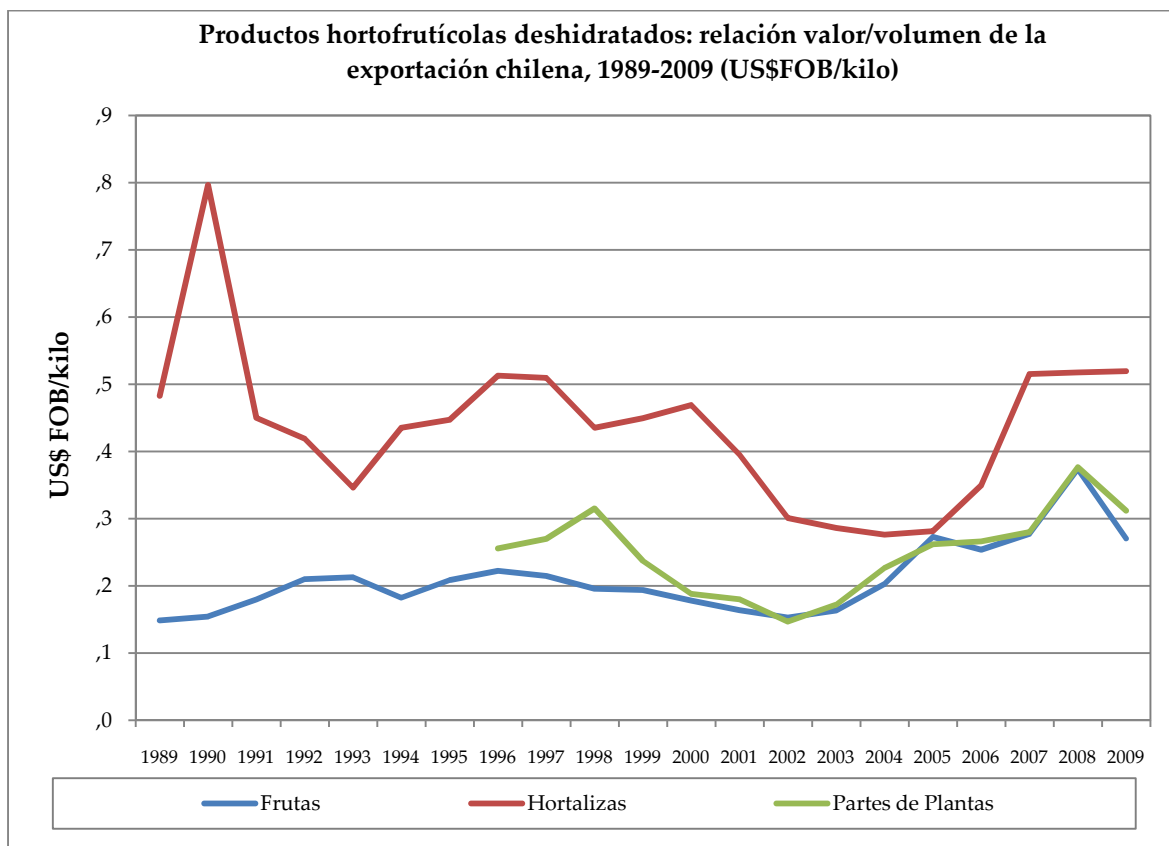
Tasa de Variación del Volumen	1989-2009	1989-1999	2000-2009
Tasa de variación volumen frutas	7,7%	6,2%	9,2%
Tasa de variación volumen hortalizas	11,1%	22,1%	0,1%
Tasa de variación volumen partes de plantas	-0,1%	-1,4%	0,2%
Tasa variación volumen total	7,7%	8,1%	7,4%
Tasa de Variación del Valor			
Tasa de variación valor frutas	11,4%	8,4%	14,4%
Tasa de variación valor hortalizas	6,0%	11,7%	0,3%
Tasa de variación valor partes de plantas	22,2%	39,0%	5,3%
Tasa variación valor total	10,6%	9,8%	11,3%

Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Las tasas de crecimiento promedio muestran claras diferencias si se comparan los decenios 1989-1999 y 2000-2009, observándose un aumento en los índices correspondientes a las exportaciones de frutas deshidratadas, tanto en valor como en volumen total, en el decenio 2000-2009. Por otra parte, se observa una tasa de crecimiento menor del valor y del volumen de las exportaciones de hortalizas deshidratadas exportadas en el decenio 2000-2009 y una tasa negativa en el caso del volumen de las exportaciones del grupo de productos provenientes de partes de plantas, pero al mismo tiempo un importante aumento en términos de valor, en ambos decenios.

En cuanto a la relación entre el valor y el volumen exportado (Gráfico 52), se observa una mayor variabilidad a través del tiempo en el caso de las hortalizas deshidratadas que en el caso de la fruta deshidratada, pero con un nivel muy superior en el caso de las hortalizas, a lo largo de todo el período. De todas formas, se observa una tendencia a la baja de dicha relación en las hortalizas, en tanto que, por el contrario, se observan tendencias al alza en la relación valor/volumen en frutas y partes de plantas.

Gráfico 52. Productos hortofrutícolas deshidratados: relación valor/volumen de la exportación chilena, 1989-2009 (US\$FOB/kilo)



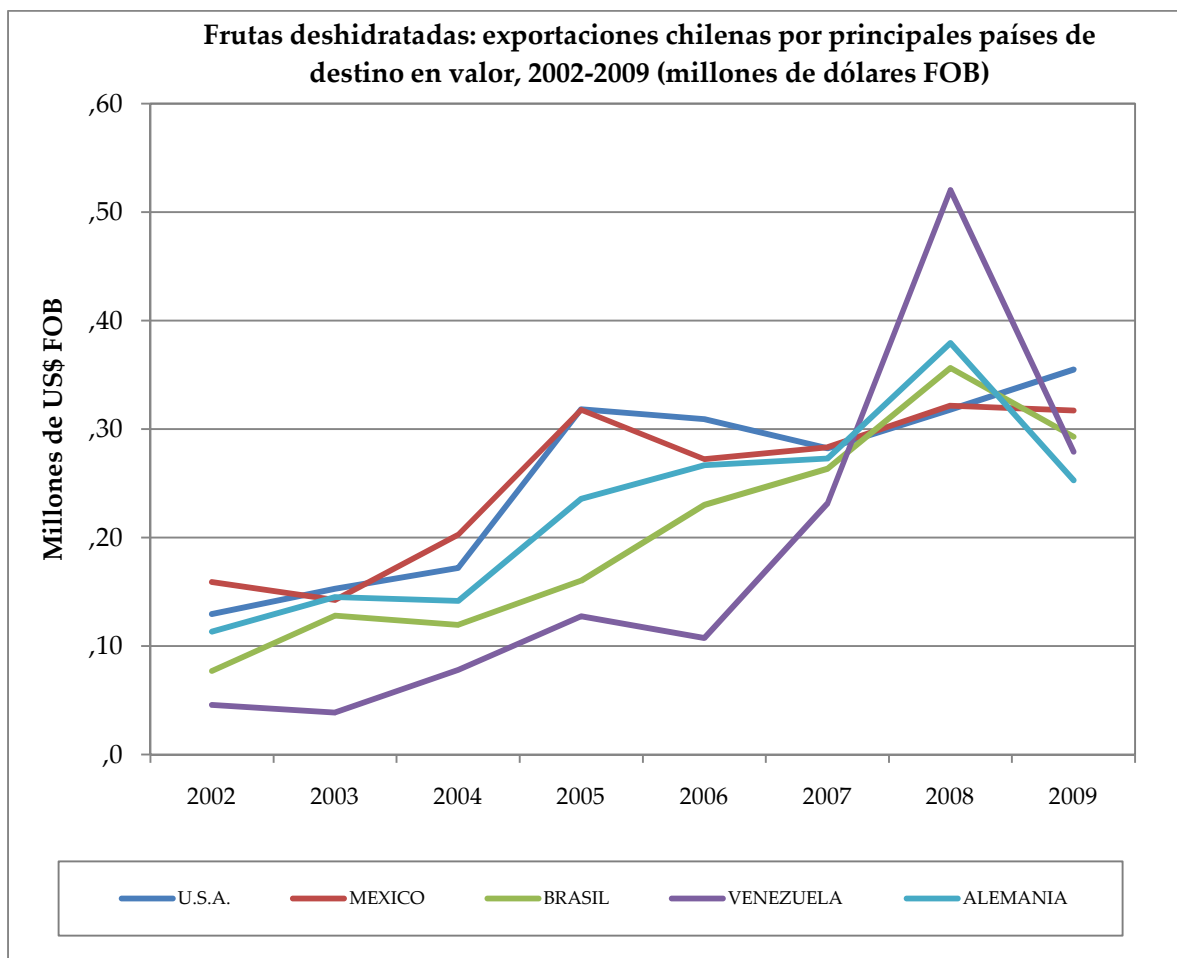
Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Países de destino de las exportaciones de los productos hortofrutícolas deshidratados

En términos del valor de las exportaciones (US\$ FOB), los principales mercados de destino de los productos nacionales se observan los Gráficos 53, 54 y 55.

En 2009 los principales países de destino para las exportaciones de fruta deshidratadas (Gráfico 53) fueron Estados Unidos, con el 10,4% de las exportaciones totales de fruta en valor, seguido de México con el 9,3%, Brasil con 8,6%, Venezuela con 8,2% y Alemania con 7,4%.

Gráfico 53. Frutas deshidratadas: exportaciones chilenas por principales países de destino en valor, 2002-2009 (millones de dólares FOB)



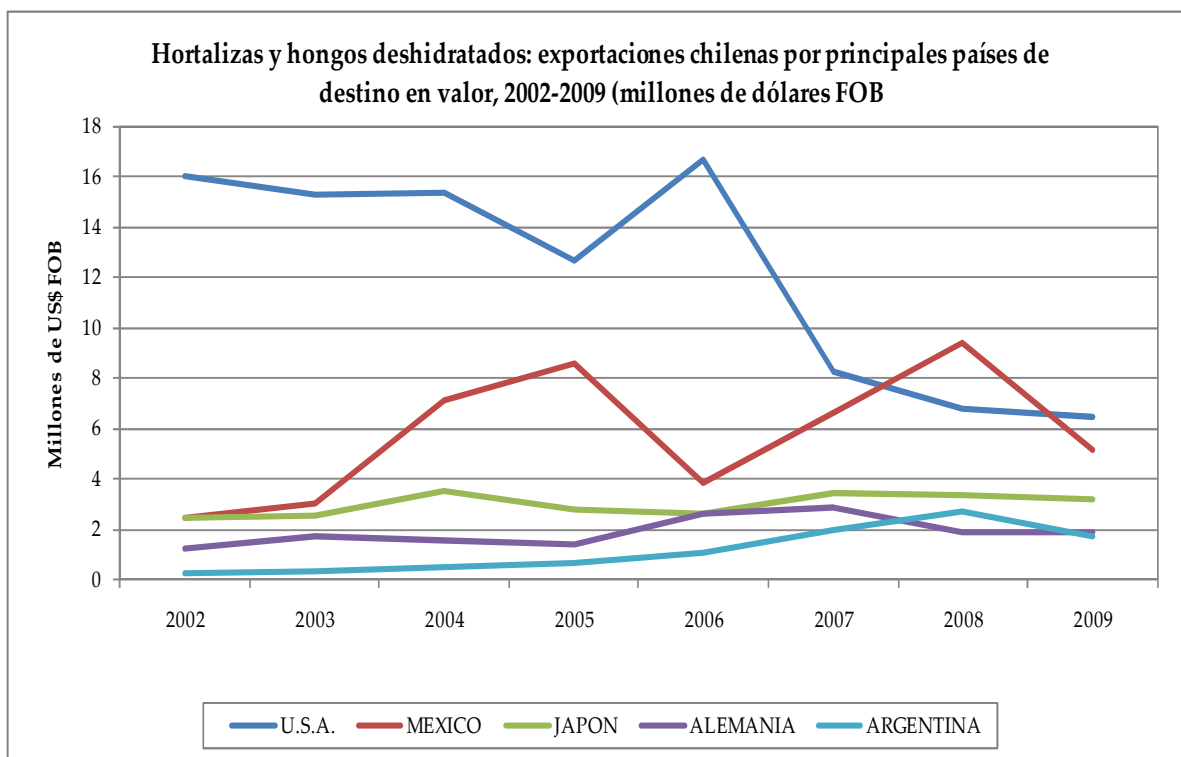
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

En las exportaciones a Estados Unidos, los productos de mayor importancia son pasas, manzanas y ciruelas, con participaciones en el valor total de frutas deshidratadas importadas desde Chile en 2009 de 50%, 32% y 14% respectivamente. En el caso de México, los principales productos son ciruelas (39%), pasas (39%) y almendras (19%). Para Brasil los productos que se destacan son las nueces (48%), pasas (22%), almendras (17%) y ciruelas (9%). En Venezuela los principales productos importados son pasas (43%), ciruelas (28%), almendras (13%), pistachos (8%) y nueces (6%), finalmente para Alemania los principales productos son ciruelas (43%), nueces (26%), manzanas (15%) y pasas (12%).

La evolución de las exportaciones de hortalizas deshidratadas a los principales países de destino (identificados éstos en base al año 2009) en términos de valor se observan en el Gráfico 54. El principal mercado es Estados Unidos, con el 27% de las exportaciones

totales de hortalizas en valor, seguido por México con el 21%, Japón con el 13%, Alemania con 8% y Argentina con 7%.

Gráfico 54. Hortalizas y hongos deshidratados: exportaciones chilenas por principales países de destino en valor, 2002-2009 (millones de dólares FOB)

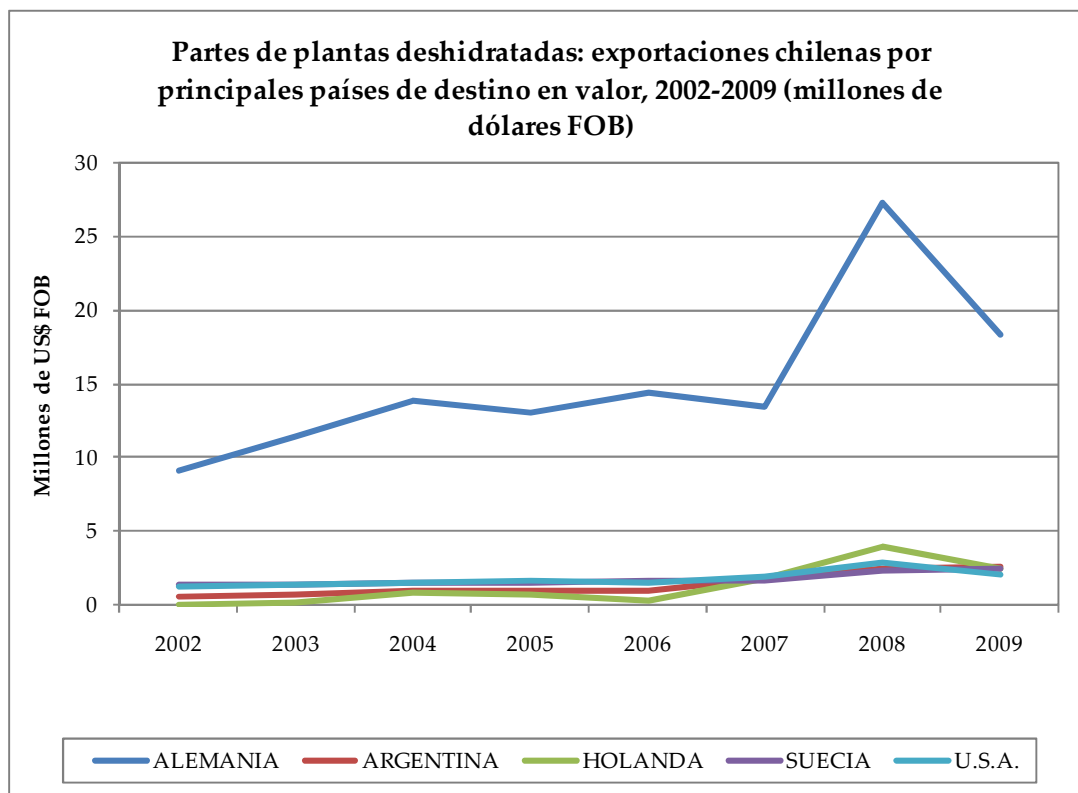


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Para Estados Unidos, los principales productos son ají (52% de valor exportado a ese país en este tipo de productos), pimentón (23%), apio (11%) y las demás, (brócoli, choclo, espárragos, papa), con un 5%. En el caso de México los productos de mayor importancia, en términos de su participación porcentual en el valor total de hortalizas deshidratadas importadas en 2009 son ají (87%), los demás (arveja, choclo, maíz, zapallo italiano) (7%) y pimentón (6%). Para Japón los productos que se destacan son ají (91%) y tomates (6%). En Alemania los principales productos importados son hongos (en trozos, enteros, los demás), que alcanzan al 99% del valor total exportado a ese país. Finalmente para Argentina los principales productos son pimentón (61%), ají (21%) y hongos (en trozos, enteros, los demás) (16%).

Los principales países de destino para las exportaciones de partes de plantas deshidratadas, en base al año 2009, se observan en el Gráfico 55. Se trata de Alemania, que concentró el 52% de las exportaciones totales de partes de plantas en valor, seguido de Argentina, Holanda y Suecia con 7% y Estados Unidos con 6%.

Gráfico 55. Partes de plantas deshidratadas: exportaciones chilenas por principales países de destino en valor, 2002-2009 (millones de dólares FOB)



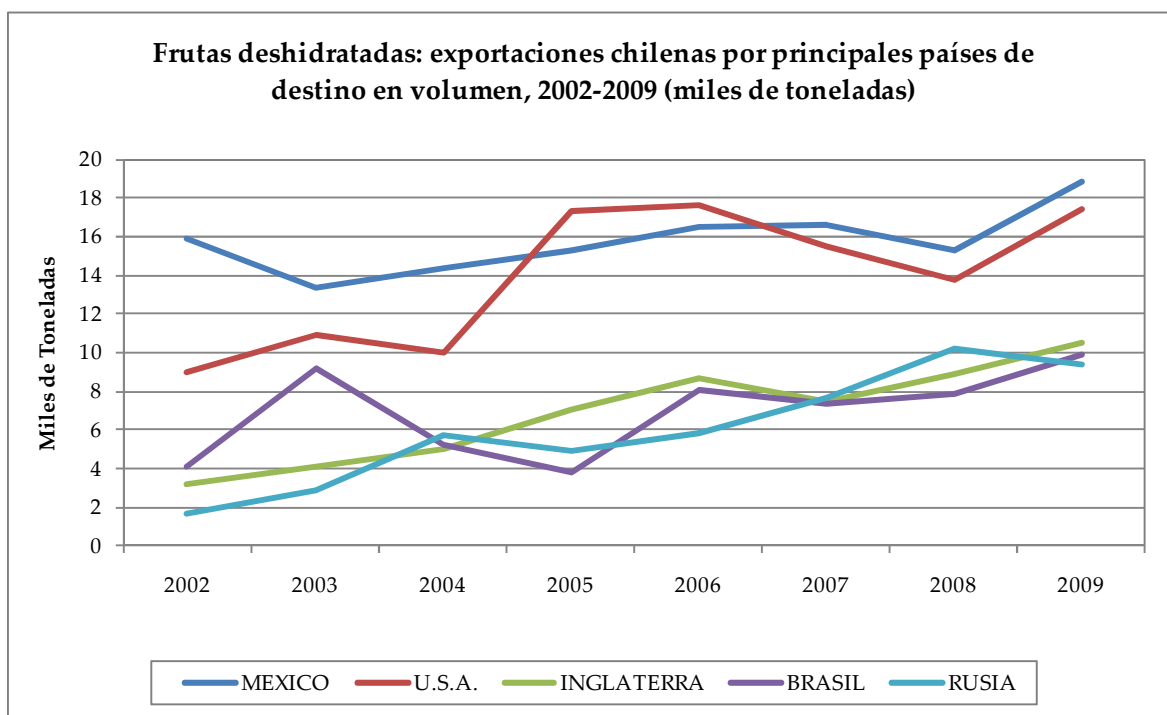
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Para Alemania los productos de mayor importancia (en términos de su participación porcentual en el valor total de las exportaciones de partes de plantas deshidratadas realizadas en 2009) son rosa mosqueta (88% del total), la categoría 'las demás' (harina de paleta de tuna, cedro, romero, medicinales, flores entre otras) (5%), hierba de San Juan (3%), manzanilla y orégano (2%). En el caso de Argentina, los principales productos son orégano (64%), boldo (29%) y 'los demás' (chips de madera de roble) (6%). Para Holanda los productos que se destacan son rosa mosqueta (con el 63%) y 'los demás' (hojas de vid, semillas hinojo, ramillas de mora) (37%). En Suecia, el principal producto importado es la rosa mosqueta, que representa el 97%. Finalmente para Estados Unidos los principales productos son rosa mosqueta (97%), 'los demás' (2,4%) y el resto lo completan manzanilla y boldo.

En términos del volumen de las exportaciones (toneladas), los principales destinos para estos productos nacionales (frutas, hortalizas y partes de plantas deshidratadas) son los que se observan en los Gráficos 56, 57 y 58.

Para las exportaciones de fruta deshidratada realizadas en 2009, los principales países de destino, en términos de volumen (toneladas), fueron México, con el 13%, seguido de Estados Unidos con el 12%, Inglaterra con el 7,2%, Brasil con el 6,8% y Rusia con el 6,5%.

Gráfico 56. Frutas deshidratadas: exportaciones chilenas por principales países de destino en volumen, 2002-2009 (miles de toneladas)

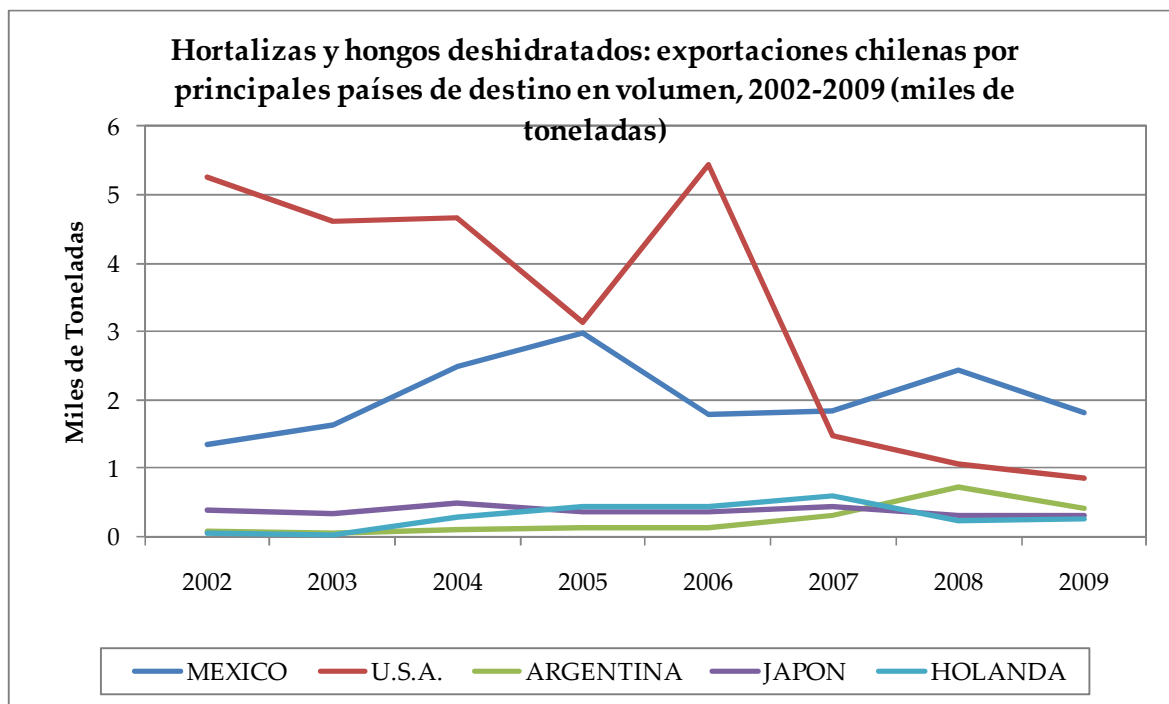


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Entre las frutas deshidratadas exportadas a México destacan en términos del volumen registrado en 2009, las pasas (53%), ciruelas (37%) y almendras (7%). Para Estados Unidos, destacan las pasas (73%), ciruelas (13%) y manzanas (12%). En el caso de Inglaterra, las exportaciones de pasas representaron el 64%, ciruelas el 27%, manzanas el 6,6% y almendras el 1,6%. En las exportaciones a Brasil se desatacan las pasas (46%), ciruelas (40%) y nueces (18%). Por último, en Rusia destacan las importaciones de ciruelas (55%) y pasas (40%).

Para las exportaciones de hortalizas deshidratadas realizadas en 2009, los principales países de destino, en términos de volumen (toneladas), fueron México con el 39%, seguido de Estados Unidos con el 18,6%, Argentina con el 8,9%, Japón con el 7% y Holanda con el 5,6%.

Gráfico 57. Hortalizas y hongos deshidratados: exportaciones chilenas por principales países de destino en volumen, 2002-2009 (miles de toneladas)

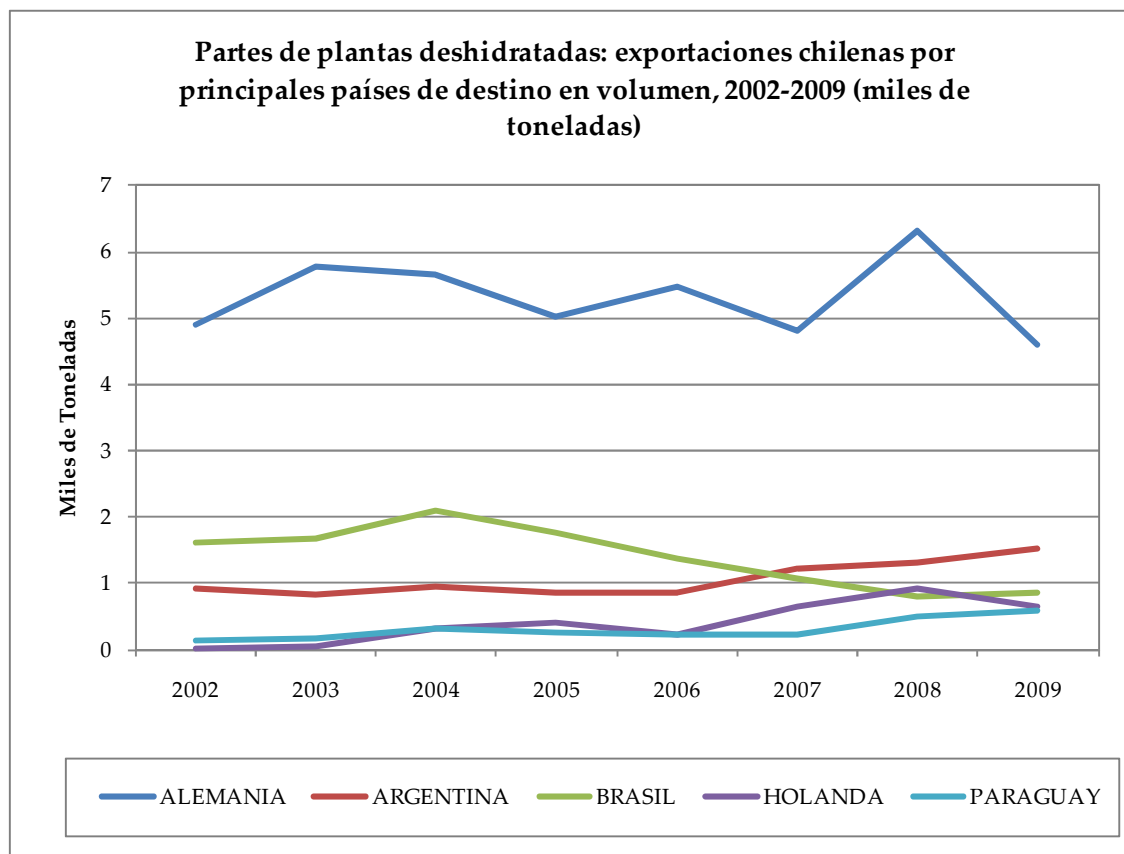


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Entre las hortalizas deshidratadas exportadas a México en 2009 destacan en términos de volumen el ají con 49%, ají (*capsicum*) con 37%, 'las demás' (ají, pimentón, zanahoria) con 7% y pimentón con 6,6%. En el caso de Estados Unidos, destacaron ese año ají (29%), ají (*capsicum*) (27%), pimentón (19%), apio (8,4%) y 'las demás' (arveja, choclo, zapallo italiano) (8%). En el caso de Argentina, el pimentón representó un 56%, el ají un 20% y los hongos (en trozos) un 12%. En Japón se desatacan pimentón (75%), 'las demás' (semilla maíz) (22%) y los tomates (2,6%). Por último, en Holanda destacan las importaciones de pimentón (95%) y 'las demás' (semillas de maíz) (5%).

Para las exportaciones de partes de plantas deshidratada realizadas en 2009 los principales países de destino, en términos de volumen (toneladas), fueron Alemania con el 44%, seguido de Argentina con el 14,6%, Brasil con el 8,2%, Holanda con el 6,3% y Paraguay con el 5,8%.

Gráfico 58. Partes de plantas deshidratadas: exportaciones chilenas por principales países de destino en volumen, 2002-2009 (miles de toneladas)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas

Dentro de las partes de plantas deshidratadas exportadas a Alemania destacan en términos de volumen para el año 2009 rosa mosqueta (84%), hierba de San Juan (5%), ‘los demás’ (medicinales, cedrón y romero, entre otras) (4,5%) y manzanilla (4%). En el caso de Argentina, destacaron boldo (49%) y orégano (48%). Para Brasil, el boldo representó el 55% y el orégano el 44%. En Holanda, se desatacan la rosa mosqueta con el 60% y ‘las demás’ con el 40%. Por último en Paraguay destacan las importaciones de boldo con 98%.

Precios de exportación por países de destino y tipo de producto

Para este análisis se consideran los países de destino y los productos identificados como relevantes en la sección anterior y los precios promedios (US\$/Kg) obtenidos en el período comprendido entre 2002 y 2009.

En el Cuadro 42 se pueden observar los precios de las frutas deshidratadas para los principales países de destino de las exportaciones nacionales de este tipo de productos. Se

destacan por sobre el resto, como los precios más altos del listado, los precios de los pistachos, con un promedio para todos los destinos de 29 US\$/Kg.

Cuadro 42. Frutas deshidratadas: precio promedio de exportación 2002-2009, por producto y destino (US\$/kilo)

Frutas	ALEMANIA	BRASIL	MEXICO	ESTADOS UNIDOS	VENEZUELA	Promedio 2002-09 Todos los destinos
Pistachos		12,9	6,4		54,5	29,0
Mix	3,8	3,4	14,5	20,4	2,5	7,9
Nueces	8,4	7,9	5,5	6,4	10,7	7,9
Avellanas	8,7	6,4		22,1	4,8	6,7
Almendras	6,4	5,5	5,2	5,3	8,8	5,7
Manzanas	4,3	6,6	4,1	3,9	3,9	4,0
Coco				2,7	1,6	3,2
Duraznos			4,5	5,6	3,5	3,1
Damascos		3,6	1,9	4,8	4,3	3,0
Ciruelas	2,4	1,6	1,8	2,3	4,5	2,2
Mosqueta	1,3			1,3		2,0
Pasas	1,5	1,3	1,2	1,3	2,8	1,4
Los demás		13,2		3,6		3,4
Otras	14,9	4,7	4,0	11,0	3,1	11,2

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Se debe mencionar que las exportaciones de pistacho desde Chile corresponden fundamentalmente a reexportaciones, ya que la superficie existente en el país (cerca a las 50 ha. según el Censo 2007) no permite la producción, proceso y exportación de este fruto en los volúmenes que se registran.

Dentro de los precios, destacan también los obtenidos por el mix de frutas, nueces, avellanas y almendras, con promedios entre 5,7 y 7,9 US\$/Kg.

En el Cuadro 43 se observan los precios promedio (2002-2009) para los principales países de destino de las hortalizas y hongos deshidratados. Se destacan los obtenidos por los hongos deshidratados, que promedian para todos los destinos los 40 US\$/Kg. lo que explica la importancia que han adquirido en los últimos años las exportaciones de este tipo de productos.

Cuadro 43. Hortalizas y hongos deshidratados: precio promedio de exportación 2002-2009, por producto y destino (US\$/kilo)

Hortalizas y Hongos	ARGENTINA	HOLANDA	JAPON	MEXICO	ESTADOS UNIDOS	Promedio 2002-09 Todos los destinos
Hongos	8,5	68,5		5,4	23,0	40,3
Ají, Ajo, Pimienta, Aliño Pimentón					16,0	10,9
Las demás	10,2	3,9	6,8	4,1	6,4	8,6
Cebolla	1,6			1,9	12,8	8,2
Ajo				1,4		5,9
Pimentón	4,3	2,4	9,1	3,7	5,3	5,8
Tomate	6,4	4,7	7,6	6,8	5,7	5,8
Apio	5,1			5,0	5,2	5,0
Aji	2,5	7,8	9,8	2,7	6,1	4,3
Puerros	6,0	3,1		4,5	3,4	4,0

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

En el Cuadro 44 se observan los precios de promedio (2002-2009) para los principales países de destino de las partes de plantas deshidratadas. Se destaca por sobre los demás el precio obtenido por los productos agrupados en la categoría “los demás”, que promedia para todos los países de destino los 29,7 US\$/Kg.

Cuadro 44. Partes de plantas deshidratadas: precio promedio de exportación 2002-2009, por producto y destino (US\$/kilo)

Partes de Plantas	ALEMANIA	ARGENTINA	HOLANDA	SUECIA	ESTADOS UNIDOS	Promedio 2002-09 Todos los destinos
Los demás	71,5	26,5	4,0	35,1	15,4	29,7
Manzanilla	3,3	10,4		31,9	26,7	13,0
Té Rosa Mosqueta	2,5		2,4	28,1	5,0	8,2
Hojas	6,3			38,4	5,9	4,5
Rosa Mosqueta	2,9	3,1	3,0	3,2	3,4	3,1
Boldo	1,2	1,2		28,2	10,0	3,0
Orégano	2,6	1,8	1,5	5,1	11,6	2,6
Hierba San Juan	1,8	2,0			2,8	1,9

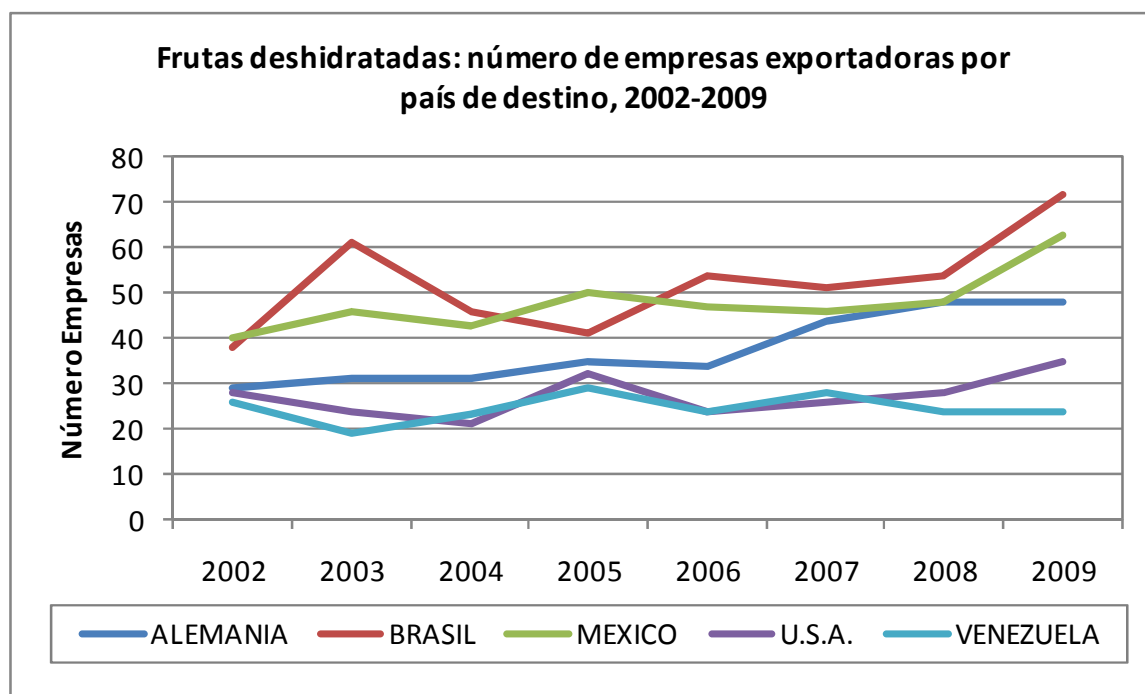
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Cabe mencionar que la categoría de producto “las demás” agrupa un importante número de productos, dentro de los cuales se pueden mencionar aloe vera, albahaca, harina de tuna, chips de roble, entre otros.

Número de empresas exportadoras por país de destino

El Gráfico 59 muestra el número de empresas que han exportado frutas deshidratadas, por país de destino. Entre 2002 y 2009 han exportado un total de 397 empresas diferentes. Se observa un aumento en el número total de empresas que exporta cada año, desde 143 en el año 2002 a 181 en el año 2009.

Gráfico 59. Frutas deshidratadas: número de empresas exportadoras por país de destino, 2002-2009



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

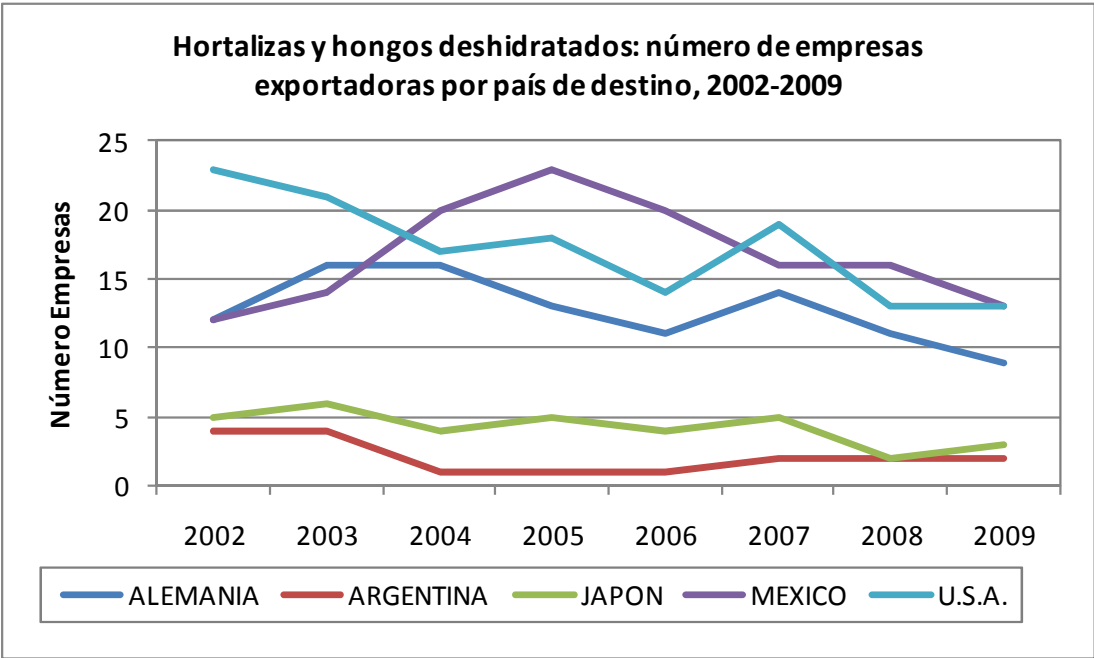
Si se analiza el número de empresas y la concentración por destino de exportación, se observa en el período analizado (2002-2009) que las exportaciones de frutas deshidratadas son bastante atomizadas y no se concentran en pocas empresas.

Ahora bien, analizando las exportaciones en valor del año 2009, se observa que en el caso de Alemania una sola empresa concentra el 23% de las exportaciones, y no menos de 27 empresas concentran más del 90%. En el caso de las exportaciones a Brasil una empresa

concentra el 10%, le sigue otra con el 9% y 57 empresas conforman más del 90% de las exportaciones. En el caso de México, una empresa concentra el 9% y 57 de ellas suman más del 90%. Por último para el caso de Estados Unidos, una empresa concentra el 19% de las exportaciones y 11 empresas más del 90%, lo que representa la mayor concentración de empresas entre todos los casos analizados.

En el Gráfico 60 se observa la evolución entre 2002 y 2009 del número de empresas que han realizado exportaciones de hortalizas y hongos deshidratados a los principales destinos.

Gráfico 60. Hortalizas y hongos deshidratados: número de empresas exportadoras por país de destino, 2002-2009

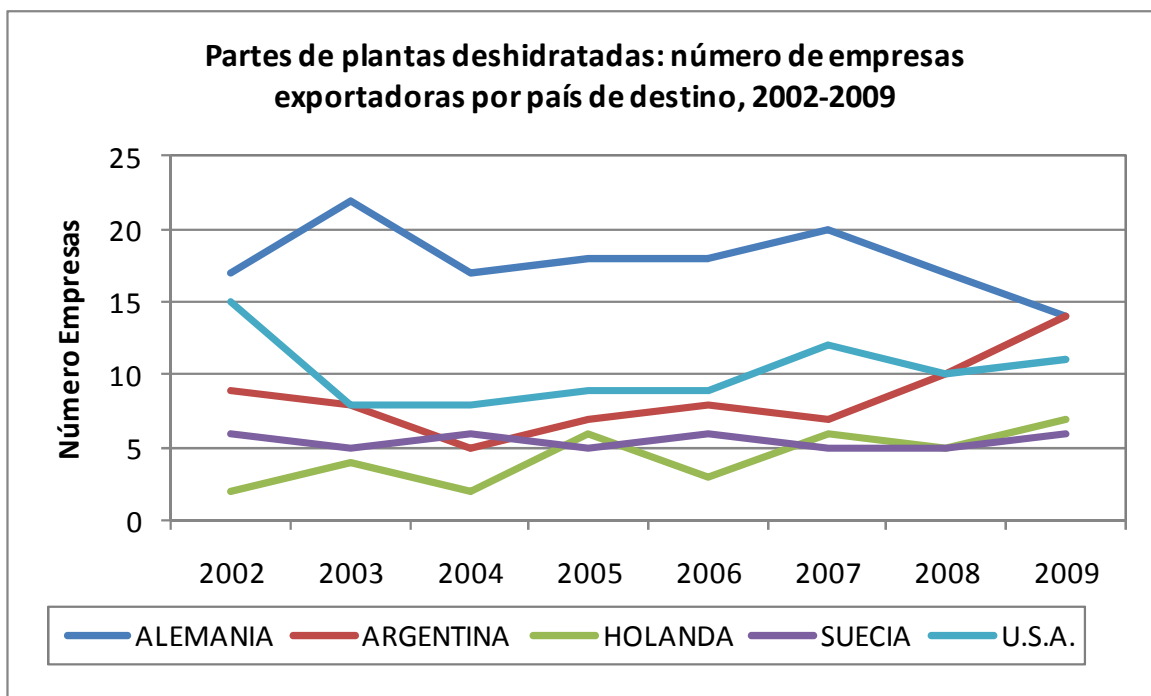


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Al contrario de lo observado en las exportaciones de frutas deshidratadas, se observa que las exportaciones de hortalizas y hongos deshidratados se han concentrado en el período 2002-2009 en un número reducido de empresas. Ejemplo de esto es el caso de las exportaciones a México del año 2009, cuando una sola empresa concentró el 37% de las exportaciones, seguida por otras empresas que exportaron el 18% y el 17%.

En el Gráfico 61 se observa la evolución del número de empresas que han exportado partes de plantas deshidratadas. Se observa que entre los años 2002 y 2009 el número se ha reducido, pasando de un total de 76 empresas a 67.

Gráfico 61. Partes de plantas deshidratadas: número de empresas exportadoras por país de destino, 2002-2009

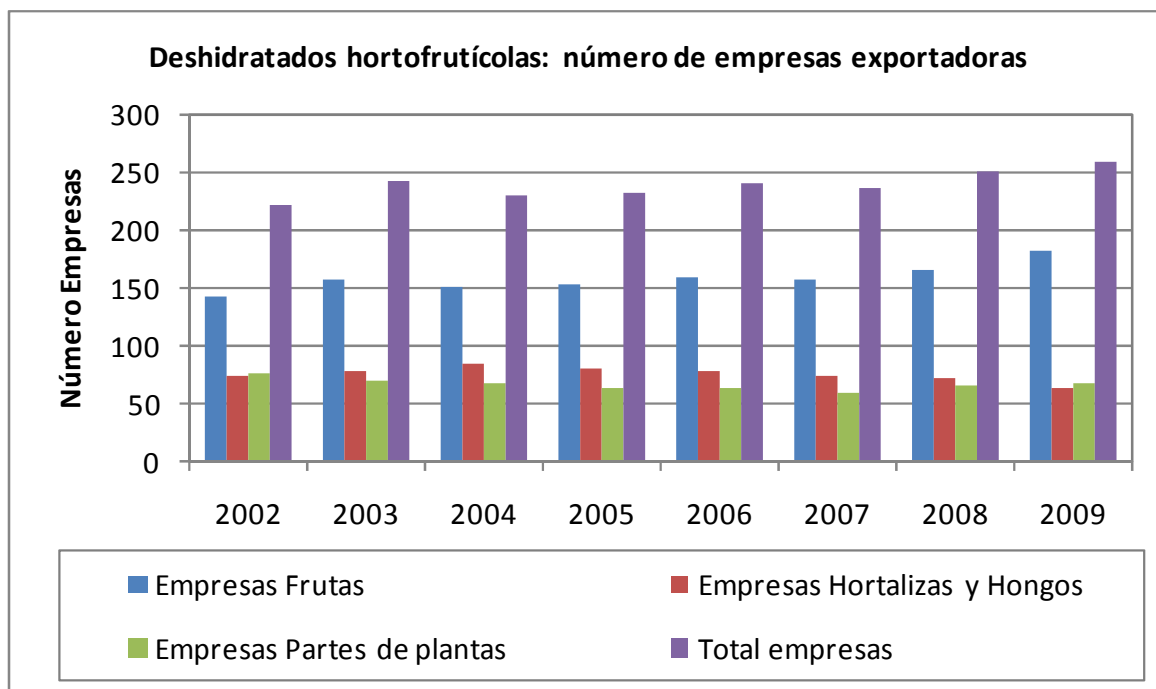


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Empresas exportadoras de productos hortícolas deshidratados

Como se muestra en el Gráfico 62, el número de empresas que han exportado deshidratados hortícolas, frutícolas y de partes de plantas y hongos entre 2002 y 2009 se ha ubicado entre las 221 y las 259 empresas. Dentro de estas empresas, se observa una mayor diversificación en el número de empresas que exportan deshidratados de fruta, entre 143 y 181 empresas, en comparación con el número de empresas que exportan hortalizas y hongos deshidratados (entre 73 y 84 empresas) o bien que exportan partes de plantas deshidratadas (entre las 59 y 76 empresas).

Gráfico 62. Deshidratados hortofrutícolas: número de empresas exportadoras*

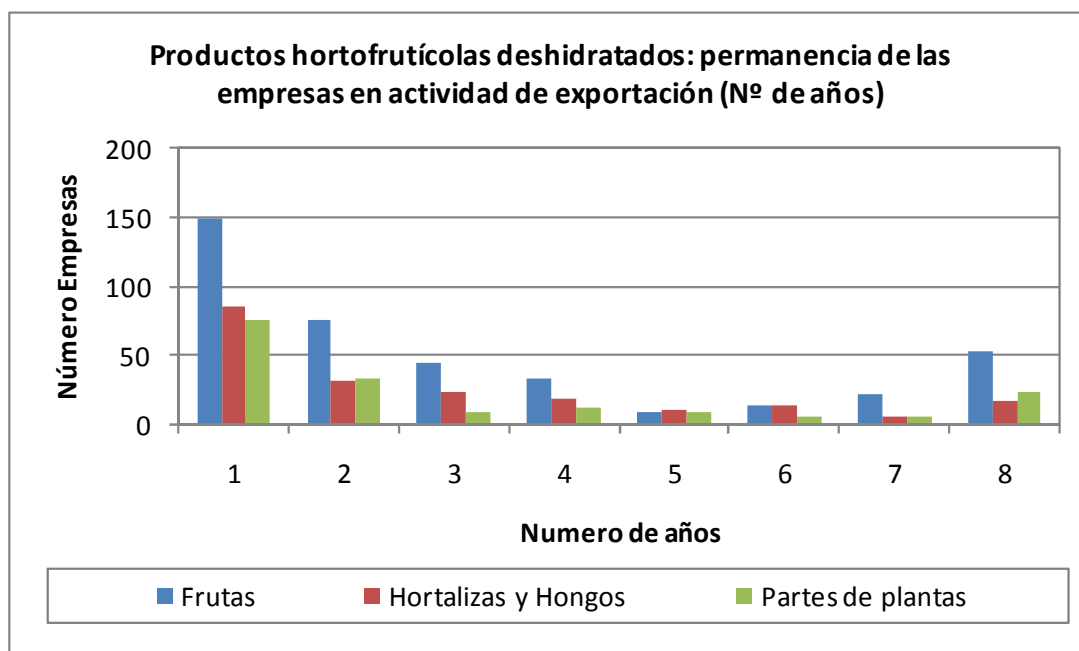


*Una misma empresa puede estar contabilizada como exportadora de frutas, hortalizas y partes de plantas deshidratadas, y por eso la suma de estas categorías es mayor al número total de empresas.
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

El total de empresas que registran alguna exportación de deshidratados de frutas, hortalizas, hongos y partes de plantas entre 2002-2009 es de 597 empresas. De ellas 398 empresas (67%) exportaron fruta deshidratada, 206 empresas (35%) exportaron hortalizas y hongos deshidratados, y 174 empresas (29%) exportaron partes de plantas deshidratadas (naturalmente, hay empresas que exportan más de uno de los grupos de productos y se contabilizan por ello más de una vez).

En el Gráfico 63 se muestra el nivel de permanencia de las empresas en el mercado de exportación de productos deshidratados. Se observa que un grupo importante de empresas (310) ha exportado sólo un año durante el período 2002-2009, en tanto que 94 empresas han estado presentes en las exportaciones durante los 8 años (2002-2009).

Gráfico 63. Productos hortofrutícolas deshidratados: permanencia de las empresas en actividad de exportación (Nº de años)*



*Una misma empresa puede estar contabilizada como exportadora de frutas, hortalizas y partes de plantas deshidratadas, y por eso la suma de estas categorías es mayor al número total de empresas.
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

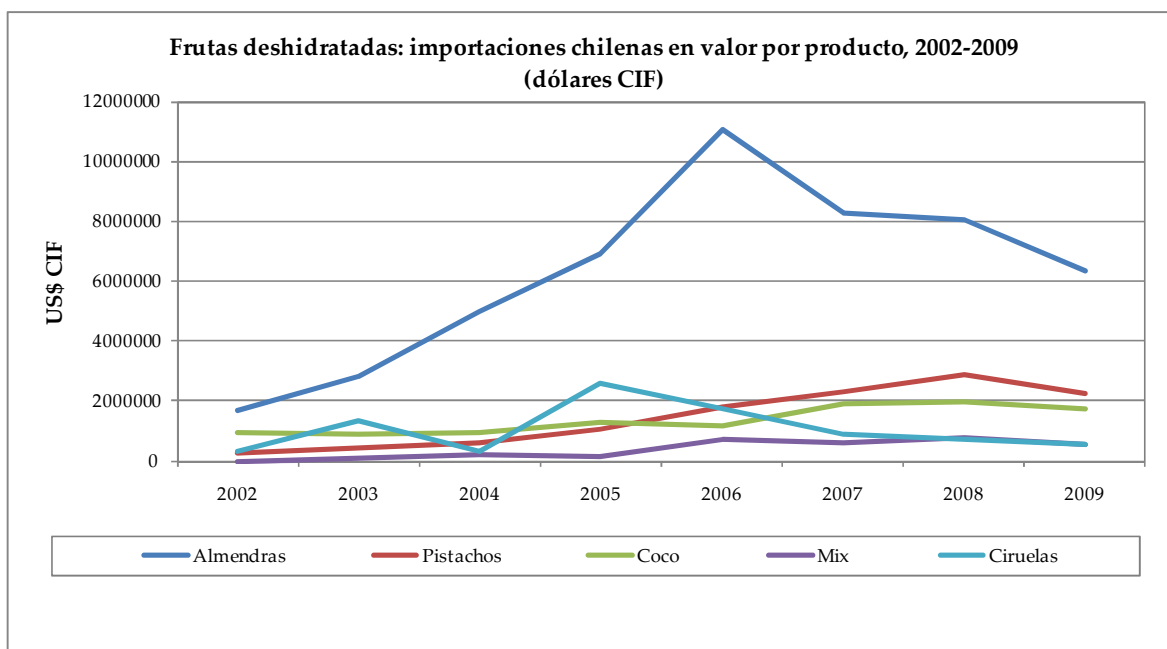
Importaciones de productos hortofrutícolas deshidratados

Las importaciones chilenas de frutas deshidratadas alcanzaron en 2009 las 4.482 toneladas, correspondientes a cerca de 13 millones de US\$ CIF. Las importaciones de hortalizas y hongos sumaron 3.342 ton., correspondientes a más de 6,5 millones de US\$ CIF. Por último las importaciones de partes de plantas registraron 1.980 ton., por un valor de más de 4,75 millones de US\$ CIF.

Al comparar los volúmenes importados entre los años 2002 y 2009, se observa que dichas importaciones aumentaron en un 51% en el caso de las hortalizas y hongos y un 101% en el caso de las frutas, al mismo tiempo que disminuyeron un 3% en el caso de las partes de plantas. En términos del valor de las importaciones (US\$ CIF) las importaciones de frutas crecieron un 240%, las de hortalizas y hongos un 125% y las de partes de plantas un 172%.

Si se observa la evolución del valor de importación de las frutas deshidratadas (Gráfico 64), se observa que las mayores importaciones corresponden a almendras, con una importancia relativa de 49% en el año 2009, seguidas por los pistachos con 17%, coco 14%, mix de frutas y ciruelas con 4% cada uno.

Gráfico 64. Frutas deshidratadas: importaciones chilenas en valor por producto, 2002-2009 (dólares CIF)

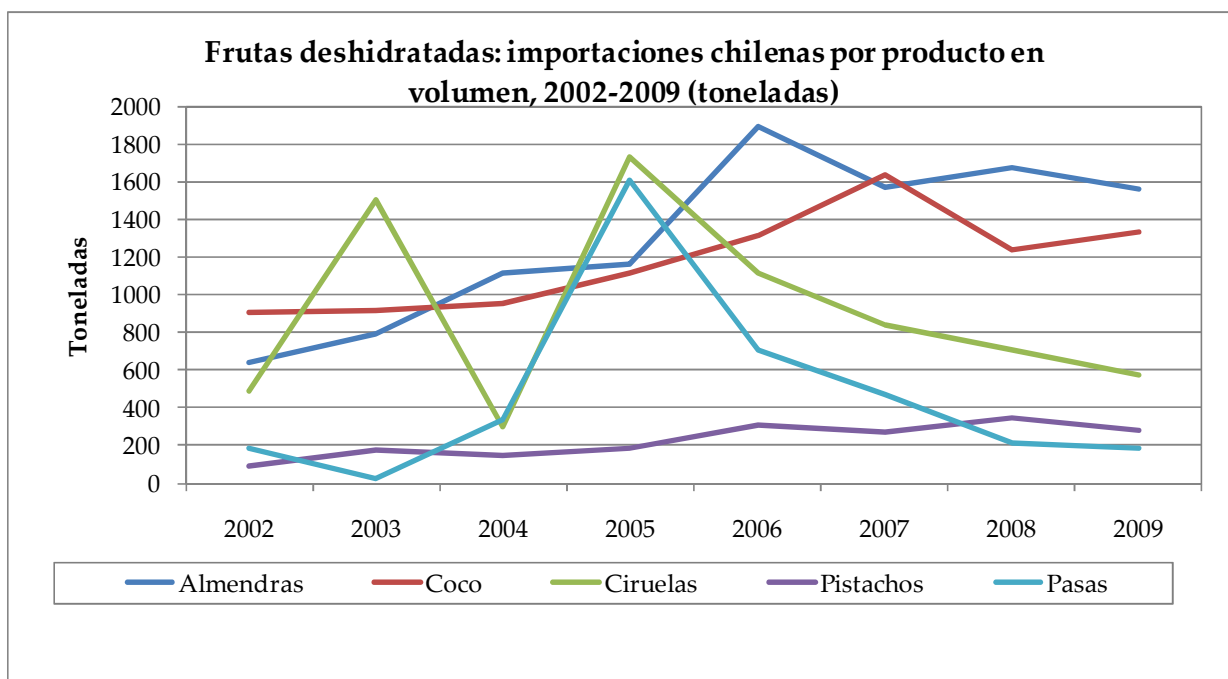


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Los valores de importación del total de estas frutas pasaron de 3,8 millones en 2002 a 13 millones de US\$ CIF en 2009 (aumento de 240%). El mayor aumento porcentual se produjo en las importaciones de mix de frutas, que pasaron de 1.500 a más de 500.000 US\$ CIF (38 mil% de aumento). Las almendras también mostraron aumentos importantes, pasando de 1,7 millones a 6,4 millones de US\$ CIF, lo que representa un aumento de más de 276%; y los pistachos de 244 mil a 2,26 millones de US\$ CIF (824% de aumento).

Los volúmenes de importación de frutas deshidratadas pasaron de cerca de 3.000 toneladas en 2002 a 4.400 toneladas en 2009.

Gráfico 65. Frutas deshidratadas: importaciones chilenas por producto en volumen, 2002-2009 (toneladas)

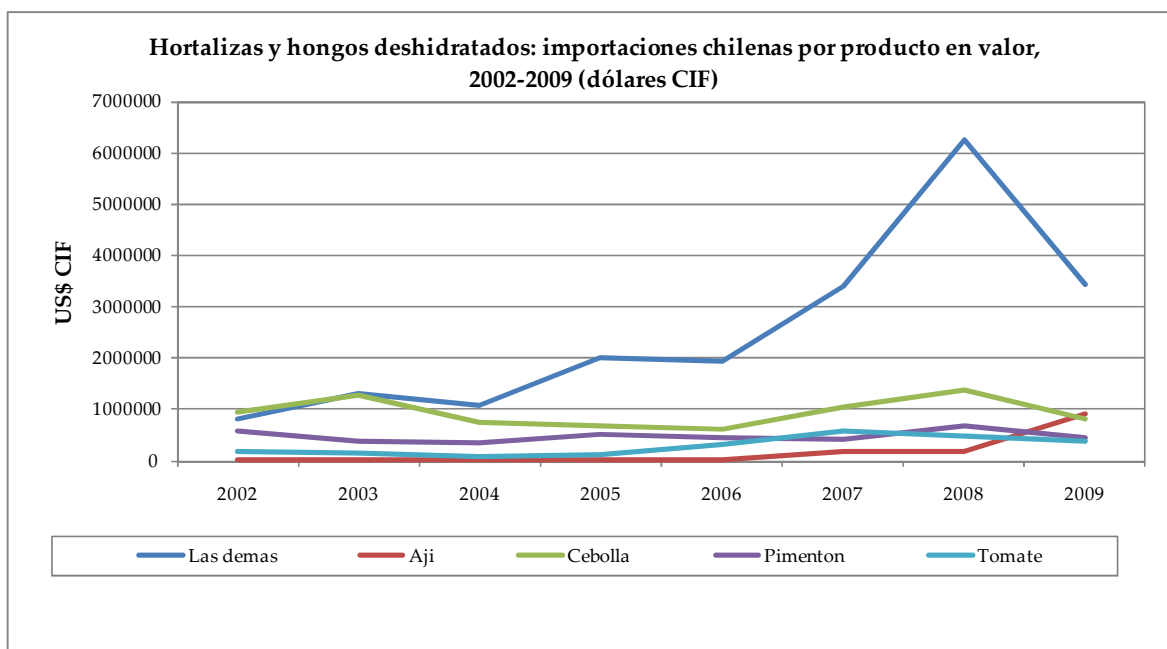


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Se observan en el Gráfico 65 aumentos sostenidos en los volúmenes de importación de almendras y coco: las importaciones de almendras pasaron de 640 toneladas en 2002 a 1.500 toneladas en 2009 (aumento de más de 144%) y las de coco de 905 a 1.333 toneladas importadas (aumento de 47%).

Las importaciones de hortalizas y hongos deshidratados entre 2002 y 2009 se muestran en el Gráfico 66. Dichas importaciones pasaron de 2,9 millones en 2002 a más de 6,5 millones de US\$ CIF en 2009. En 2009 la mayor importancia relativa la registró la categoría de producto 'las demás', que representó el 53% del valor importado de ese año.

Gráfico 66. Hortalizas y hongos deshidratados: importaciones chilenas por producto en valor, 2002-2009 (dólares CIF)



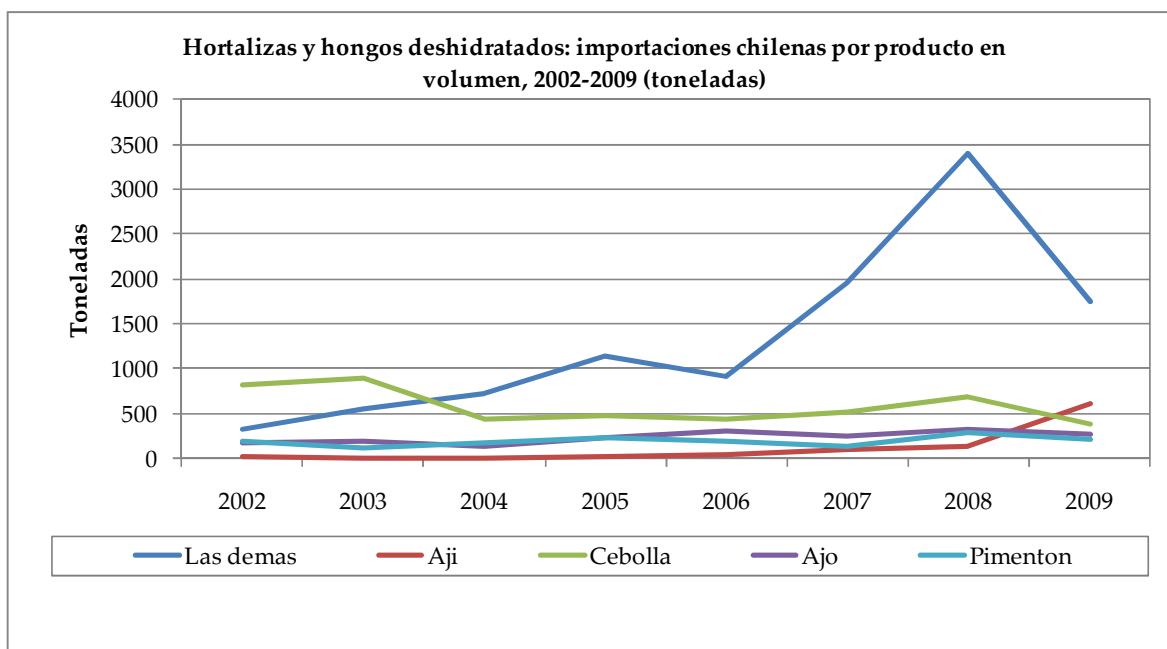
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Igualmente es la categoría 'las demás' la que muestra mayor dinamismo en las importaciones, pasando de 800.000 US\$ CIF en 2002 a más de 3,4 millones de US\$ CIF en 2009, con un aumento de 331%. Importante ha sido también el aumento en las importaciones de ají deshidratado, que muestran un aumento desde 20.000 US\$ CIF en 2002 a más de 900.000 US\$ CIF en 2009.

Los volúmenes de importaciones totales del grupo hortalizas y hongos pasaron de 1.655 toneladas en 2002 a 3.342 toneladas en 2009. La mayor importancia relativa en este último año correspondió a los productos agrupados en la categoría 'las demás', cuyo volumen de importación fue equivalente al 52% del volumen total, seguido de ají (18%) y cebolla (11%).

La evolución de las importaciones de los principales productos de este grupo en volumen se observan en el Gráfico 67. Las importaciones de la categoría 'las demás' pasaron de 334 toneladas en 2002 a 1.753 toneladas en 2009, con un aumento de más de 425%. El otro producto que ha mostrado importaciones crecientes en el período es el ají, que pasó de 14 toneladas en 2002 a 611 toneladas en 2009.

Gráfico 67. Hortalizas y hongos deshidratados: importaciones chilenas por producto en volumen, 2002-2009 (toneladas)

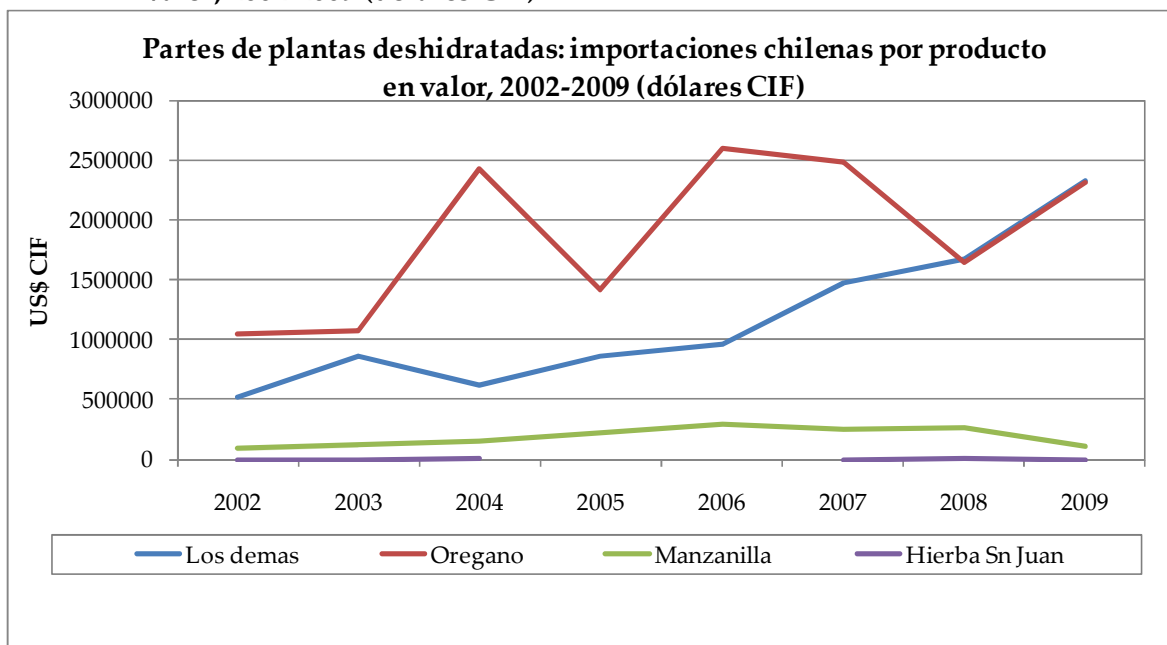


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

La evolución de las importaciones del grupo de productos deshidratados de partes de plantas se presenta en el Gráfico 68, donde puede observarse que el orégano y la categoría 'las demás' son los que lideran, cada uno con importaciones equivalentes a cerca del 49% del valor de estas importaciones en el año 2009.

Las importaciones de la categoría 'las demás' partes de plantas deshidratadas pasaron de 520.000 US\$ CIF en 2002 a 2,3 millones de US\$ CIF en 2009, lo que representa aumento de un 347%. Las importaciones de orégano, por su parte, aumentaron de 1 millón a 2,3 millones de US\$ CIF, lo que corresponde a un aumento de 122%.

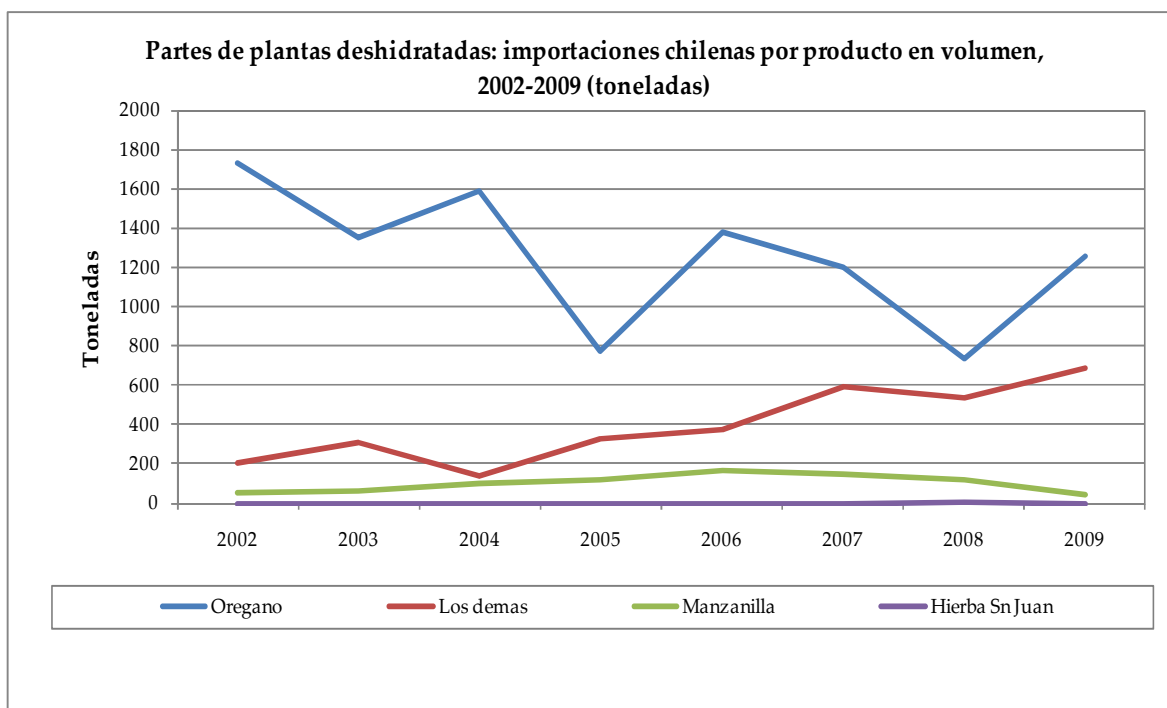
Gráfico 68. Partes de plantas deshidratadas: importaciones chilenas por producto en valor, 2002-2009 (dólares CIF)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

En términos de los volúmenes de importaciones de partes de plantas, el orégano es el que lidera el grupo de productos en el período 2002 - 2009, con importaciones equivalentes al 63% del volumen total, seguido de 'los demás', con el 35% para el mismo año (Gráfico 69).

Gráfico 69. Partes de plantas deshidratadas: importaciones chilenas por producto en volumen, 2002-2009 (toneladas)

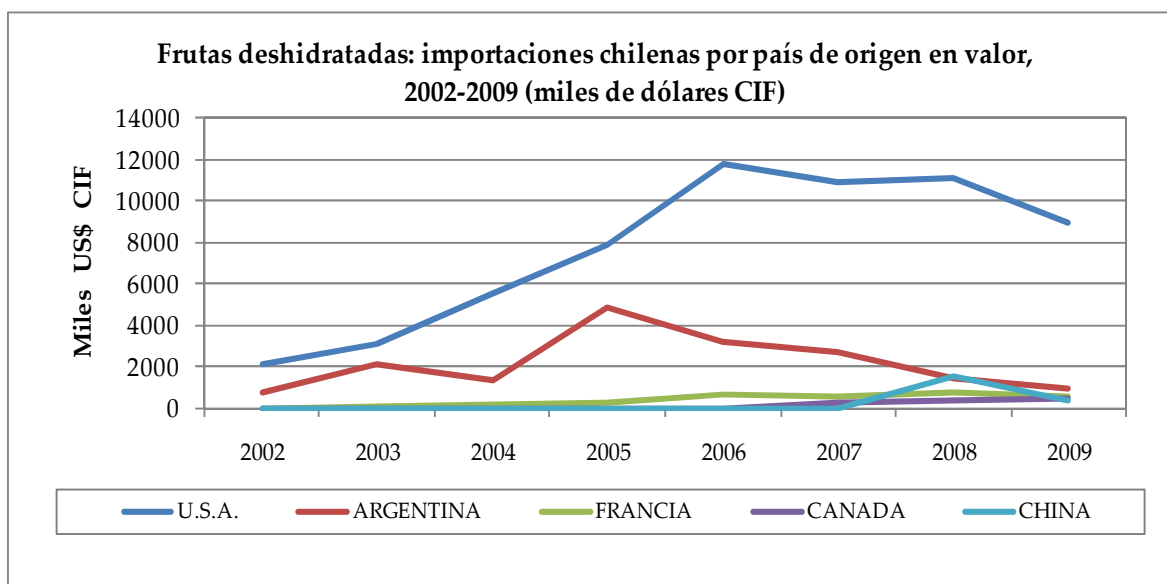


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Al comparar los volúmenes importados de estos dos productos entre 2002 y 2009 se observa que las importaciones de orégano en un 28%, pasando de 1.731 a 1.253 toneladas, en tanto que las importaciones de “las demás” partes de plantas deshidratadas aumentaron en un 228%, al pasar de 208 a 603 toneladas.

Los principales países de origen de las importaciones chilenas de frutas deshidratadas en valor son los que se observan en el Gráfico 70. Estados Unidos es el principal país de origen, con una participación relativa para el año 2009 de 69%, seguido por Argentina (7%), Francia (4%), Canadá (4%) y China (3%).

Gráfico 70. Frutas deshidratadas: importaciones chilenas por país de origen en valor, 2002-2009 (miles de dólares CIF)

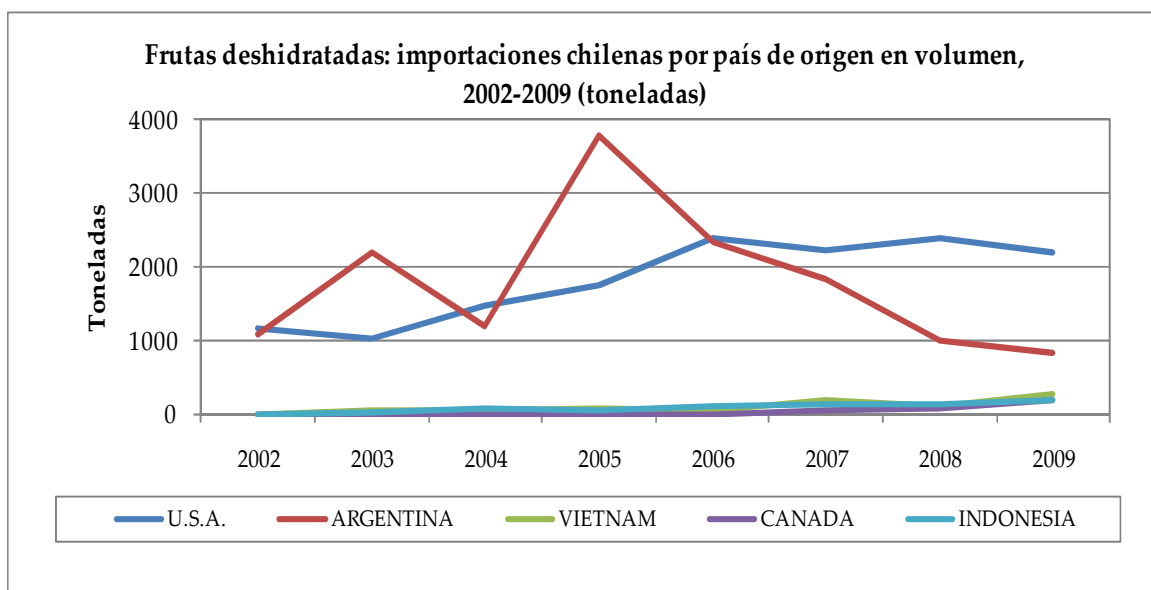


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Las importaciones de frutas deshidratadas desde Estados Unidos aumentaron un 322% entre 2002 y 2009, al pasar de 2.123 miles de US\$ CIF a 8.961 miles de US\$ CIF; en el caso de Argentina, se observa un aumento de 28%, al pasar el valor de las importaciones de 748 mil dólares CIF a 956 mil US\$ CIF en ese mismo período.

En términos de los volúmenes importados (Gráfico 71), Estados Unidos y Argentina son también los principales países de origen de estas importaciones, pero con un porcentaje más bajo (en 2009) en el caso del primer país (49%) y más alto (18%) en el caso del segundo.

Gráfico 71. Frutas deshidratadas: importaciones chilenas por país de origen en volumen, 2002-2009 (toneladas)

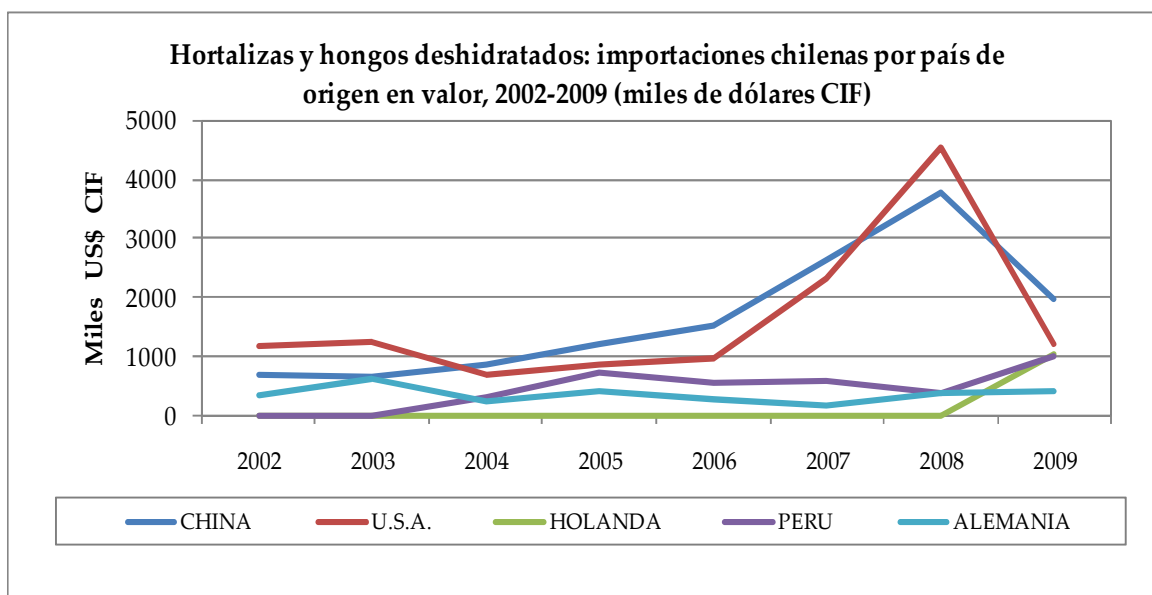


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Las importaciones desde Estados Unidos pasaron desde 1.156 toneladas importadas en 2002 a 2.210 toneladas en 2009, con un aumento de 91 %, en tanto que los volúmenes de importación desde Argentina disminuyeron en un 24%, al pasar de 1.074 toneladas en 2002 a 819 toneladas en 2009.

La evolución de los principales orígenes (en valor) de las importaciones de hortalizas y hongos deshidratados se muestra en el Gráfico 72. China es el principal país de origen, con el 30% de las importaciones en valor para el año 2009, seguido de Estados Unidos, con el 18%, y Perú y Holanda con el 16% cada uno.

Gráfico 72. Hortalizas y hongos deshidratados: importaciones chilenas por país de origen en valor, 2002-2009 (miles de dólares CIF)

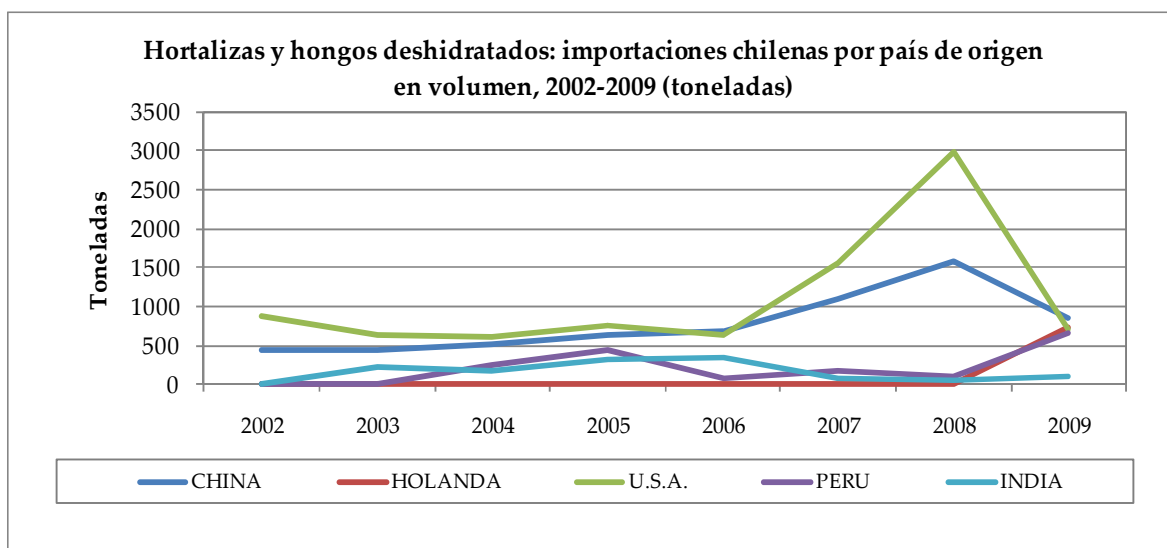


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Al comparar los valores de las importaciones entre 2002 y 2009 se observa que las procedentes de China aumentaron un 191%, pasando de 685 mil a 1.994 miles de US\$ CIF. En el caso de Estados Unidos, este valor se mantuvo prácticamente igual, ya que sólo aumento en un 2% con respecto al 2002 (al pasar de 1.184 miles a 1.230 miles de US\$ CIF).

Los principales países de origen de estas importaciones en términos de volumen se observan en el Gráfico 73. Las importaciones procedentes de China representaron en 2009 el 25% del volumen, las de Holanda el 22%, las de Estados Unidos el 21%, las de Perú el 19% y las de India el 3%.

Gráfico 73. Hortalizas y hongos deshidratados: importaciones chilenas por país de origen en volumen, 2002-2009 (toneladas)



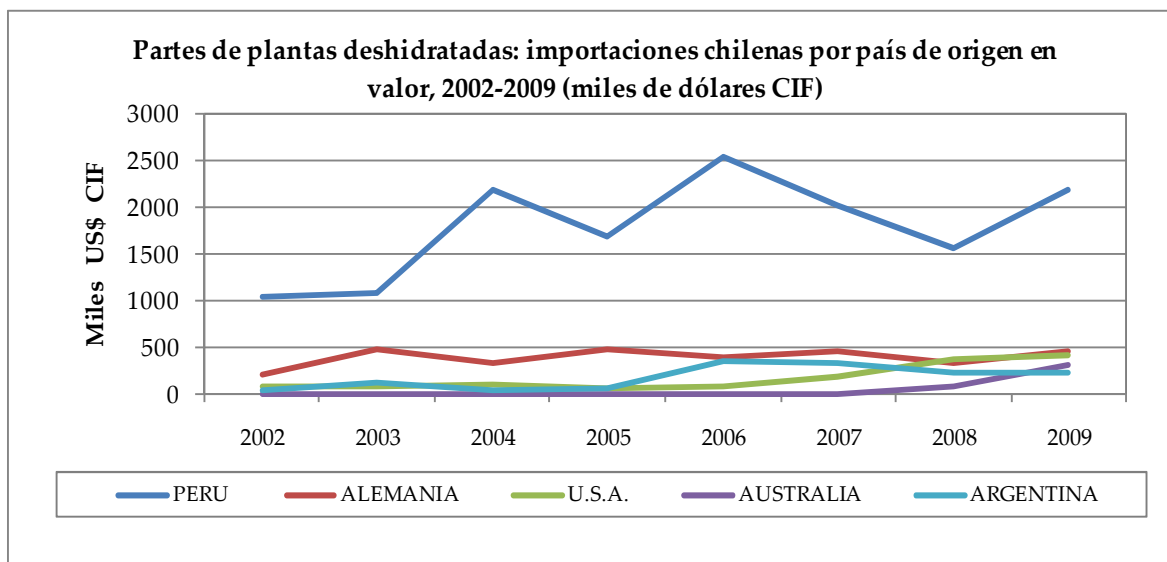
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

El volumen importado desde China aumentó un 94%, al pasar de 441 toneladas en 2002 a 853 toneladas en 2009. Las importaciones desde Estados Unidos, por el contrario, disminuyeron en cerca de un 20% (al comparar 2002 y 2009) y las procedentes de Perú, aunque registran un nivel mucho menor, pasaron de 10 toneladas en 2002 a 656 toneladas en 2009.

Para las importaciones de partes de plantas (Gráfico 74) el principal país de origen es Perú, con una participación relativa en 2009 del 46% del valor total (2.178 miles de US\$ CIF).

Al comparar las importaciones desde Perú realizadas en 2002 y 2009 se observa que se incrementaron en un 109%, al pasar de 1.004 miles de US\$ CIF a la cifra ya indicada de 2.178 miles de US\$ CIF.

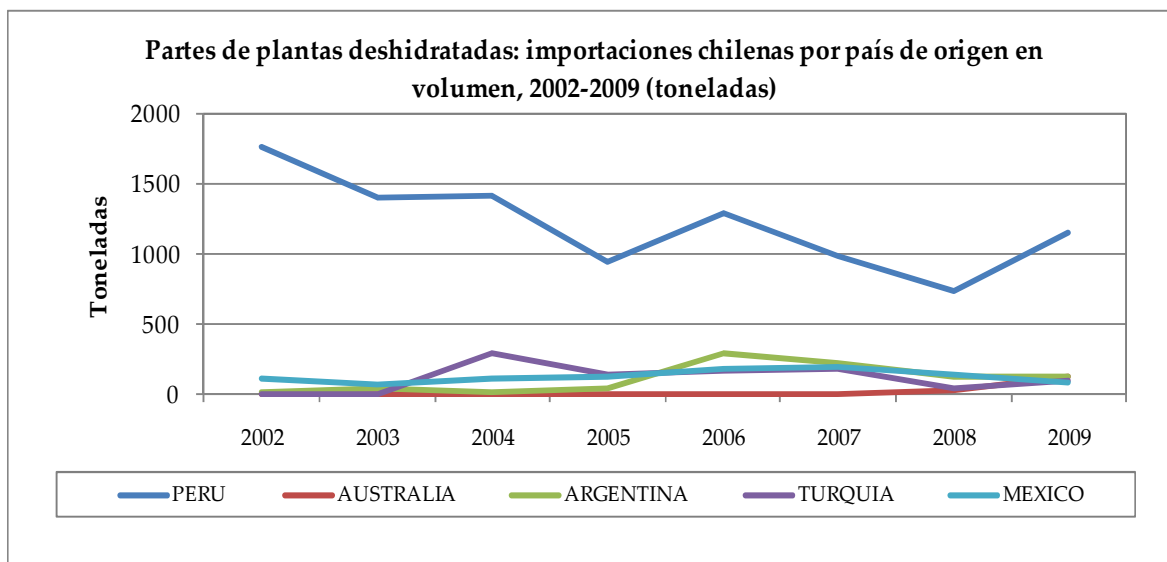
Gráfico 74. Partes de plantas deshidratadas: importaciones chilenas por país de origen en valor, 2002-2009 (miles de dólares CIF)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

En general las importaciones de este tipo de productos han disminuido (3%) en términos de volumen (Gráfico 75). La disminución más notoria la registran las importaciones desde Perú, que se redujeron en un 34% al comparar 2002 y 2009. De todas formas, este país es el principal origen de estas importaciones con un porcentaje de participación que en 2009 fue de 58% del volumen total importado por Chile de partes de plantas deshidratadas.

Gráfico 75. Partes de plantas deshidratadas: importaciones chilenas por país de origen en volumen, 2002-2009 (toneladas)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

En el Cuadro 45 se observan los precios de las principales frutas deshidratadas importadas, por país de origen.

Cuadro 45. Precios (promedio 2002-2009) de las importaciones de frutas deshidratadas por producto y origen (US\$ CIF/kilo)

FRUTAS US\$ CIF /Kg.	ARGENTINA	CANADA	INDONESIA	ESTADOS UNIDOS	VIETNAM	Promedio 2002-2009 todos los orígenes
Pistachos				8,2		9,2
Almendras		9,9		5,9		6,5
Ciruelas	3,3			1,4		5,1
Coco			1,7	1,8	1,1	1,9
Pasas	1,8			1,5		1,2

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Es interesante el caso de los pistachos, que -como se mencionó con anterioridad- son un producto que Chile reexporta a un precio bastante superior al que importa.

En el Cuadro 46 se observan los precios de los principales productos del grupo hortalizas y hongos deshidratados importados, por país de origen.

Cuadro 46. **Precios (promedio 2002-2009) de importaciones de hortalizas y hongos deshidratadas por productos y destinos (US\$ CIF/kilo)**

Hortalizas y Hongos US\$ CIF /Kg.	CHINA	HOLANDA	INDIA	PERÚ	ESTADOS UNIDOS	Promedio 2002-2009 todos los orígenes
Ají	5,1		1,4	1,7	14,1	200,8
Hongos	12,2			7,2	29,4	37,1
Pimentón	18,8		139,7	1,6	13,8	34,6
Las demás	20,6	1,4	217,6	17,9	10,0	23,1
Cebolla	20,5		42,3	13,2	8,2	21,5
Ajo	11,5		80,4	4,4	16,6	15,1

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

En el Cuadro 47 se observan los precios de los principales productos deshidratados de partes de plantas importados, por país de origen.

Cuadro 47. **Precios (promedio 2002-2009) de importaciones de partes de plantas deshidratadas por productos y destinos (US\$ CIF/kilo)**

Partes de plantas US\$ CIF /Kg.	ARGENTINA	AUSTRALIA	MÉXICO	PERÚ	TURQUÍA	Promedio 2002-2009 todos los orígenes
Manzanilla	11,6		13,3	192,4		40,9
Los demás	36,1	3,5	68,3	1,3	15,3	31,3
Orégano	6,9		82,7	1,5	9,6	11,8
Hierba San Juan	4,9			0,7		5,3

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

COMERCIO DE JUGOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS

La industria nacional de jugos se caracteriza por la existencia de dos negocios bien definidos: uno de ellos es la producción de jugos concentrados clarificados, orientados al mercado de exportación, principalmente a empresas elaboradoras de alimentos en países desarrollados; el otro es el de pulpas de frutas, orientado al mercado interno (empresas de alimentos y marcas de *retail*) y países de Latinoamérica.

Ambos negocios se caracterizan en líneas generales por tener como clientes principales a otras industrias alimentarias, por ofrecer productos “*commodities*” de baja diferenciación y desarrollo organoléptico, por basar su estrategia de negocios en el volumen (economías de escala) y por la “toma de precios” del mercado; se trata además de negocios que enfrentan problemas con la provisión de las materias primas, en cantidad y precio, debido a que la industria de jugos compite en forma directa con las exportaciones de fruta fresca, de modo que, en materia comercial, las colocaciones se complican por cuanto no se pueden asegurar volúmenes de provisión constantes a los clientes extranjeros. Se caracterizan también por la alta importancia que se otorga a la trazabilidad, calidad e inocuidad de las materias primas, tema relevante puesto que los clientes internacionales tienen altos niveles de control particularmente de pesticidas.

Las principales especies frutícolas procesadas son manzana y uva y, en menores proporciones, frambuesa, ciruela y pera.

Cada una de las materias primas tiene su propia cadena de comercialización y abastecimiento. Generalmente las hortalizas, y en algunos casos la fruta, están bajo un sistema de agricultura de contrato. Las frutas generalmente se comercializan en compras “spot” (en el lugar) luego de la cosecha para la exportación de fruta fresca y también se hacen contratos de provisión por 2 a 4 meses. En el caso de las hortalizas, las empresas pueden responder en forma más rápida a los requerimientos de sus clientes, puesto que el ciclo biológico de las hortalizas es mucho más corto y se pueden establecer contratos de provisión con productores de hortalizas en tiempos mucho más acotados (meses).

Exportaciones de jugos de frutas y hortalizas

Las exportaciones de jugos de frutas y hortalizas chilenos alcanzaron el año 2009 las 96.053 toneladas, correspondientes a un valor de 181.945 miles de US\$ FOB. El volumen de exportación de jugos de frutas y hortalizas registra entre 1989 y 2009 una tasa de crecimiento anual promedio de 12,0%. Por otra parte, el valor de dichas exportaciones registra una tasa de crecimiento anual promedio de 19,6% en el mismo período. En este marco, la dinámica más alta la ha mostrado el sector de jugos de hortalizas, que registra un crecimiento anual promedio de 65,3% en el volumen y 58,7% en el valor de exportación.

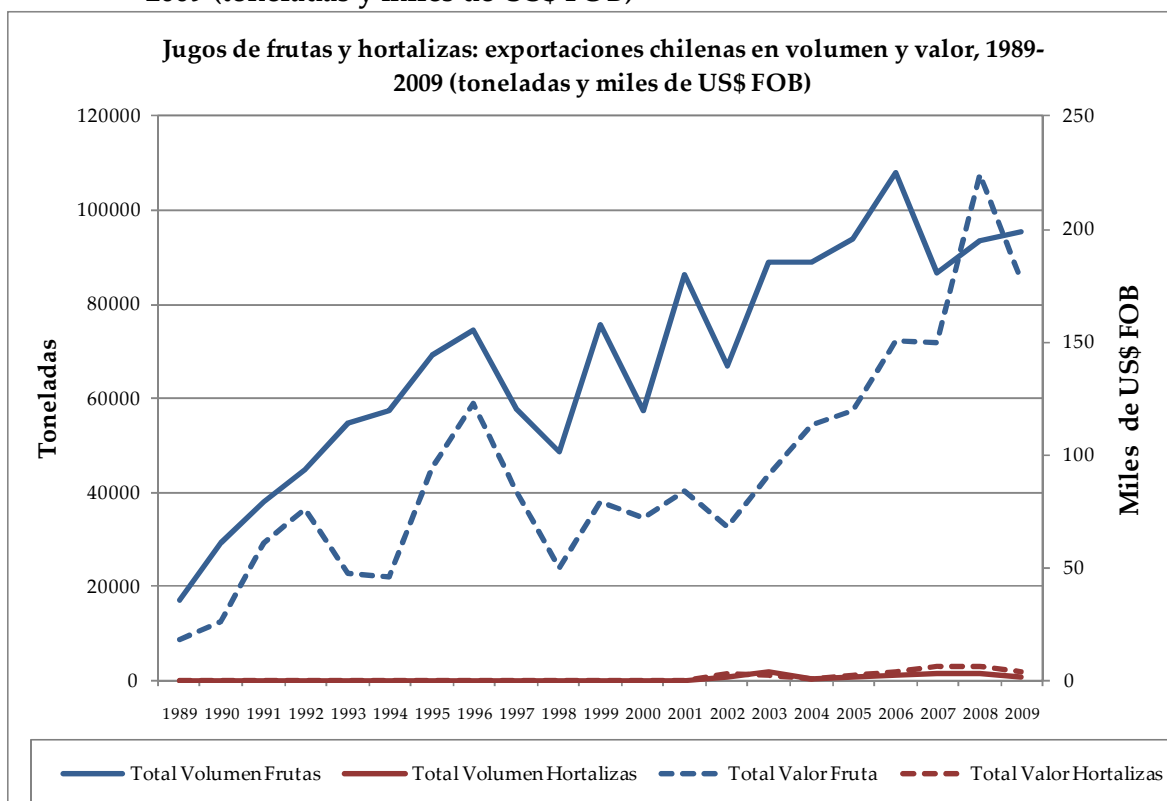
Dentro del volumen total exportado de jugos de frutas y hortalizas, los jugos de frutas mantienen una participación entre el 98% y el 99% desde 1989 a la fecha. En 2009 representaron el 99,82% (95.262 toneladas) de las exportaciones totales de jugos de frutas y hortalizas (Gráfico 76).

En la evolución del valor de exportación de los jugos de frutas y hortalizas (en el mismo Gráfico 76), puede observarse que los jugos de fruta mantienen una importancia relativa

que ha oscilado entre el 96% y el 99% entre los años 1989 y 2009. Es así como el año 2009, los jugos fruta representaron el 97,7% del valor de las exportaciones de jugos de frutas y hortalizas (177.751 miles de US\$ FOB).

Cabe destacar que desde 2002 en adelante (con la excepción de 2004 y 2005) las exportaciones de jugos de hortalizas han aumentado su participación en el valor de exportación de este grupo de productos, alcanzando porcentajes entre el 0,6% y el 4% del valor exportado de estos jugos.

Gráfico 76. Jugos de frutas y hortalizas: exportaciones chilenas en volumen y valor, 1989-2009 (toneladas y miles de US\$ FOB)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Exportaciones chilenas de jugos de fruta

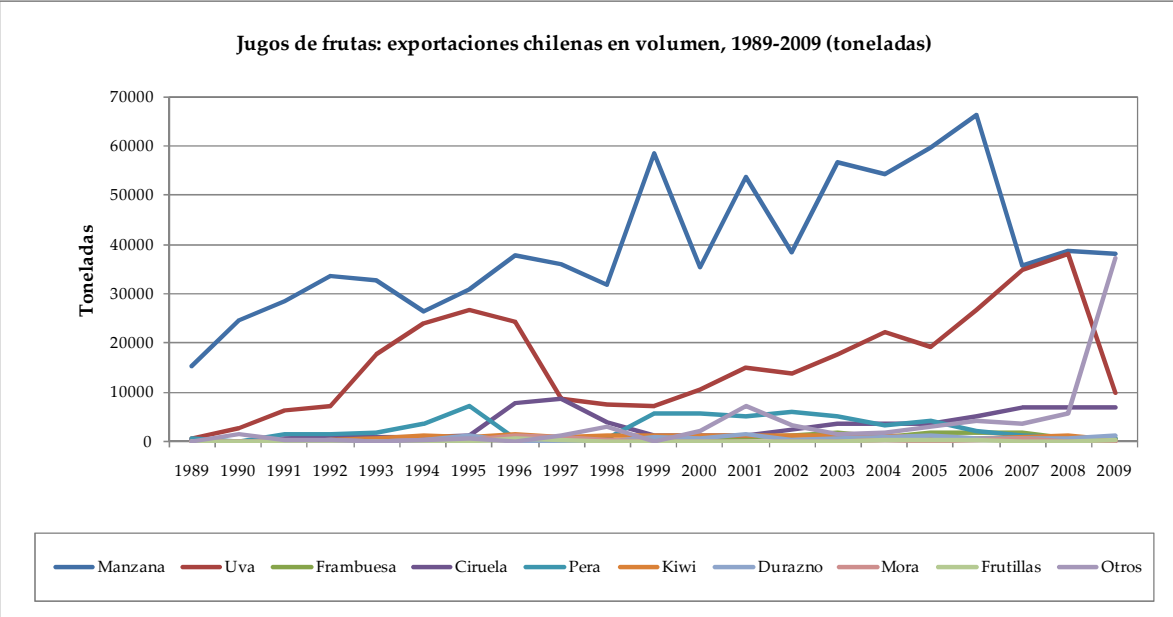
La oferta exportable de jugos de fruta está compuesta, principalmente, por jugo de manzana, uva, ciruela y durazno. Un segundo grupo de importancia está conformado por jugos de pera, frambuesa, frutilla, kiwi y mora.

Dentro de esta gama de productos destaca la importancia que muestra desde 1989 la exportación de jugo de manzana, en volumen y valor (Gráficos 77 y 78). Su volumen

exportado ha mostrado variaciones entre años, pero si su importancia relativa ha disminuido no se debe a bajas del volumen sino al proceso de diversificación de la oferta exportable de jugos de fruta: en 1989 las exportaciones de jugo de manzana representaban el 90% del volumen (15.454 toneladas) y en 2009 este porcentaje disminuyó a 40,0% (38.146 toneladas) pese a que el volumen exportado fue significativamente más alto.

El jugo de uva es el segundo producto más importante dentro de las exportaciones de jugos de fruta. Este producto toma un ritmo de crecimiento importante desde 1999 en adelante, tanto en su participación en volumen como en valor de las exportaciones de jugo de fruta, y desde 2007 su valor exportado llega a superar en términos absolutos y relativos el valor de las exportaciones de jugo de manzana. Es así como en 1989 su volumen exportado representaba el 4% del total y en 2009 esta importancia aumentó al 10%.

Gráfico 77. Jugos de frutas: exportaciones chilenas en volumen, 1989-2009 (toneladas)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

La evolución de los volúmenes de exportación de los diferentes jugos de frutas y su importancia relativa en el total se observan en el Cuadro 48.

Cuadro 48. Evolución de los volúmenes de exportación de jugo de frutas (toneladas) y su importancia relativa (%), 1989, 1999 y 2009

Volumen de las exportaciones jugo de frutas (toneladas)			
Año	1989	1999	2009
Total Frutas	17.151	75.800	95.262
Manzana	15.454	58.545	38.146
Uva	666	7.138	9.863
Ciruela	373	1.367	6.863
Durazno	18	907	1.143
Pera	519	5.884	586
Frambuesa	31	433	528
Frutillas	0	48	352
Kiwi	0	1.385	331
Mora	0	93	96
Otros	90	0	37.354

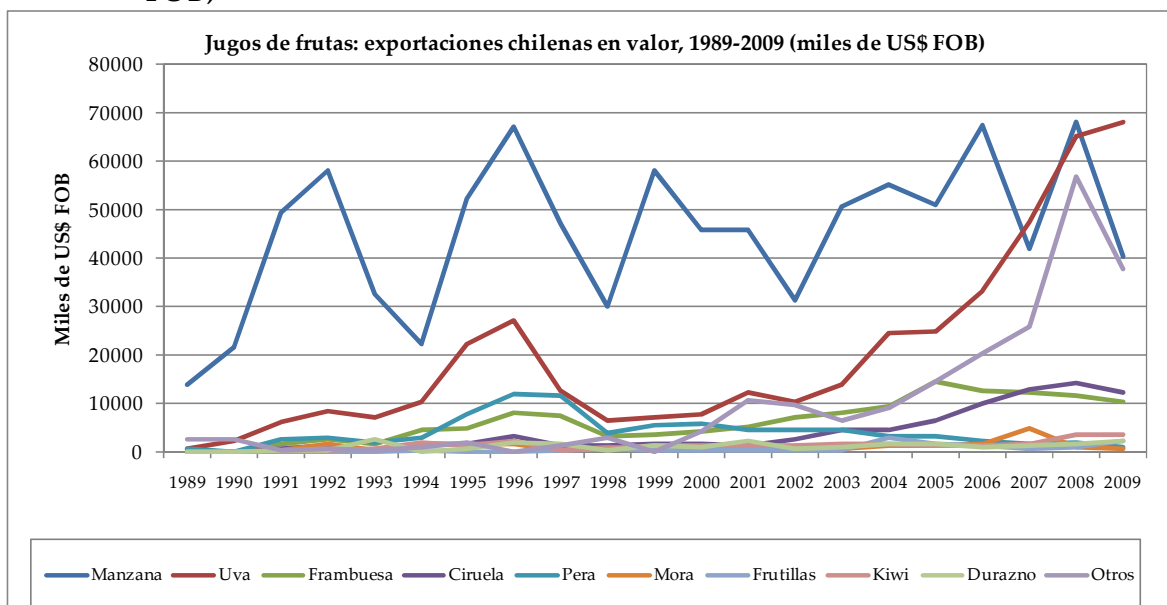
Participación en el volumen exportado de jugos de frutas (%)			
% Manzanas/total jugo fruta	90,1	77,2	40,0
% Uva/total jugo fruta	3,9	9,4	10,4
% Ciruela/total jugos fruta	2,2	1,8	7,2
% Durazno/total jugos fruta	0,1	1,2	1,2
% Pera/total jugos fruta	3,0	7,8	0,6
% Frambuesa/total jugos fruta	0,2	0,6	0,6
% Frutillas/total jugos fruta	0,0	0,1	0,4
% Kiwi/total jugos fruta	0,0	1,8	0,3
% Mora/total jugos fruta	0,0	0,1	0,1
% Otros/total jugos fruta	0,5	0,0	39,2

Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

El valor de las exportaciones de jugo de manzana, por otra parte, ha disminuido su participación en el total de exportaciones de jugos de fruta desde el 78% (14.003 miles de US\$ FOB) en 1989 al 23% (40.318 miles de US\$ FOB) en 2009, sin que eso signifique una disminución del valor absoluto de las exportaciones, como puede observarse en las cifras mencionadas. El valor exportado de jugo de uva, por su parte, aumentó su importancia relativa, pasando de 2,7% (486 miles de US\$) en 1999 a 38%(68.115 miles de US\$) en 2009.

La evolución de los valores de exportación de los diferentes jugos de frutas y su importancia relativa en el total se observan en el Gráfico 78 y Cuadro 49.

Gráfico 78. Jugos de frutas: exportaciones chilenas en valor, 1989-2009 (miles de US\$ FOB)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Cuadro 49. Evolución de los valores de exportación de jugo de frutas (miles de US\$) y su importancia relativa (%), 1989, 1999 y 2009

Valor de las exportaciones jugo de frutas (miles de US\$)			
Años	1989	1999	2009
Total frutas	17.916	79.273	177.751
Uva	486	7.067	68.115
Manzana	14.003	58.062	40.318
Ciruela	365	1.680	12.225
Frambuesa	176	3.492	10.166
Kiwi	0	1.197	3.393
Frutillas	0	351	2.270
Durazno	8	1.424	2.099
Pera	479	5.322	862
Mora	0	678	645
Otros	2.399	0	37.658

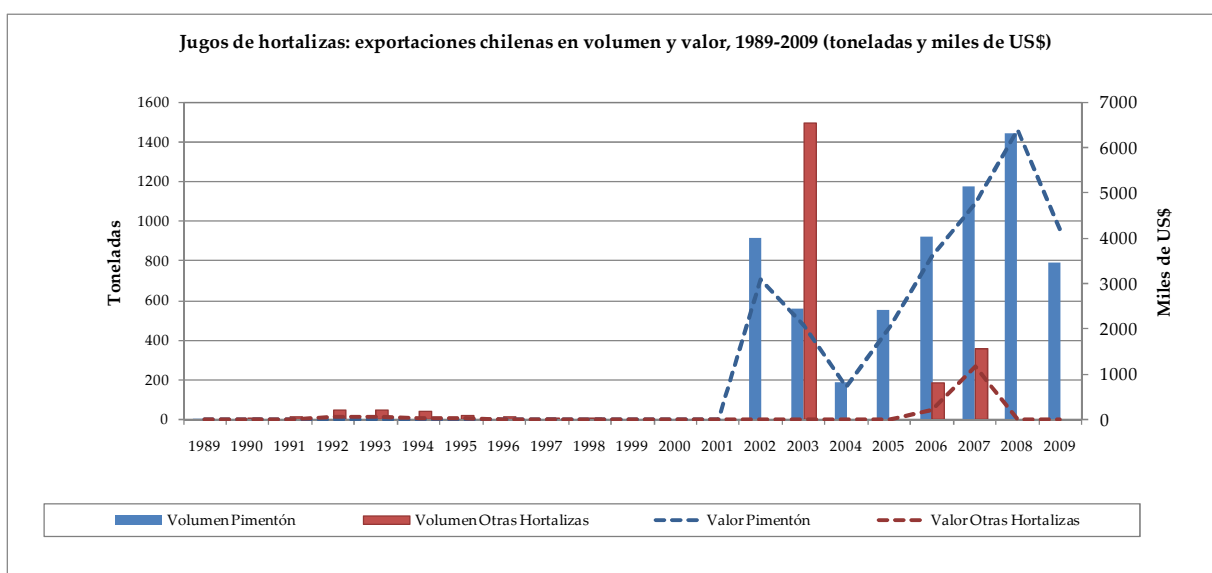
Participación en el valor exportado de jugos de frutas (%)			
% Uva/total jugos fruta	2,7	8,9	38,3
% Manzanas/total jugos fruta	78,2	73,2	22,7
% Ciruela/total jugos fruta	2,0	2,1	6,9
% Frambuesa/total jugos fruta	1,0	4,4	5,7
% Kiwi/total jugos fruta	0,0	1,5	1,9
% Frutillas/total jugos fruta	0,0	0,4	1,3
% Durazno/total jugos fruta	0,0	1,8	1,2
% Pera/total jugos fruta	2,7	6,7	0,5
% Mora/total jugos fruta	0,0	0,9	0,4

Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Exportaciones chilenas de jugos de hortaliza

Las exportaciones de jugos de hortalizas han sido menos diversificadas, ya que la oferta exportada se concentra en jugo de pimentón (Gráfico 79). La dinámica exportadora de este producto no ha mostrado una tendencia clara. Los volúmenes de exportación dentro del período comprendido entre 2001 y 2009 han oscilado entre 187 toneladas (año 2004) y 1.441 toneladas (año 2008), con una participación que ha variado entre 27% (año 2003) y 100% en el total de exportaciones de jugos de hortalizas. Cabe destacar que se registran incipientes experiencias de exportación (en niveles bajos) de otros jugos de hortalizas, como el jugo de tomate.

Gráfico 79. Jugos de hortalizas: exportaciones chilenas en volumen y valor, 1989-2009 (toneladas y miles de US\$)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

En términos del valor, las exportaciones nacionales de jugos de hortalizas han registrado entre 711 mil y 6,4 millones de US\$, entre los años 2002 y 2009, con una importancia relativa en el total entre el 80% y el 100%.

La evolución de los volúmenes y valores de exportación de los jugos de hortalizas y su importancia relativa en el total se observan en el Cuadro 50.

Cuadro 50. Evolución de los volúmenes (toneladas) y valores de exportación (miles de US\$) de jugo de hortalizas y su importancia relativa (%), 1989, 1999 y 2009

Volumen (toneladas)			
HORTALIZAS	1989	1999	2009
Pimentón	1	0	791
Otras Hortalizas	0	0	0
% pimiento	100,0	0,0	100,0
% otras hortalizas	0,0	0,0	0,0

Valor (miles de US\$)			
HORTALIZAS	1989	1999	2009
Pimentón	1	0	4.194
Otras Hortalizas	0	0	0
% pimiento	100,0	0,0	100,0
% otras	0,0	0,0	0,0

Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Tasa de crecimiento de las exportaciones chilenas de jugos de frutas y hortalizas

La tasa de crecimiento anual promedio de las exportaciones de jugos de frutas y hortalizas, tanto en volumen como en valor se muestra en el siguiente cuadro para los decenios 1989-1999 y 2000-2009 y para el período completo 1989-2009:

Cuadro 51. Tasa de variación promedio de las exportaciones de jugos de frutas, de hortalizas y totales en volumen y valor (%)

Tasa de variación del volumen	1989-2009	1989-1999	2000-2009
Jugo de frutas	11,9%	19,1%	4,8%
Jugo de hortalizas	65,3%	79,3%	45,3%
Total jugos	12,0%	19,1%	4,8%
Tasa de variación del valor	1989-2009	1989-1999	2000-2009
Jugo de frutas	19,6%	28,5%	10,7%
Jugo de hortalizas	58,7%	79,3%	29,3%
Total jugos	19,6%	28,5%	10,7%

Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

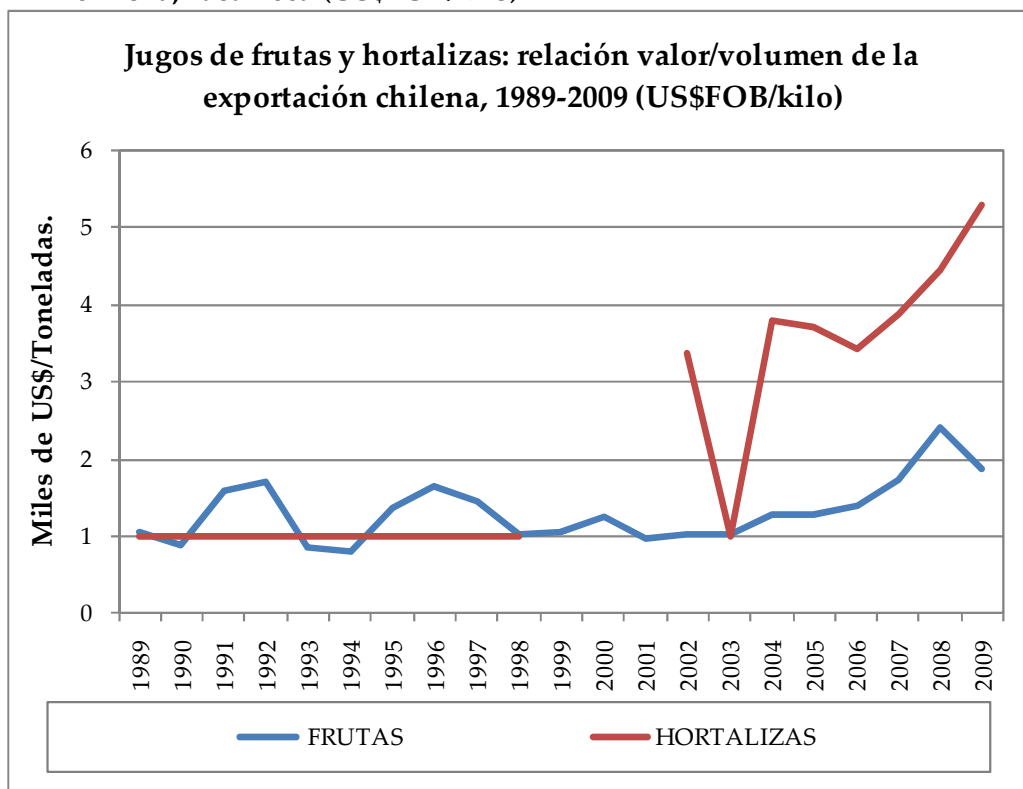
Las tasas de crecimiento anual promedio muestran claras diferencias si se comparan los decenios 1989-1999 y 2000-2009, observándose una disminución en el ritmo de crecimiento de las exportaciones de jugos de frutas y de hortalizas (y del total de jugos), tanto en valor como en volumen.

Por otra parte, para el total de jugos y para los jugos de frutas se observa que las tasas de crecimiento del valor exportado son superiores a las del volumen exportado, lo que expresa el cambio cualitativo positivo desde el punto de vista de los mercados de destino y las características de los productos ofrecidos.

La relación entre valor y volumen exportado (Gráfico 80) en el caso de los jugos de hortalizas es muy variable y tiende al alza, con cifras que pasaron de 1 US\$/kilo en 1989 a 5,3 US\$/kilo en 2009, con un promedio para el período de 2,2 US\$/kilo.

En el caso del jugo de frutas la relación se mantiene relativamente constante en el período, pasando de 1 US\$/kilo en 1989 a 1,9 US\$/kilo en 2009, con un promedio de 1,3 US\$/kilo para el período analizado.

Gráfico 80. Jugos de frutas y hortalizas: relación valor/volumen de la exportación chilena, 1989-2009 (US\$FOB/kilo)



Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Cabe destacar el decrecimiento que muestra el volumen exportado de jugos de hortalizas, al mismo tiempo que aumenta el valor de dichas exportaciones.

Por otra parte, los valores de exportación muestran tasas de crecimiento más altas que los volúmenes exportados, lo que da cuenta del cambio cualitativo positivo que experimentan estos envíos en cuanto a los mercados de destino a los que acceden y las características de los productos ofrecidos.

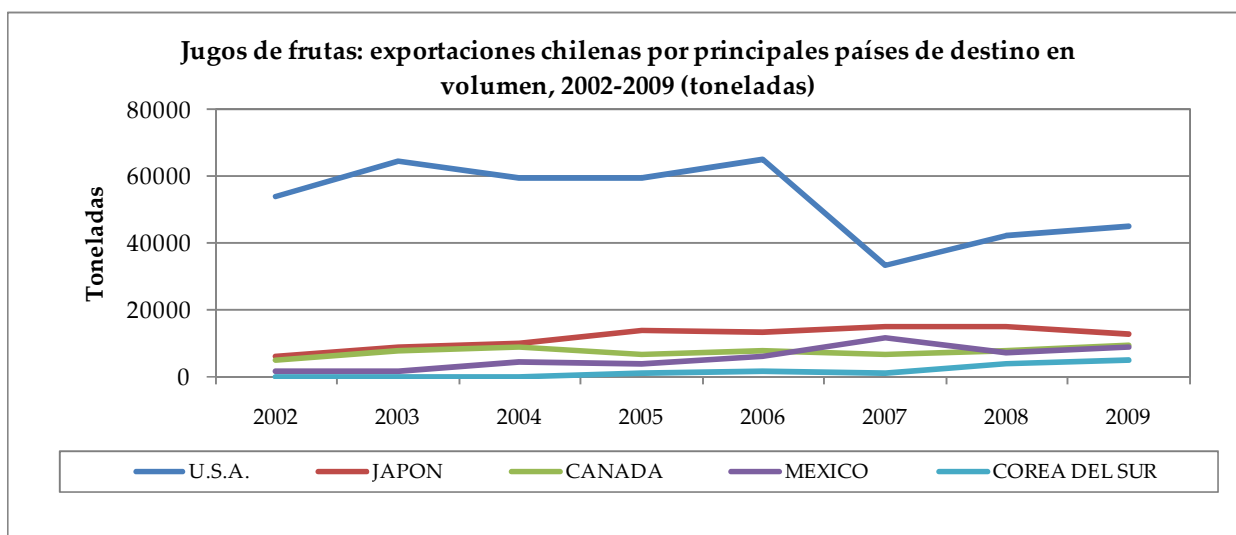
Destino de las exportaciones chilenas de jugos de fruta¹⁰

Desde el año 2002 en adelante, los principales destinos de los jugos de frutas, en términos de valor y volumen, han sido Estados Unidos, Japón, Canadá, México y Corea del Sur. En

¹⁰ Cabe señalar que las cifras que se muestran en esta sección pueden tener variaciones con las cifras anteriormente mencionadas correspondientes a las estadísticas del International Trade Centre (ITC), puesto que en esta sección, con información proveniente de las bases del Servicio Nacional de Aduanas, los códigos SACH de exportación fueron desagregados por especie (fruta u hortaliza); por lo tanto, las glosas 'las demás' se incorporan según corresponda a una u otra categoría.

el Gráfico 81 se observa la evolución de los volúmenes exportados de jugos de fruta a los principales países de destino. Estados Unidos es el principal destino de estas exportaciones, con un volumen en 2009 de 45.134 toneladas, equivalente al 48% del volumen total. Le siguen Japón (14%), Canadá (10%), México (9%) y Corea del Sur (5%).

Gráfico 81. Jugos de frutas: exportaciones chilenas por principales países de destino en volumen, 2002-2009 (toneladas)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Al comparar los volúmenes de exportaciones del total de jugos de frutas registrados en 2002 y 2009 se observa un aumento de 31%. El volumen destinado a Estados Unidos mostró una disminución de 16%, al mismo tiempo que destacan los aumentos de los envíos a Japón (119%), Canadá (90%), México (494%) y Corea del Sur (más de 4.800%), como puede observarse en el Cuadro 52.

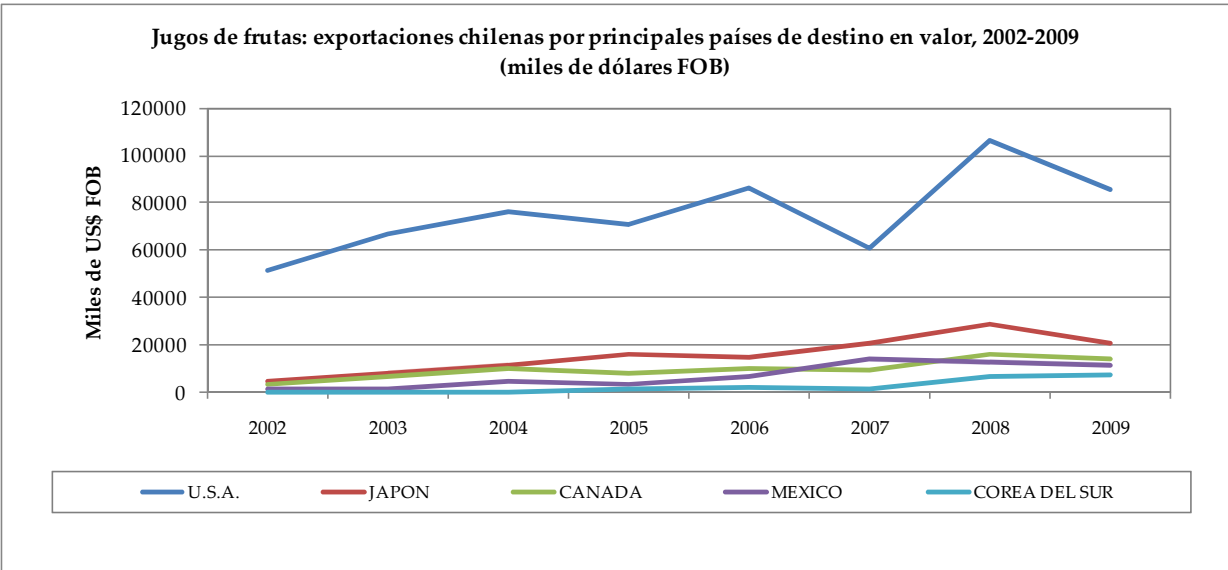
Cuadro 52. Comparación de los volúmenes exportación para los principales países de destino en jugos de frutas (toneladas)

Jugos de frutas	2002	2009	Variación 02/09 (%)
Toneladas	71.832	93.960	30,8
Estados Unidos	53.984	45.134	-16,4
Japón	5.802	12.718	119,2
Canadá	4.892	9.293	90,0
México	1.501	8.920	494,3
Corea del Sur	99	4.882	4831,3

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

En el Gráfico 82 se observa la evolución del valor de las exportaciones de jugos de fruta a los principales países de destino. Estados Unidos es el principal destino de estas exportaciones, con el 50% del total en 2009 y un valor cercano a los 86 millones de US\$. Le siguen Japón (12%), Canadá (8%), México (7%) y Corea del Sur (4%).

Gráfico 82. Jugos de frutas: exportaciones chilenas por principales países de destino en valor, 2002-2009 (miles de dólares FOB)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

En términos generales, si se compara el valor de las exportaciones al total de destinos, entre 2002 y 2009 se observa un aumento de 150%, al pasar de 69,3 millones a 173,4 millones de US\$. Al contrario de lo que ocurre con los volúmenes de exportación, se observa que Estados Unidos aumentó el valor de sus exportaciones en un 67%, al mismo tiempo que también registraron aumentos los valores de las exportaciones a Japón (306%), Canadá (277%), México (839%) y Corea del Sur (más de 7.300%), como se muestra en el Cuadro 53.

Cuadro 53. Comparación de los valores de exportación para los principales países de destino en jugos de frutas (miles de US\$)

Jugos de frutas	2002	2009	Variación 02/09 (%)
Miles US\$	69.393	173.436	149,9
Estados Unidos	51.485	85.903	66,9
Japón	5.100	20.697	305,8
Canadá	3.752	14.131	276,6
México	1.255	11.780	838,6
Corea del Sur	103	7.623	7301,0

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas

Principales jugos de frutas exportados por destino

Para los principales países de destino de las exportaciones nacionales de jugos de fruta, identificados en la sección anterior, se describen a continuación los principales productos en términos del valor y volumen de exportación.

Para Estados Unidos, en el Cuadro 54 se observa que los principales productos exportados en términos del valor en 2009 son el jugo de manzana (Brix $\geq$ 70), con 28% del total, otros jugos de fruta con 27%, el jugo de uva (los demás) con 23%, jugo de ciruela, con 9,8% y el de frambuesa, con 9,7%.

Cuadro 54. **Valores de exportación de los principales jugos de frutas exportados a Estados Unidos en 2009 (miles de US\$)**

Miles de US\$	2002	2009	Variación 02/09 (%)
ESTADOS UNIDOS	51.485	85.903	66,9
Jugo de manzana Brix $\geq$ 70	29.884	24.425	-18,3
Otros	5.284	23.601	346,7
Los demás jugos de uva	4.446	19.920	348,0
Jugo de ciruela	1.718	8.400	388,9
Jugo de frambuesa	4.183	8.297	98,4

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas

Si se comparan los valores de exportación entre los años 2002 y 2009 se observa que disminuyó el valor exportado de jugo de manzana (Brix $\geq$ 70), en un 18%, en tanto que aumentaron los valores de exportación de 'otros' jugos en 346%, jugo de uva (los demás) en 348%, jugo de ciruela en 388% y jugo de frambuesas en 98%.

En el Cuadro 55 se observa que los principales productos exportados a Estados Unidos en términos de volumen en 2009 son el jugo de manzana (Brix $\geq$ 70), que representó el 53% del volumen total, el jugo de uva (los demás) con 30%, el jugo de ciruela con 11%, otros jugos de fruta con 5% y el de frambuesa con 1%.

Si se comparan los volúmenes de exportación entre 2002 y 2009 se observa que disminuyeron los volúmenes de jugo de manzana (Brix $\geq$ 70), en un 36%, y de jugo de frambuesas, en un 40%; y que aumentaron los volúmenes de jugo de uva (los demás), en 98%, jugo de ciruela en 237% y otros jugos en 98%.

Cuadro 55. Volúmenes de exportación de los principales jugos de fruta exportados a Estados Unidos en 2009 (toneladas)

Toneladas	2002	2009	Variación 02/09 (%)
ESTADOS UNIDOS	53.984	45.134	-16,4
Jugo de manzana Brix $\geq$ 70	36.971	23.752	-35,8
Los demás jugos de uva	6.746	13.327	97,6
Jugo de ciruela	1.415	4.763	236,6
Otros	1.124	2.229	98,3
Jugo de frambuesa	710	423	-40,4

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Para Japón, el Cuadro 56 muestra que los principales productos exportados en términos del valor en 2009 fueron ‘los demás’ jugos de uva con el 54%, jugo de manzana (20<Brix<70) con el 17%, jugo de manzana (Brix $\geq$ 70) con 13%, mezcla de jugos con el 8% y jugo de uva (Brix $\leq$ 30) con el 5%.

Cuadro 56. Valores de exportación de los principales jugos de frutas exportados a Japón en 2009 (miles de US\$)

Miles de US\$	2002	2009	Variación 02/09 (%)
JAPÓN	5.100	20.697	305,8
Los demás jugos de uva	1.371	11.200	716,9
Jugo de manzana 20<Brix<70	854	3.411	299,4
Jugo de manzana Brix $\geq$ 70	1.876	2.579	37,5
Mezcla de jugos	0	1.700	--
Jugo de uva Brix $\leq$ 30	0	923	--

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas

Si se comparan los valores de exportación registrados en 2002 y 2009 se observa que en el caso del jugo de uva (los demás) el valor de las exportaciones aumentó en un 717%; en el jugo de manzana (20<Brix<70) aumentó en 300%; en el jugo de manzana (Brix $\geq$ 70) se incrementó en 37%. La mezcla de jugos y el jugo uva (Brix $\leq$ 30) no registraban exportaciones a Japón en 2002; sin embargo, el jugo de uva se comenzó a exportar en 2003 con valores entre 125 mil US\$ y 1,5 millones de US\$, en tanto que las mezclas de jugos se comenzaron a exportar en 2008, con un valor de 3,5 millones de US\$.

El Cuadro 57 muestra que los principales productos exportados a Japón en términos del volumen en 2009 son el jugo de uva (los demás) con 52%, jugo de manzana (20<Brix<70)

con 26%, jugo de manzana (Brix $\geq$ 70) con 16%, jugo de uva (Brix $\leq$ 30) con el 3% y mezcla de jugos con el 2%.

Cuadro 57. Volúmenes de exportación de los principales jugos de frutas exportados a Japón en 2009 (toneladas)

Toneladas	2002	2009	Variación 02/09 (%)
JAPÓN	5.802	12.718	119,2
Los demás jugos de uva	1.863	6.628	255,8
Jugo de manzana 20<Brix<70	946	3.238	242,3
Jugo de manzana Brix $\geq$ 70	2.156	1.969	-8,7
Jugo de uva Brix $\leq$ 30	0	400	--
Mezcla de jugos	0	294	--

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Entre 2002 y 2009 el volumen exportado de jugo de uva (los demás) aumentó un 256% y el de jugo de manzana (20<Brix<70) un 242%, en tanto que el volumen exportado de jugo de manzana (Brix $\geq$ 70) disminuyó un 9%. El jugo de uva (Brix $\leq$ 30) y la mezcla de jugos no registraban exportaciones a Japón en 2002; el jugo de uva se comenzó a exportar en 2003 con volúmenes mayores a 1.200 toneladas y las mezclas de jugos desde 2008 con un volumen de 774 toneladas.

Para Canadá, el Cuadro 58 muestra los principales productos exportados en términos del valor en 2009. Se trata de jugo de uva (los demás) con el 46% del valor total, seguido del jugo de manzana (Brix $\geq$ 70) con el 22%, el de frambuesa con el 8%, jugos de uva (los demás, mosto) con el 8%, jugo de ciruela con el 6% y jugo de uva (Brix $\leq$ 30) con el 5%.

Cuadro 58. Valores de exportación de los principales jugos de frutas exportados a Canadá en 2009 (miles de US\$)

Miles de US\$	2002	2009	Variación 02/09 (%)
CANADÁ	3.752	14.131	276,6
Los demás jugos de uva	2.912	6.503	123,3
Jugo de manzana Brix $\geq$ 70	193	3.130	1.521,8
Jugo de frambuesa	197	1.184	501,0
Los demás jugos de uva mosto	18	1.113	6.083,3
Jugo de ciruela	101	892	783,2
Jugo de uva Brix $\leq$ 30	71	690	871,8

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Entre 2002 y 2009 se observa que aumentan los valores exportados de todos los jugos: el de jugo de uva (los demás) en un 123%, el de jugo de manzana (Brix $\geq$ 70) en más de 1.500%, el de frambuesa en 500%, el de jugo de uva (los demás, mosto) en más de 6.000 %, el de ciruela en 780% y el jugo de uva (Brix $\leq$ 30) en 872%.

El Cuadro 59 presenta los principales productos exportados a Canadá en términos del volumen en 2009: el volumen exportado de jugo de manzana (Brix $\geq$ 70) representó el 40%; el de jugo de uva (los demás) el 39%; el de jugo de uva (Brix $\leq$ 30) el 7%; el de jugo de uva (los demás, mosto) el 7%; y el de ciruela el 5%.

Cuadro 59. Volúmenes de exportación de los principales jugos de frutas exportados a Canadá en 2009 (toneladas)

Toneladas	2002	2009	Variación 02/09 (%)
CANADÁ	4.891.914	9.293.194	90,0
Jugo de manzana Brix $\geq$ 70	231.006	3.677.413	1491,9
Los demás jugos de uva	3.967.434	3.631.602	-8,5
Jugo de uva Brix $\leq$ 30	330.093	686.998	108,1
Los demás jugos de uva mosto	22.905	627.983	2.641,7
Jugo de ciruela	78.464	488.161	522,1

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Con excepción del volumen exportado de 'los demás jugos de uva', que disminuyó un 8%, los volúmenes de los otros jugos aumentaron en forma general: el de jugo de manzana (Brix $\geq$ 70) en un 1.492%; el de jugo de uva (Brix $\leq$ 30) en un 108%; el de jugo de uva (los demás, mosto) en más de 2.640%; y el de jugo de ciruela en un 522%.

Para México, en el Cuadro 64 se observan los principales productos exportados en términos del valor en 2009. Se trata de jugo de uva (los demás, mosto) con el 40%, seguido por el jugo de manzana (Brix $\geq$ 70) con el 39%, jugo de uva (los demás) con el 19% y jugo de pera con el 1%.

Cuadro 60. Valores de exportación de los principales jugos de frutas exportados a México en 2009 (miles de US\$)

Miles de US\$	2002	2009	Variación 02/09 (%)
MÉXICO	1.255	11.780	838,6
Los demás jugos de uva mosto	127	4.659	3568,5
Jugo de manzana Brix $\geq$ 70	728	4.585	529,8
Los demás jugos de uva	332	2.236	573,5
Jugo de pera	68	121	77,9

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas

Los valores de exportación de todos los jugos aumentan entre 2002 y 2009, en el caso del jugo de uva (los demás, mosto) en un 3.560%, jugo de manzana (Brix $\geq$ 70) en 530%, jugo de uva (los demás) en 574% y jugo de pera en 78%.

El Cuadro 61 muestra los principales productos exportados a México en términos del volumen en 2009: las exportaciones de jugo de manzana (Brix $\geq$ 70) representaron el 42% del total, las de jugo de uva (los demás, mosto) el 38%, jugo de uva (los demás) el 18% y jugo de pera el 0,7%.

Cuadro 61. Volúmenes de exportación de los principales jugos de frutas exportados a México en 2009 (toneladas)

Toneladas	2002	2009	Variación 02/09 (%)
MÉXICO	1.501	8.920	494,3
Jugo de manzana Brix $\geq$ 70	866	3.761	334,3
Los demás jugos de uva mosto	134	3.375	2418,7
Los demás jugos de uva	422	1.581	274,6
Jugo de pera	79	59	-25,3

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Entre 2002 y 2009 se observa que los volúmenes de exportación (con excepción del jugo de pera) aumentan, para el jugo de manzana (Brix $\geq$ 70) en un 334%, para el jugo de uva (los demás, mosto) en más de 2.400%, y para el jugo de uva (los demás) en 275%. El volumen exportado de jugo de pera, como ya se indicó, disminuyó, en un 25%.

Para Corea del Sur, en el Cuadro 62 se observan los principales productos exportados en términos del valor en 2009: el jugo de uva (los demás) representó el 73% del valor, seguido de jugo de uva (los demás, mosto) con el 14% y el jugo de manzana (Brix $\geq$ 70) con el 12%.

Cuadro 62. Valores de exportación de los principales jugos de frutas exportados a Corea del Sur en 2009 (miles de US\$)

Miles de US\$	2002	2009	Variación 02/09 (%)
COREA DEL SUR	103	7.623	7301,0
Los demás jugos de uva	13	5.531	42446,2
Los demás jugos de uva mosto	0	1.067	--
Jugo de manzana Brix $\geq$ 70	0	906	--

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas

Entre 2002 y 2009 el valor exportado de jugo uva (los demás) aumentó en más de 42.000%. Para los otros dos productos, no se registraban exportaciones en 2002.

En el Cuadro 63 se observan los principales productos exportados a Corea del Sur en términos del volumen en 2009: el jugo uva (los demás) representó el 69%, seguido por el jugo de manzana (Brix≥70) con el 17%, y el jugo de uva (los demás, mosto) con el 14%.

Cuadro 63. Volúmenes de exportación de los principales jugos de frutas exportados a Corea del Sur en 2009 (toneladas)

Toneladas	2002	2009	Variación 02/09 (%)
COREA DEL SUR	99	4.882	4.831,3
Los demás jugos de uva	17	3.353	19.623,5
Jugo de manzana Brix≥70	0	848	--
Los demás jugos de uva mosto	0	670	--

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Tal como ocurre con el valor de exportación, el volumen exportado de jugo de uva (los demás) muestra un aumento muy significativo entre 2002 y 2009 (19.000%), en tanto que para los otros dos productos no puede efectuarse la comparación, pues no registran exportaciones en 2002.

Precios de exportación de los jugos de frutas por destino

En el Cuadro 64 se pueden observar los precios de los jugos de frutas exportados a los principales países de destino. Se destacan como los precios más altos, los precios del jugo de frambuesa, con un promedio para todos los destinos de 8,86 US\$/Kg., y de los 'otros' con un promedio de 5,82 US\$/Kg.

Cuadro 64. Precios FOB (promedio 2002-2009) de las exportaciones de jugo de fruta por productos y destinos (US\$ FOB/kilo)

US\$ FOB/Kg	Canadá	Corea del Sur	Japón	México	Estados Unidos	Todos los destinos
Jugo de frambuesa	9,01	7,75	8,61		9,31	8,86
Otros	8,08	5,36	10,55	0,54	7,38	5,82
Jugo de ciruela	1,95	1,84	2,08	2,11	1,75	1,72
Mezcla de jugos			5,36	0,45	4,44	1,61
Los demás jugos de uva mosto	1,40	1,51	1,63	1,25	1,39	1,47
Los demás jugos de uva	1,32	1,58	1,43	1,28	1,17	1,34
Jugo de uva Brix≤30 Jugo	1,25		1,46	1,17	1,24	1,28
Jugo de manzana Brix≥70	1,11	1,22	1,18	1,33	1,00	1,08
Jugo de manzana	2,05		1,11	1,88	0,93	1,06

US\$ FOB/Kg	Canadá	Corea del Sur	Japón	México	Estados Unidos	Todos los destinos
20<Brix<70						
Jugo de pera	0,83	1,14	1,12	1,17	0,89	0,97
Jugo de manzana Brix<20			0,91	0,62	0,90	0,88
Jugo de uva Brix≤30 Mosto	0,67		1,35			0,71

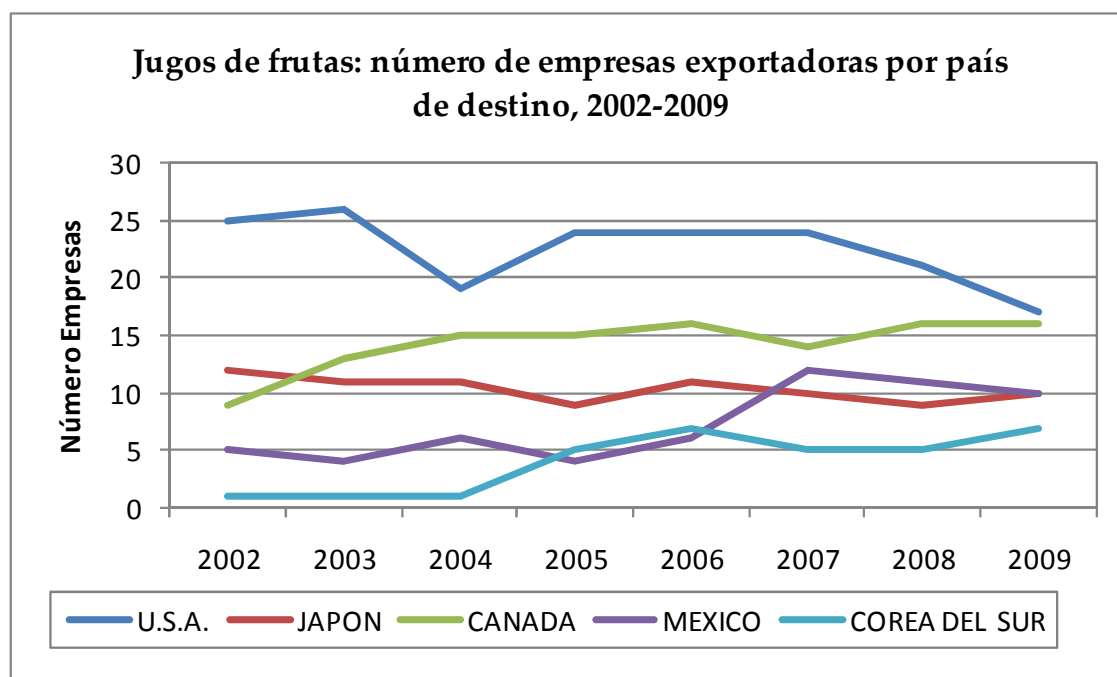
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Los precios más bajos corresponden a los precios de los jugos de manzana, que registran niveles entre 0,88 y 1,08 US\$ FOB/Kg., y los de uva, que se sitúan entre 0,71 y 1,47 US\$ FOB/Kg. (promedios del período 2002-2009 para todos los destinos).

Número de empresas exportadoras de jugo de frutas por destino

En número de empresas exportadoras por país de destino (Gráfico 83) muestra una tendencia a la disminución, lo que revela la concentración de la producción de jugos en aquellas empresas que por las características del negocio han debido crecer (economías de escala) absorbiendo e incorporando a empresas y plantas de proceso.

Gráfico 83. Jugos de frutas: número de empresas exportadoras por país de destino, 2002-2009



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

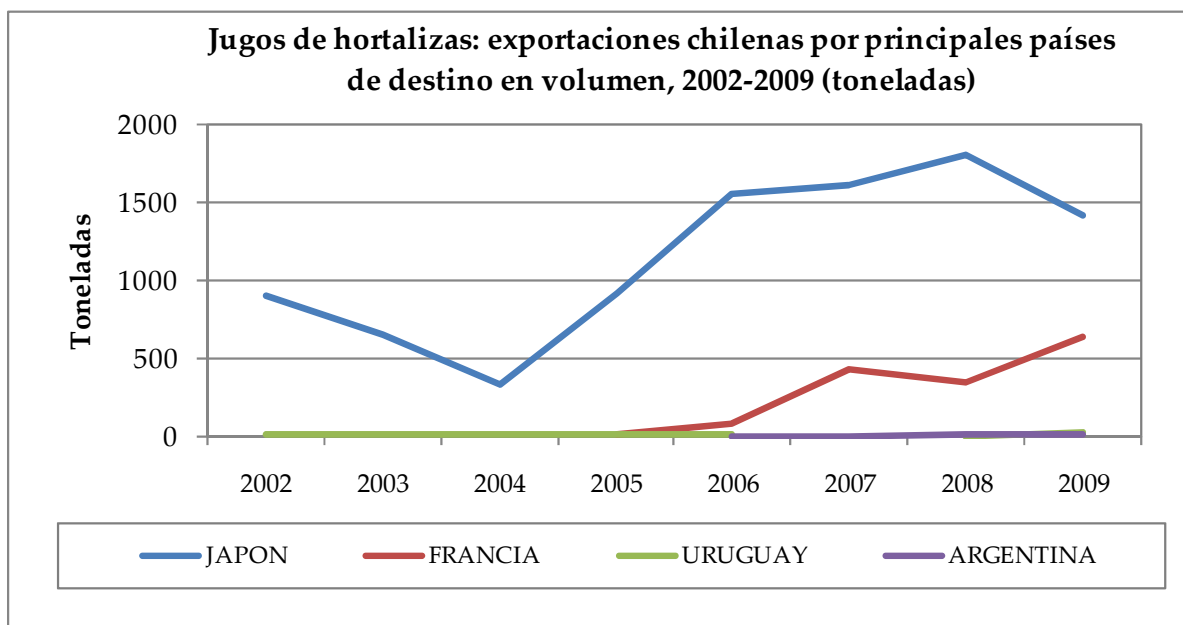
Al analizar la concentración de las exportaciones por destino, se observa que en el caso de Estados Unidos una empresa concentra más del 42% de las exportaciones en valor en el año 2009, en tanto que 5 empresas (del total de 17 que exportaron ese año) concentran el 90%. En el caso de Japón del total de 10 empresas que exportaron en 2009, una de ellas concentra el 40% del valor exportado 3 de ellas el 90%. En Canadá, del total de 16 empresas que exportaron en 2009, una concentra el 35% del valor y 8 empresas más del 90%. En el caso de México, de las 10 empresas que exportaron en 2009, una concentra el 45% de las exportaciones en valor y 3 concentran más del 90%. Las exportaciones a Corea del Sur son las que muestran la menor concentración, puesto que de las 7 empresas que exportaron en 2009 un conjunto de 6 representan el 90% del valor exportado y la que tiene una mayor participación sólo concentra el 26% del valor exportado en 2009.

Destino de las exportaciones chilenas de jugos de hortalizas

Desde 2002 en adelante, los principales destinos de los jugos de hortalizas que Chile exporta, en términos de valor y volumen, son Japón y Francia; también se registran exportaciones a Uruguay y Argentina.

En el Gráfico 84 se observa la evolución de los volúmenes exportados de jugos de hortalizas a los principales países de destino. Japón es el principal destino de estas exportaciones con el 68% del volumen exportado en 2009 (1.416 toneladas). Le siguen Francia (31%), Uruguay (1,4%) y Argentina (0,3%).

Gráfico 84. Jugos de hortalizas: exportaciones chilenas por principales países de destino en volumen, 2002-2009 (toneladas)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Si se comparan los volúmenes exportados en 2002 y 2009 se nota un aumento de 114% en el total de jugos de hortalizas. El volumen exportado a Japón muestra entre ambos años un aumento de 56% y el destinado a Uruguay de 233%. Destacan las exportaciones que se iniciaron a Francia y Argentina, que no registraban exportaciones en 2002, como puede observarse en el Cuadro 65.

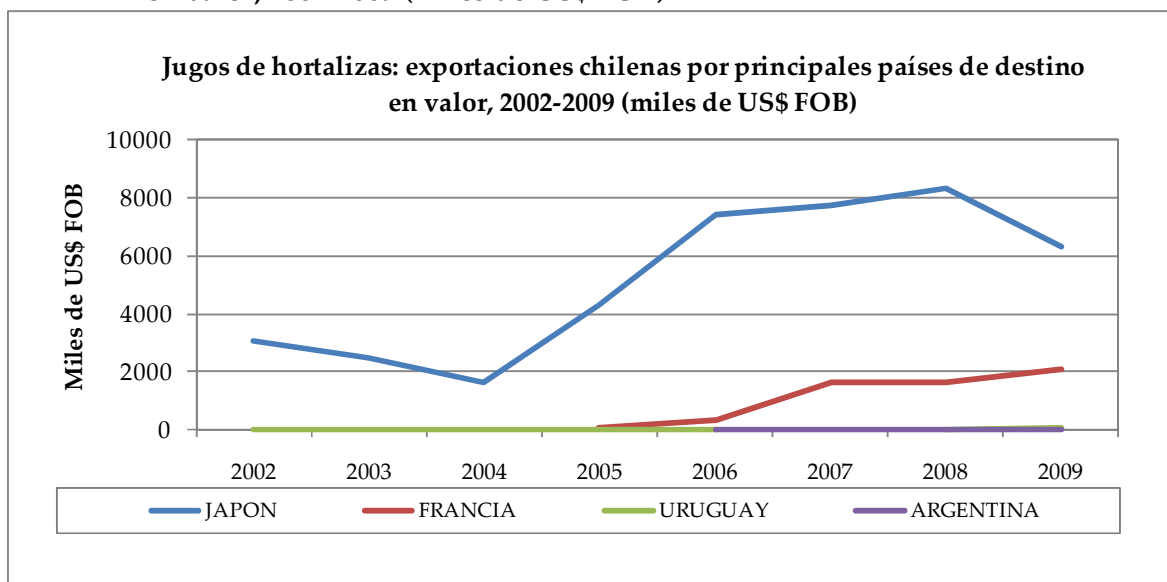
Cuadro 65. Comparación de los volúmenes de exportación para los principales países de destino de jugos de hortalizas

Toneladas	2002	2009	Variación 02/09 (%)
Jugos de hortalizas	976	2.092	114,3
Japón	908	1.416	55,9
Francia	0	638	--
Uruguay	9	30	233,3
Argentina	0	7	--

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

En el Gráfico 85 se observa la evolución de los valores de las exportaciones de jugos de hortalizas a los principales países de destino. Japón es el principal destino de estas exportaciones con el 74% del valor en 2009 (cerca de 6,3 millones de US\$). Le siguen Francia (25%), Uruguay (0,7%) y Argentina (0,13%).

Gráfico 85. Jugos de hortalizas: exportaciones chilenas por principales países de destino en valor, 2002-2009 (miles de US\$ FOB)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

El valor exportado al conjunto de destinos aumentó en un 166% entre 2002 y 2009, al pasar de 3,2 millones a 8,5 millones de US\$. En el Cuadro 66 se observa que las exportaciones destinadas a Japón aumentaron en un 104% y las destinadas a Uruguay en un 275%. En el resto de los países no se registraban exportaciones en 2002.

Cuadro 66. Comparación de los valores de exportación para los principales países de destino de jugos de hortalizas

Miles US\$	2002	2009	Variación 02/09 (%)
Jugos de hortalizas	3.194	8.509	166,4
Japón	3.087	6.302	104,1
Francia	0	2.122	--
Uruguay	16	60	275,0
Argentina	0	11	--

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Principales jugos de hortalizas exportados por destino

Para los principales países de destino de las exportaciones chilenas de jugos de hortalizas, identificados en la sección anterior, se describen a continuación los principales productos en términos del valor y volumen de exportación.

Para Japón, en el Cuadro 67 se observan que los principales productos exportados en términos de valor en base al año 2009, son el jugo de pimentón que representa el 81%, seguido de los jugos de zanahoria con el 10%, perejil con el 3%, bruselas con el 2% y espárragos con el 2%. Completan estas exportaciones los jugos de berros (77.700 US\$) brócoli (35.200 US\$), repollo (20.800 US\$), apio (9.000 US\$) y zapallo (6.100 US\$).

Cuadro 67. Valores de exportación de los principales productos exportados a Japón en 2009 (US\$)

US\$	2002	2009
JAPON	3.087.910	6.302.149
Pimentón	3.087.910	5.071.212
Zanahoria		618.302
Perejil		203.169
Bruselas		143.005
Espárragos		117.507

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas

Si se comparan los valores de exportación entre los años 2002 y 2009 se observa que el valor total aumentó en un 104%. En el caso del jugo de pimentón, el valor aumentó en un 64%, en tanto que el resto de los jugos no registra exportaciones en el año 2002.

El Cuadro 72 muestra los principales productos exportados a Japón en términos del volumen en base al año 2009. Se trata del jugo de pimentón con el 74%, seguido del jugo de zanahoria con el 21%, jugo de espárragos, bruselas y perejil cada uno con un 1%. También se registran exportaciones de jugos de berros, brócoli, repollo, zapallo, apio, espinaca y lechuga (<1%).

Cuadro 68. Volúmenes de exportación de los principales jugos de hortalizas exportados a Japón en 2009 (toneladas)

Toneladas	2002	2009	Variación 02/09 (%)
JAPON	907.584	1.415.720	56,0
Pimentón	907.584	1.042.607	14,9
Zanahoria	--	298.996	--
Espárragos	--	23.184	--
Bruselas	--	18.306	--
Perejil	--	18.180	--

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas

Si se comparan los volúmenes de exportación entre los años 2002 y 2009 se observa que el volumen total aumentó en un 56%. El volumen exportado de jugo de pimentón se incrementó en un 15%, en tanto que para el resto de los jugos no se registran exportaciones en 2002.

En el caso de Francia, el Cuadro 69 muestra que los principales productos exportados en términos del valor en base al año 2009, son el jugo de zanahoria con el 64%, seguido del de betarraga con el 14% y luego pimentón (9%), zapallo (7%) y apio (2%). También se exportan jugos de tomate (44.300 US\$ en 2009), espárragos (19.900 US\$), betarraga (9.800 US\$) y pepino (4.800 US\$).

Cuadro 69. Valores de exportación de los principales jugos de hortalizas exportados a Francia en 2009 (US\$)

US\$	2009
FRANCIA	2.121.613
Zanahoria	1.359.147
Betarraga	300.300
Pimentón	180.202
Zapallo	157.899
Apio	45.093

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas

En este caso no es posible comparar los valores exportados en 2002 y 2009, puesto que no se registran exportaciones para el año 2002. Se puede mencionar que el jugo de pimentón es el que ha tenido exportaciones constantes los últimos 4 años del período mencionado.

En el Cuadro 70 se observa que los principales productos exportados a Francia en términos del volumen en 2009 son el jugo de zanahoria con el 70%, seguido por los jugos de betarraga (14%), zapallo (7%), pimentón (4%), apio y tomate (2%). También se exportan jugos de otras hortalizas, con volúmenes muy variables, entre 8.900 toneladas en el caso del jugo de apio y sólo 21 toneladas en el caso del jugo de berros.

Cuadro 70. Volúmenes de exportación de los principales jugos de hortalizas exportados a Francia en 2009 (toneladas)

Toneladas	2009
FRANCIA	638.023
Zanahoria	448.596
Betarraga	90.603
Zapallo	47.000
Pimentón	27.907
Tomate	10.030

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas

En el caso de Uruguay, se puede mencionar que el único producto exportado es el jugo de zanahoria (con un 100% de participación). Los valores de exportación de este jugo pasaron de 15,8 mil US\$ en 2002 a 60 mil US\$ en 2009, lo que representa un aumento del 277%. El volumen exportado aumentó de 9,5 ton en 2002 a 30 ton en 2009 (un aumento de 217%).

En las exportaciones con destino a Argentina el principal producto es el jugo de zanahoria, que representa un 98% del valor (11 mil US\$) y un 99,5% del volumen (7 ton). El resto corresponde a jugo de tomate. En ambos casos, las exportaciones se registran en los dos últimos años (2008 y 2009).

Precios de exportación de los jugos de hortalizas por destino

En el Cuadro 71 se observan los precios de los jugos de hortalizas para los principales países de destino de las exportaciones nacionales de este tipo de productos. Se destaca como el más altos el precios del jugo de berros, con un promedio para todos los destinos de 13 US\$ FOB /Kg.

Cuadro 71. Precios FOB (promedio 2002-2009) de las exportaciones de jugos de hortalizas por productos y destinos (US\$ FOB/kilo)

US\$ FOB/Kg	Argentina	Francia	Japón	Uruguay	Todos los destinos
Berros		11,4	15,5		13,0
Brócoli			9,6		9,6
Pepino		9,0			9,0
Tomate	12,4	3,5			8,7
Perejil			8,3		8,2
Repollo			7,9		7,9
Bruselas			7,7		7,7
Lechuga			6,8		6,8
Espárragos		6,4	6,0		6,0
Ají		6,6			5,9
Apio		6,5	5,5		5,8
Zapallo		5,2	3,9		4,9
Pimentón		7,0	4,4		4,6
Espinaca			4,2		4,2
Betarraga		4,0			4,0
Zanahoria	2,1	3,4	3,9	1,7	2,7

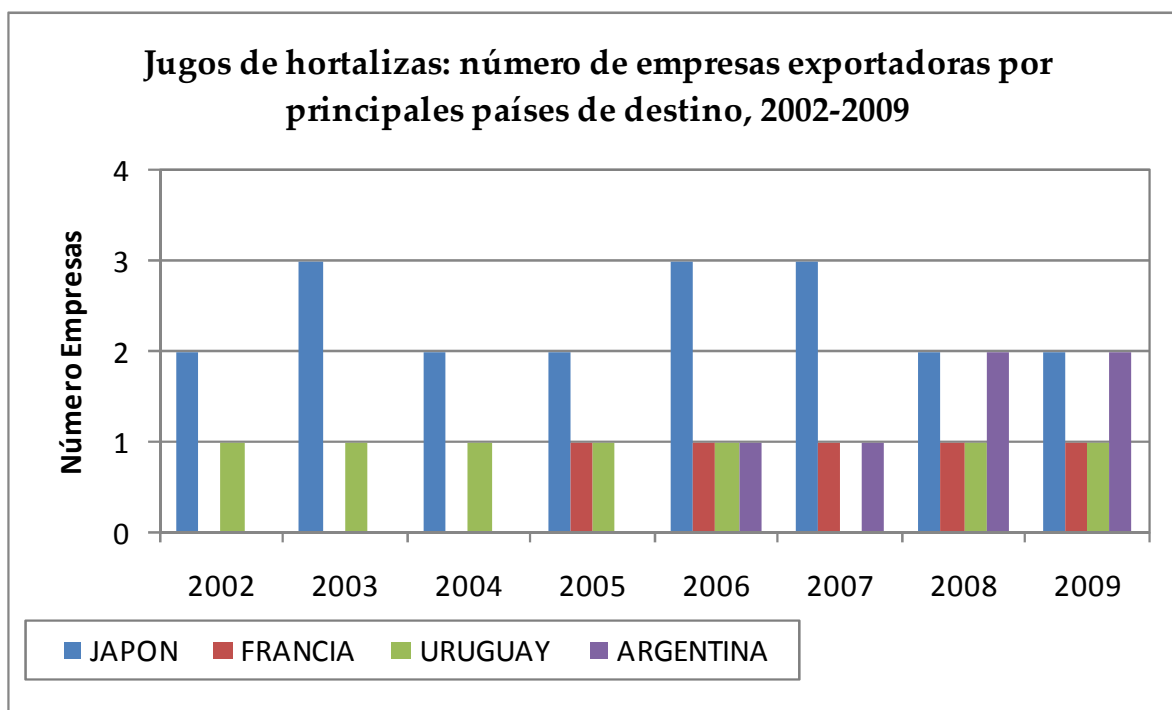
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

El precio más bajo es el precio obtenido por el jugo de zanahoria (2,7 US\$ FOB/Kg.) como promedio del período 2002-2009 para todos los destinos.

Número de empresas exportadoras de jugo de hortalizas por destinos

El número de empresas exportadoras de jugos de hortalizas por país de destino se observa en el Gráfico 86. Puede observarse que las exportaciones a cada país de destino están concentradas en un número no superior a tres empresas, en el caso de Japón. Las exportaciones a ese país en 2009 fueron realizadas por sólo dos empresas, que concentraron el 60% y el 40%. Para Argentina, se registra un máximo de dos empresas y para el resto de los destinos sólo figura una empresa exportadora en cada año del período.

Gráfico 86. Jugos de hortalizas: número de empresas exportadoras por principales países de destino, 2002-2009



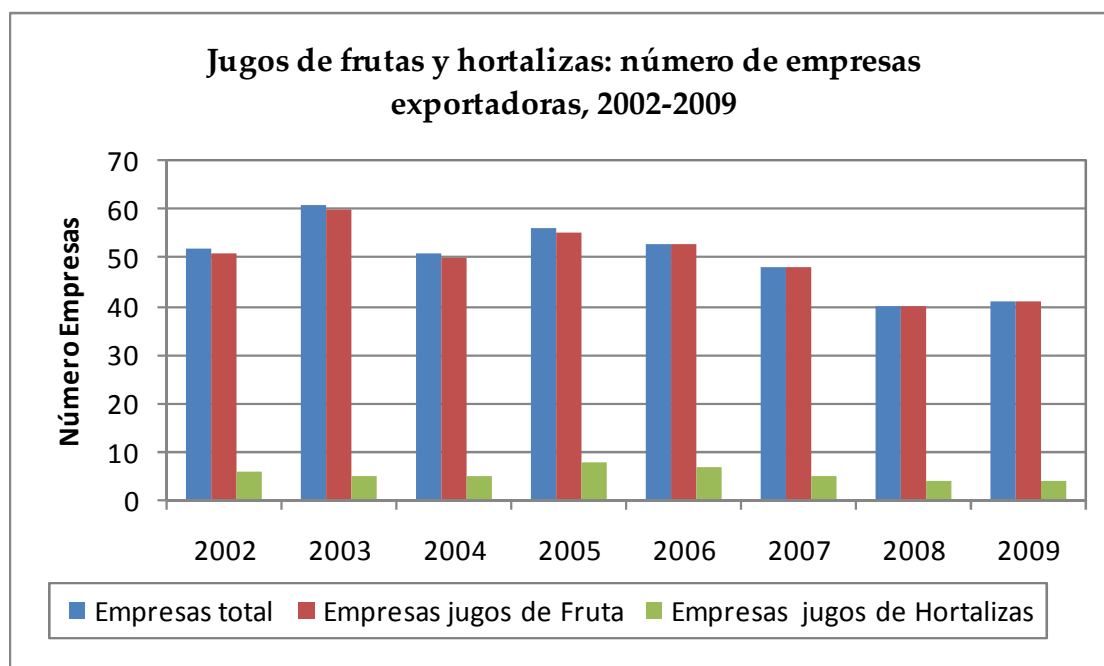
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Empresas exportadoras de jugos de frutas y hortalizas

Como se muestra en el Gráfico 87, el número de empresas que han exportado jugos de hortalizas y de frutas cada año entre 2002 y 2009, suman entre 40 y 61 empresas, dependiendo del año. Dentro de estas empresas, se observa una mayor diversificación en el número de empresas que exportan jugos de fruta, entre 40 y 60 empresas, en comparación con el número de empresas que exportan jugos de hortalizas, que son cada año entre 4 y 8 empresas.

Las empresas que registran alguna exportación de jugos de frutas y hortalizas entre los años 2002-2009 suman un total de 122 empresas. De ellas, el 88,5% (108 empresas) sólo exportan jugos de frutas, el 1,6% (2 empresas) sólo jugos de hortalizas y el 10% (12 empresas) realizan exportaciones de jugos de fruta y hortalizas.

Gráfico 87. Jugos de frutas y hortalizas: número de empresas exportadoras, 2002-2009*

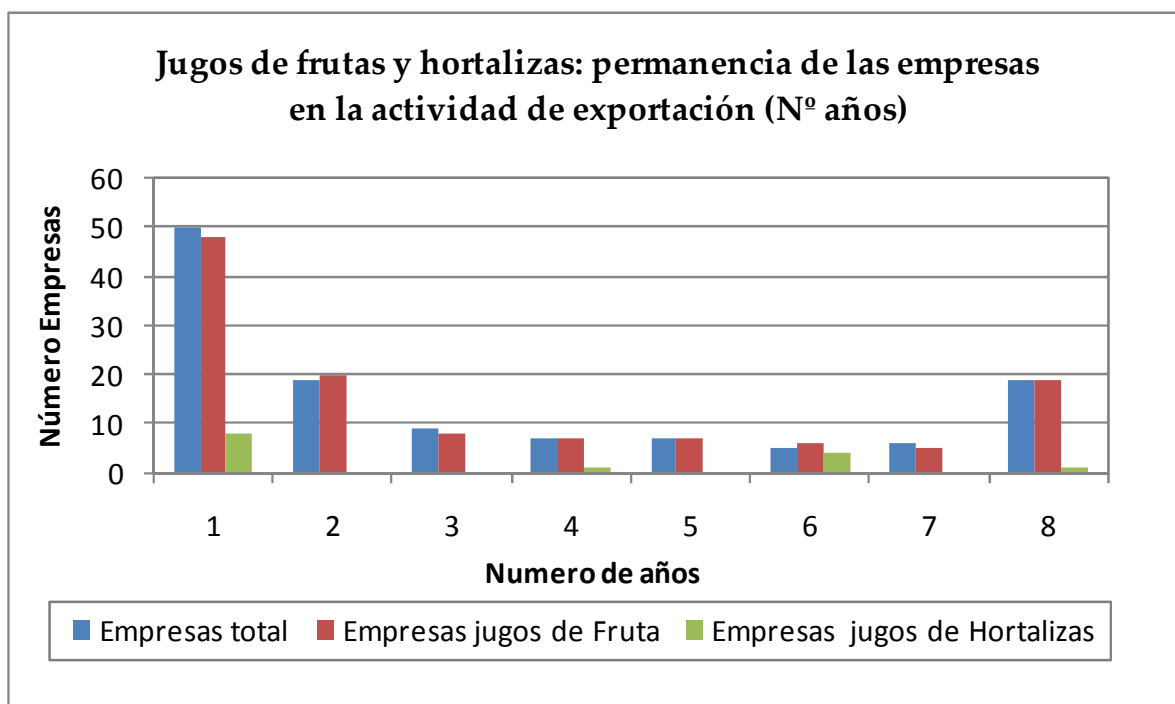


*Una misma empresa puede estar contabilizada como exportadora de jugos de frutas y de hortalizas, y por eso la suma de esas dos categorías puede ser mayor que el total de empresas.

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

En el Gráfico 88 se muestra el nivel de permanencia de las empresas en el mercado de exportación, donde se observa que un grupo importante de empresas (50) han exportado sólo un año durante el período 2002-2009. Por el contrario, 19 empresas han estado presentes en las exportaciones durante los 8 años (2002-2009)

Gráfico 88. Jugos de frutas y hortalizas: permanencia de las empresas en la actividad de exportación (Nº años)*



*Una misma empresa puede estar contabilizada como exportadora de jugos de frutas y de hortalizas, y por eso la suma de esas dos categorías puede ser mayor que el total de empresas.

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

En cuanto a la concentración del valor exportado, se observa que en el caso de los jugos de fruta el 90% del valor exportado entre 2002-2009 se concentra en sólo 12 empresas, es decir, un 10% del número total de empresas que exportaron jugos de fruta en el período. En el valor exportado en 2009, un grupo de 8 empresas concentran el 90%.

En el caso del valor exportado de jugos de hortalizas entre 2002-2009, sólo una empresa concentra más del 76% y dos de ellas el 99%, de un total de 14 empresas que registran exportaciones en dicho periodo. En 2009, estas mismas empresas concentran más del 99 de las exportaciones de jugos de hortalizas.

Importaciones chilenas de jugos de frutas y hortalizas

Las importaciones chilenas de jugos de frutas y hortalizas alcanzaron en 2009 un volumen de 8.170 toneladas, correspondiente a 12,814 millones de US\$ CIF. El volumen de importación ha mostrado entre 2002 y 2009 una tasa de crecimiento anual promedio negativa, de -4% ya que los volúmenes han sido fluctuantes dentro del periodo. Sin

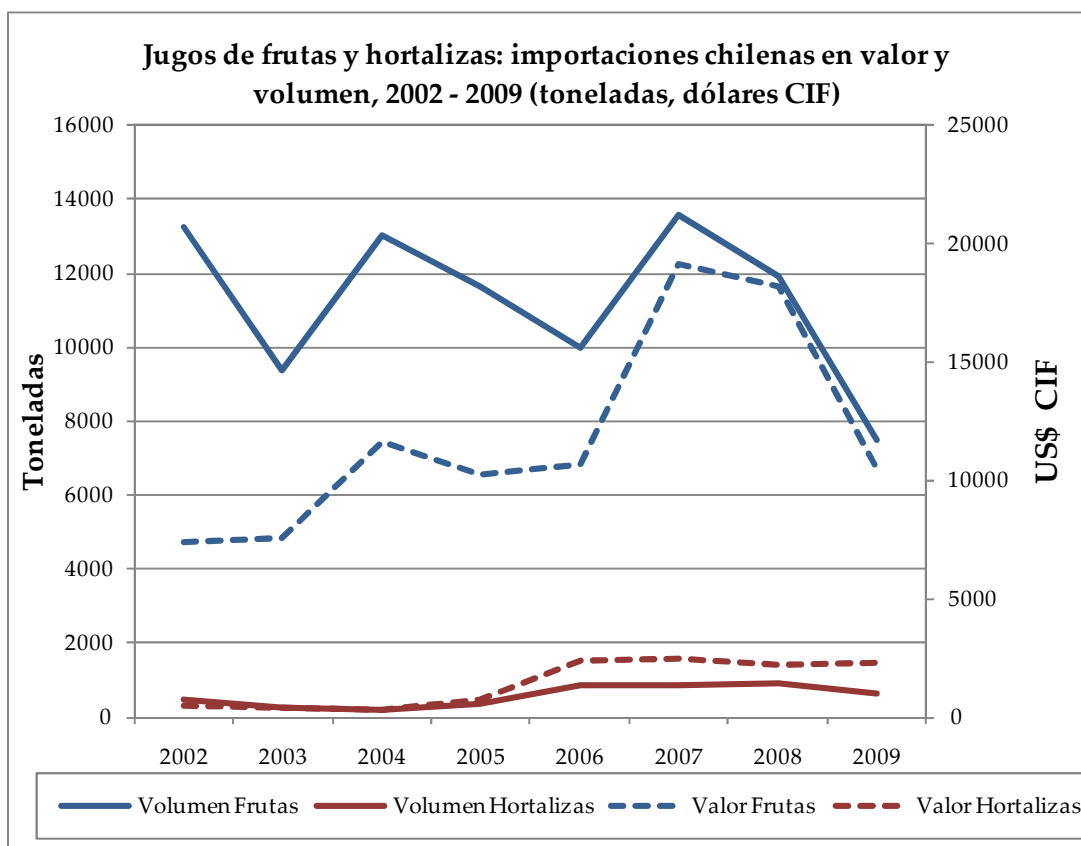
embargo, el valor de las importaciones muestra una tasa de crecimiento anual promedio de 12% durante el mismo periodo. En este marco, la dinámica más alta la ha mostrado el sector de jugos de hortalizas, que ha mostrado un crecimiento anual promedio de 16% en volumen y de 46% en valor.

En términos del volumen de importación, se observa una importancia relativa mayor de los jugos de frutas, que mantienen una importancia entre el 92% y 98% del total desde el año 2002, con un promedio de 95% para el periodo. En 2009, los jugos de frutas representan el 92% (7.519 toneladas) de las importaciones totales de jugos de frutas y hortalizas. (Gráfico 89).

En la evolución del valor de importación de los jugos de frutas y hortalizas (Gráfico 89), se mantiene la mayor importancia relativa y absoluta de los jugos de fruta. La importancia relativa de los jugos de fruta ha oscilado entre el 82% y el 98% entre los años 2002 y 2009, con un promedio para el periodo de 90%. En 2009, los jugos de fruta representaron el 82% del valor de las importaciones de jugos de frutas y hortalizas (10,5 millones de US\$ CIF).

Las importaciones de jugos de hortalizas han aumentado su participación en valor y en volumen en este grupo de productos, oscilando su participación en el volumen entre 2% y 8% (con un promedio de 5%) y su participación en el valor entre 2% y 18% (con un promedio de 10% para el periodo 2002-2009). En 2009 se importaron 651 ton. de jugo de hortalizas, por un valor de 2,3 millones de US\$ CIF, frente a 464 ton importadas en 2002 por un valor de 458 mil US\$ CIF.

Gráfico 89. Jugos de frutas y hortalizas: importaciones chilenas en valor y volumen, 2002 - 2009 (toneladas, dólares CIF)

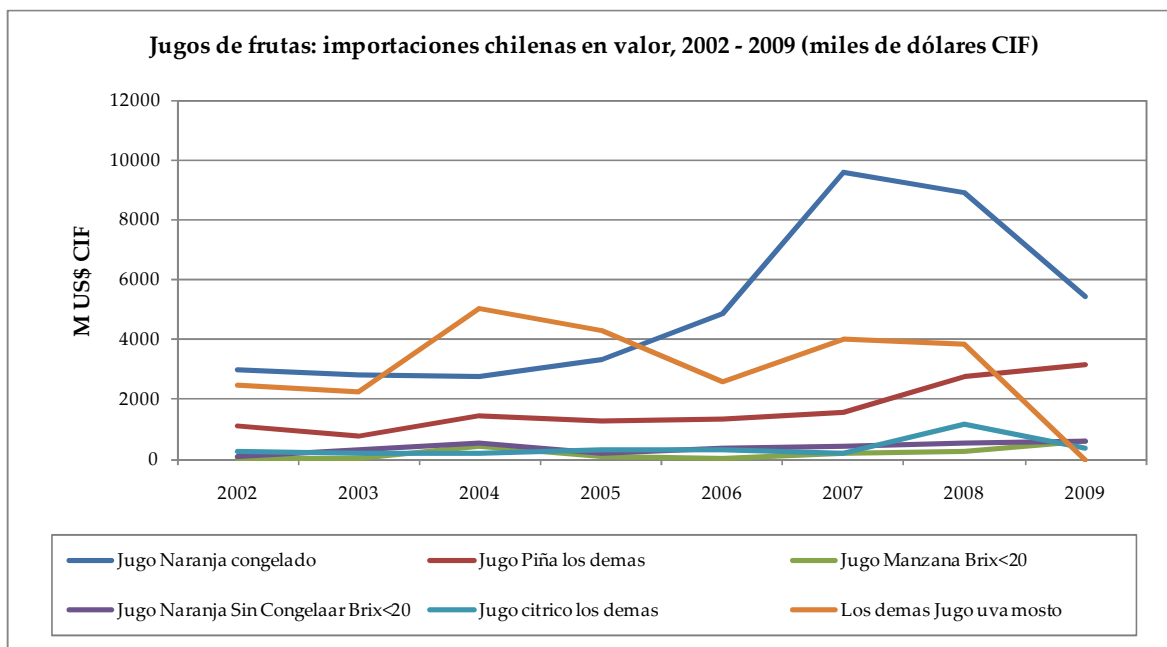


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas

Importaciones chilenas de jugos de frutas

La canasta de importaciones de jugos de fruta está compuesta principalmente (Gráfico 90) por jugo de naranja (congelado), jugo de piña (los demás), jugo de manzana (Brix<20), jugo de naranja (sin congelar Brix<20) y jugo de cítricos (los demás). Estos productos representan el 96% de las importaciones en valor del 2009. Debe hacerse referencia al producto jugo uva (los demás mosto), que presenta importaciones hasta el 2008, año en que representó el 21% del valor. En el año 2008, este último producto junto a los mencionados antes representaron el 95% del valor de las importaciones.

Gráfico 90. Jugos de frutas: importaciones chilenas en valor, 2002 - 2009 (miles de dólares CIF)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Dentro del valor de las importaciones realizadas en 2009 el jugo de naranja (congelado) representa el 52%, el jugo de piña (los demás) el 30%, el jugo de manzana (Brix<20) el 5,7%, el jugo de naranja (sin congelar Brix<20) el 5,5% y el jugo de cítricos (los demás) el 3,5%. Como ya se mencionó, el jugo de uva (los demás mostos) representó el año 2008 el 21% de las importaciones en valor.

Cuadro 72. Comparación 2002-2009 de los valores de importación de jugo de frutas (miles de US\$ CIF)

Miles US\$ CIF	2002	2009	Var. 02/09 (%)
Frutas	7.356	10.529	43,1
Jugo de naranja congelado	2.977	5.426	82,3
Jugo de piña, los demás	1.097	3.168	188,8
Jugo de manzana Brix<20	22	599	2.622,7
Jugo de naranja sin congelar Brix<20	110	581	428,2
Jugo de cítricos, los demás	277	368	32,9
Los demás jugos, uva mosto	2.497	3.851*	54,2

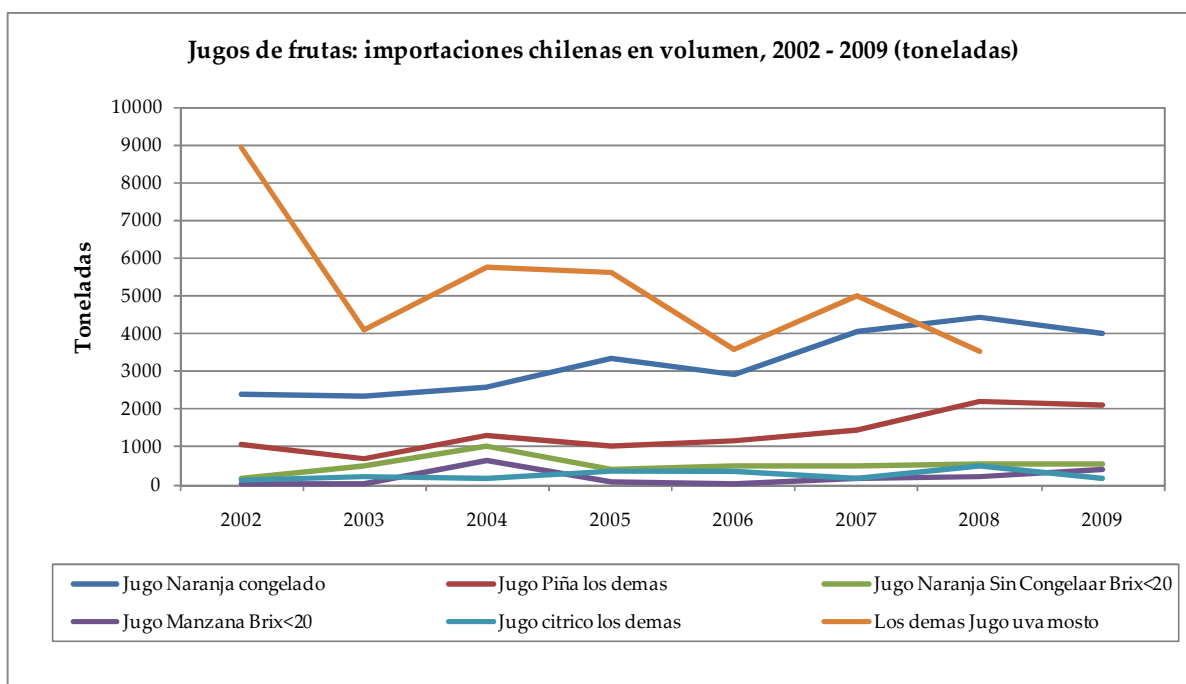
*Valor correspondiente al año 2008

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Si se comparan los valores de importación entre los años 2002 y 2009 se observa que el valor total de jugos de fruta aumentó en un 43%. Al observar la variación por productos, se observa que el valor importado de jugo de naranja (congelado) aumentó un 82%, el de jugo de piña (los demás) un 189%, el de jugo de manzana (Brix<20) un 2.632%, el de jugo de naranja (sin congelar Brix<20) un 430% y el de jugo de cítricos (los demás) un 33%. En el caso del jugo de uva (los demás mosto), el aumento entre 2002 y 2008 es de 54%.

Las importaciones de jugos de frutas en términos de los volúmenes (Gráfico 91) fueron lideradas hasta 2008 por el jugo de uva (los demás mosto), que ese año representó el 30% del volumen importado.

Gráfico 91. Jugos de frutas: importaciones chilenas en volumen, 2002 - 2009 (toneladas)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Dentro del volumen de las importaciones realizadas en 2009, el jugo de naranja (congelado) representó el 53%, el jugo de piña (los demás) el 28%, el jugo de naranja (sin congelar Brix<20) el 7,4%, el jugo de manzana (Brix<20) el 5% y el jugo de cítricos (los demás) el 2%.

Cuadro 73. Comparación 2002-2009 de los volúmenes de importación de jugo de frutas (toneladas)

Toneladas	2002	2009	Var. 02/09 (%)
Frutas	13.237	7.519	-43,2
Jugo de naranja congelado	2.404	4.017	67,1
Jugo de piña, los demás	1.051	2.109	100,7
Jugo de naranja sin congelar Brix<20	165	555	236,4
Jugo de manzana Brix<20	17	386	2.170,6
Jugo de cítricos, los demás	113	154	36,3
Los demás jugos de uva mosto	8.927	3.550*	-60,2

*Volumen correspondiente al año 2008.

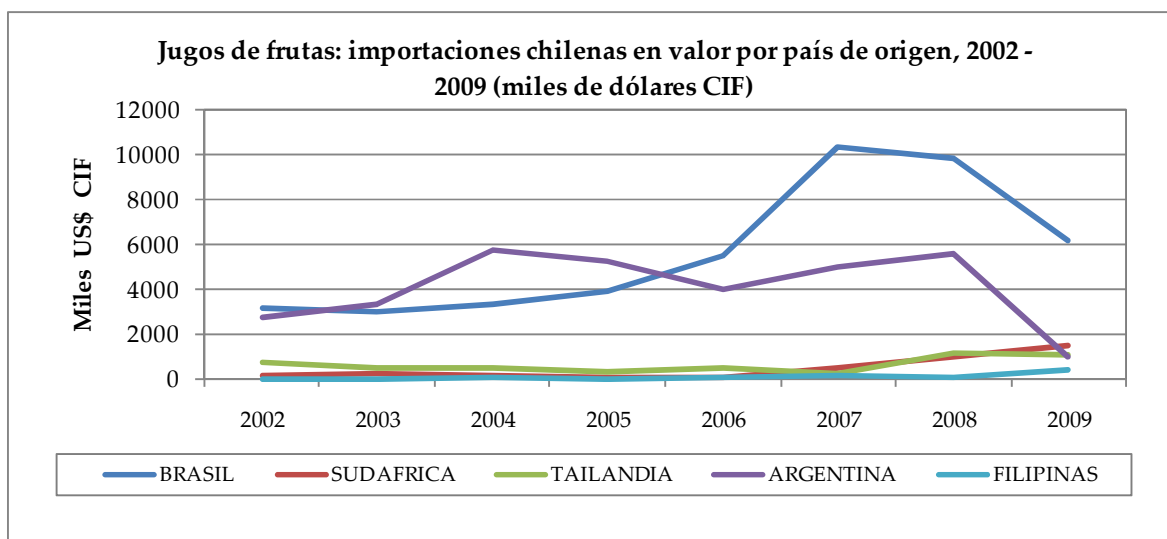
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Al comparar los volúmenes importados entre los años 2002 y 2009 se observa que el volumen del total de jugos de fruta disminuyó en un 43%. Por productos, el volumen importado de jugo de naranja (congelado) aumentó un 67%, el de jugo de piña (los demás) un 101%, el de jugo de naranja (sin congelar Brix<20) un 237%, el de jugo de manzana (Brix<20) un 2.170%, y el de jugo de cítricos (los demás) un 36%. En el caso del jugo de uva (los demás mosto) se comparó con el año 2008, observándose una disminución en un 60%.

Países de origen de las importaciones de jugos de frutas

En el período comprendido entre 2002 y 2009 los principales países de origen de las importaciones chilenas de jugos de fruta, han sido (en términos de valor importado en 2009) Brasil, Argentina, Sudáfrica, Tailandia y Filipinas, como se observa en el Gráfico 92.

Gráfico 92. Jugos de frutas: importaciones chilenas en valor por país de origen, 2002 - 2009 (miles de dólares CIF)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

En 2009, las importaciones desde Brasil representaron el 58% del valor de las importaciones, seguidas por la importaciones desde Sudáfrica (14%), Tailandia (11%), Argentina (9%) y Filipinas (4%). En conjunto estos países aportan con el 97% de las importaciones. Cabe destacar que Argentina registró en 20080 una participación porcentual de 31%, tendencia que mostraba desde el 2002.

Al comparar el valor de las importaciones de jugos de frutas por país de origen (entre 2002 y 2009) se observa que han aumentado los valores de importación desde la mayoría los países. Para Brasil el incremento del valor es de 91%, para Sudáfrica de 815%, para Tailandia de 48% y para Filipinas más de 1.900%. La excepción la constituye Argentina, desde donde el valor de las importaciones disminuyó en un 65%. El valor total de las importaciones de jugos de fruta (desde los distintos países) aumentó en un 43%.

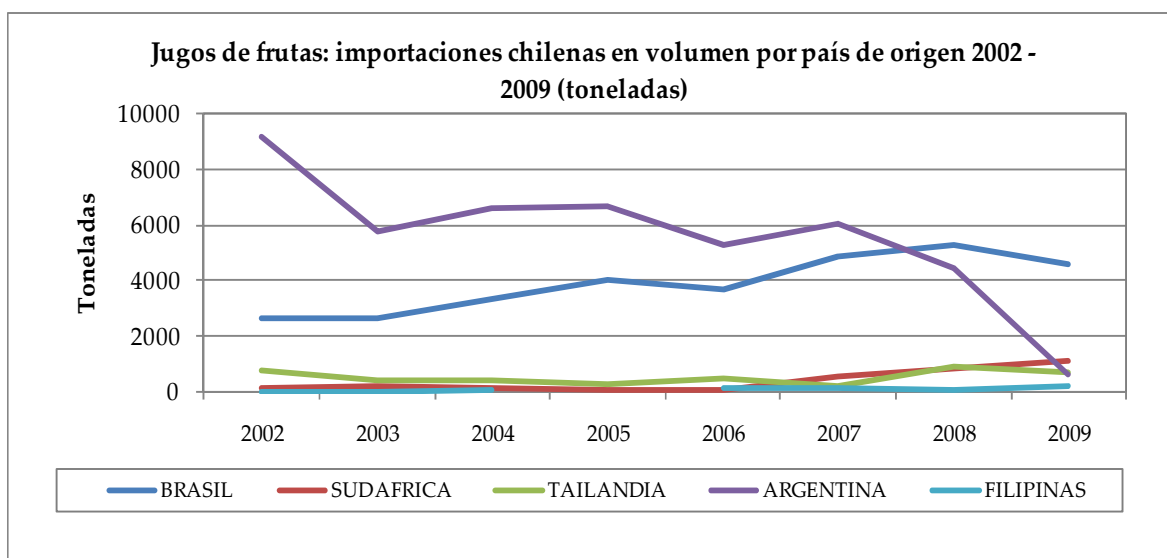
Cuadro 74. Comparación 2002-2009 de los valores de importación de jugo de frutas por origen (miles de US\$ CIF)

Miles US\$ CIF	2002	2009	Var. 02/09 (%)
Jugos de frutas	7.356	10.529	43,1
Brasil	3.206	6.132	91,3
Sudáfrica	166	1.519	815,1
Tailandia	752	1.109	47,5
Argentina	2.776	979	-64,7
Filipinas	19	391	1.957,9

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Los volúmenes importados desde los principales países de origen se muestran en el Gráfico 93.

Gráfico 93. Jugos de frutas: importaciones chilenas en volumen por país de origen 2002 - 2009 (toneladas)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Las importaciones desde Brasil representaron en 2009 el 61% del volumen total. Le siguen los volúmenes importados desde Sudáfrica (14%), Tailandia (9%), Argentina (8%) y Filipinas (3%). En conjunto estos países aportan el 95% de las importaciones. En 2008 las importaciones desde Argentina representaban el 37% del volumen, en una tendencia que mostraba desde 2002.

Al comparar los volúmenes importados de jugos de frutas entre 2002 y 2009 (Cuadro 75) se observa que el volumen total disminuyó en un 43%, al contrario de lo ocurrido con los valores de importación. Los volúmenes importados desde los dos principales países de origen se incrementaron en 2009 (en relación a 2002), en el caso de Brasil un 72% y de Sudáfrica un 582% y a ellos se suma Filipinas, con más de 1.000%. Disminuyeron en cambio las importaciones desde Argentina y Tailandia, en 94% y 4% respectivamente.

Cuadro 75. **Comparación 2002-2009 de los volúmenes de importación de jugo de frutas por origen (toneladas)**

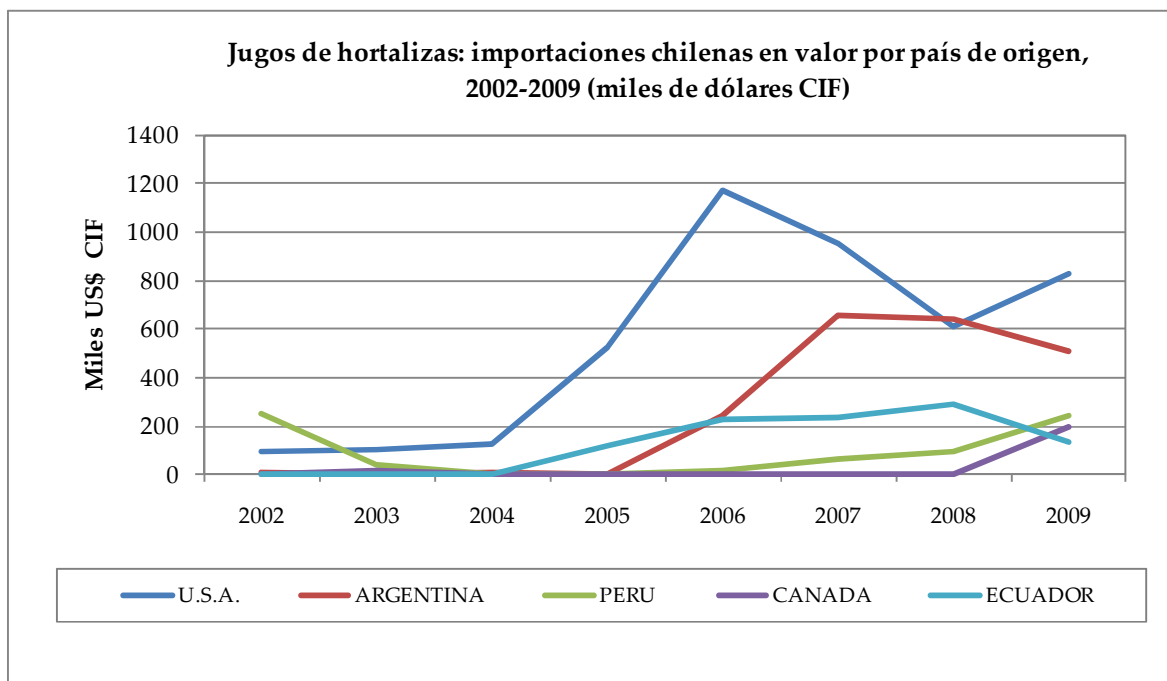
Toneladas	2002	2009	Var. 02/09 (%)
Jugos de frutas	13.237	7.519	-43,2
Brasil	2.667	4.575	71,5
Sudáfrica	157	1.070	581,5
Tailandia	737	710	-3,7
Argentina	9.165	589	-93,6
Filipinas	20	230	1.050,0

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Países de origen de las importaciones de jugos de hortalizas

La importación chilena de jugos de hortalizas (Gráfico 94) en valor y en base al año 2009, se realizan principalmente desde Estados Unidos (36%), Argentina (22%), Perú (11%), Canadá (9%) y Ecuador (6%). En estos países se origina el 84% de las importaciones totales en valor.

Gráfico 94. Jugos de hortalizas: importaciones chilenas en valor por país de origen, 2002-2009 (miles de dólares CIF)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Al comparar los valores importados entre 2002 y 2009 (Cuadro 76) se observa que el valor importado desde el conjunto de países aumentó en un 400%. Los valores importados desde los principales orígenes se incrementaron en 2009 (en relación a 2002) en el caso de Estados Unidos en un 798% y en el caso de Argentina en 7.200%, y también aumentaron las importaciones desde Ecuador, en más de un 13.000%. El valor de las importaciones desde Perú disminuyó en un 4%, en tanto que Canadá no registró importaciones en 2002 (sólo registra en los años 2003, 2007 y 2009).

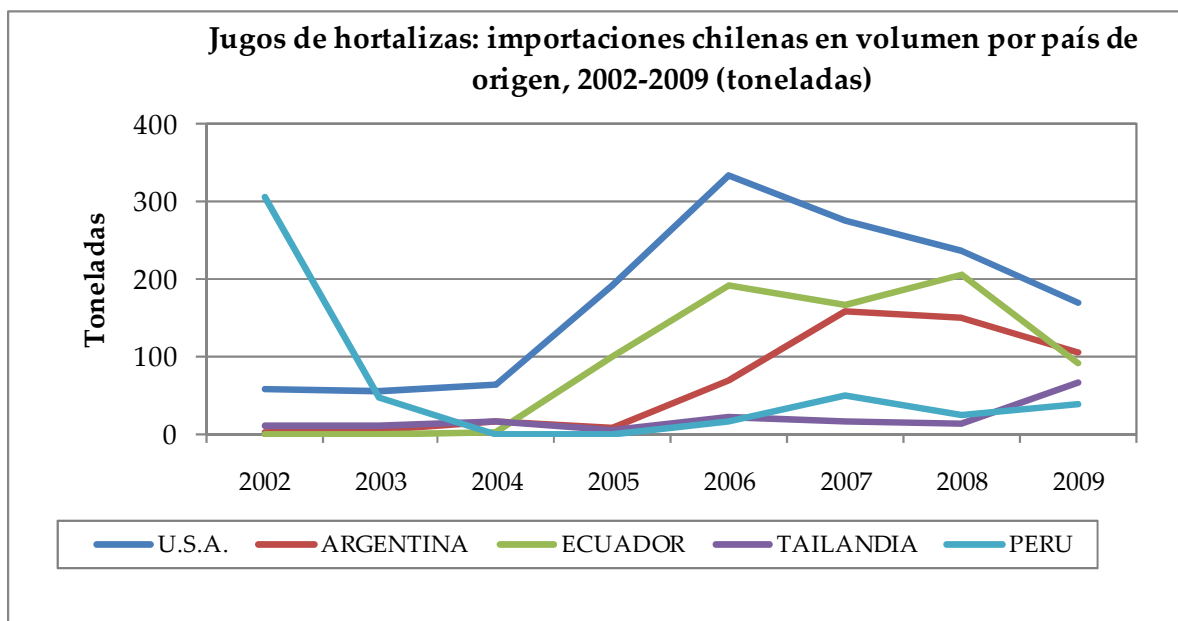
Cuadro 76. Comparación 2002-2009 de los valores de importación de jugo de hortalizas por origen

Miles US\$ CIF	2002	2009	Var. 02/09 (%)
Jugos de hortalizas	458	2.285	398,9
Estados Unidos	92	826	797,8
Argentina	7	511	7200,0
Perú	250	241	-3,6
Canadá	0	194	--
Ecuador	1	138	13.700,0

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas

En el Gráfico 95 se muestran los volúmenes de jugo de hortalizas importados desde los principales países de origen. En 2009, los volúmenes importados procedieron principalmente de Estados Unidos (26%), Argentina (16%), Ecuador (14%), Tailandia (10%) y Perú (6%). Estos países en conjunto aportan el 73% del volumen total importado.

Gráfico 95. Jugos de hortalizas: importaciones chilenas en volumen por país de origen, 2002-2009 (toneladas)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas

Al comparar los volúmenes importados entre los años 2002 y 2009 (Cuadro 77) se observa que el total aumentó en un 93%. Por países de origen, se registran aumentos de las importaciones provenientes de Estados Unidos (298%), Argentina (7.400%) y Tailandia (18,2%), en tanto que el volumen procedente de Perú disminuyó en un 92,2%. En el caso de Ecuador, no se registraban importaciones desde ese país en 2002.

Cuadro 77. Comparación 2002-2009 de los volúmenes de importación de jugo de hortalizas por origen

Toneladas	2002	2009	Var. 02/09 (%)
Jugos de hortalizas	464	895	92,9
Estados Unidos	59	235	298,3
Argentina	2	150	7400,0
Ecuador	0	206	--
Tailandia	11	13	18,2
Perú	307	24	-92,2

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas

Precios de importación de los jugos de frutas

En los cuadros siguientes se pueden observar los precios de importación de los jugos de frutas (Cuadro 78) y de los jugos de hortalizas (Cuadro 79) procedentes de los principales países de origen.

Cuadro 78. Precios CIF (promedio 2002-2009) de importaciones de jugo de fruta por productos y destinos (US\$ CIF/kilo)

JUGOS DE FRUTAS US\$ CIF /Kg.	Argentina	Brasil	Filipinas	Sudáfrica	Tailandia	Todos los orígenes
Jugos de cítricos, los demás	4,5	11,3				5,6
Jugo de manzana Brix<20	4,2	2,9	1,8	1,7	1,4	5,1
Jugo de naranja congelado	6,4	5,7				5,7
Jugo de naranja sin congelar Brix<20	10,4	6,2		1,2		6,0
Jugo de piña, los demás	7,3	3,2	2,9	17,2	2,0	6,0
Los demás jugos uva mosto	2,1	1,4				2,1

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Cuadro 79. Precios CIF (promedio 2002-2009) de importaciones de jugo de hortalizas por productos y destinos (US\$ CIF/kilo)

JUGOS HORTALIZAS US\$ CIF /Kg.	Argentina	Ecuador	Perú	Tailandia	Estados Unidos	Todos los orígenes
Jugo de tomate					1,9	35,3
Mezcla de jugos	8,0	5,1	0,9	9,7	11,5	9,2
Otros (frutas y hortalizas)	8,6	4,0	7,5	3,9	7,6	7,6

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

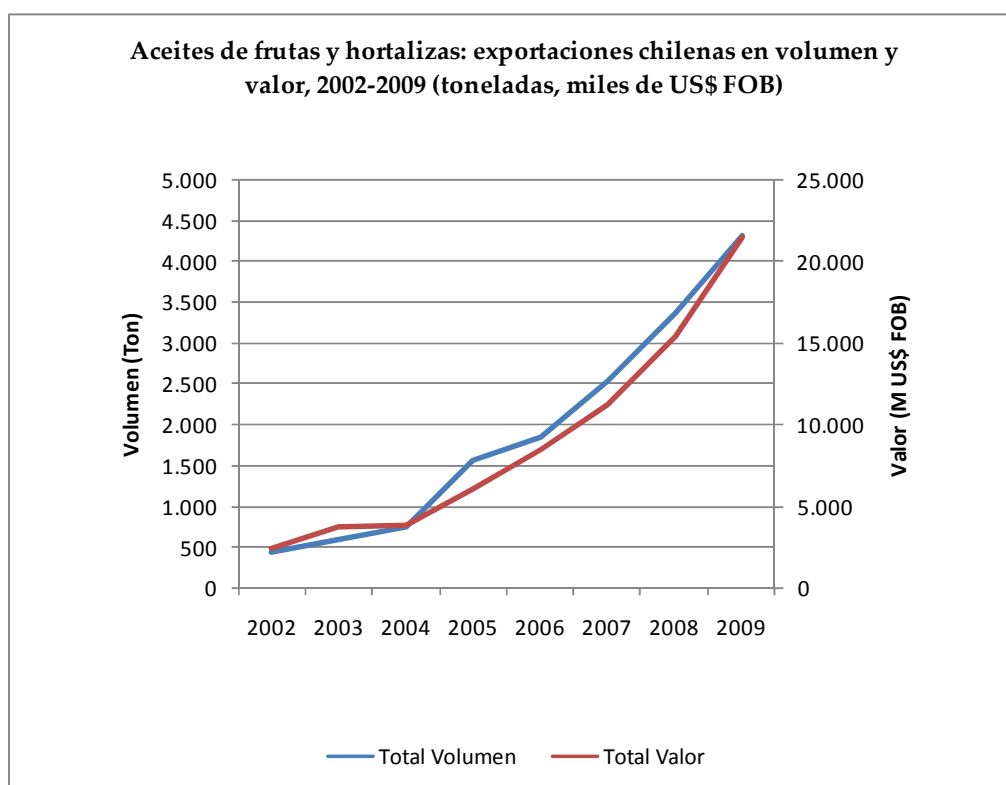
El jugo de pimentón proveniente de España promedió en el período 30 US\$ CIF/Kg. y desde China 0,5 US\$ CIF/Kg.

COMERCIO DE ACEITES DE FRUTAS Y HORTALIZAS

Las exportaciones chilenas de aceites de frutas y hortalizas alcanzaron el año 2009 las 4.308 toneladas, correspondientes a 21.464 miles de US\$ FOB. Desde el punto de vista del volumen de exportación de estos aceites, entre los años 2001 y 2009 la tasa de crecimiento anual promedio fue de 33,5% y, desde el punto de vista del valor de dichas exportaciones, la tasa de crecimiento anual promedio durante el mismo período fue de 31,8% (Gráfico 96).

En cuanto a las cifras absolutas de crecimiento de estas exportaciones, el aumento del volumen entre los mismos años fue de 676% y en cuanto al valor fue de 696%, mostrando la fuerte orientación exportadora que se ha verificado en los últimos años en el negocio de estos aceites, a partir de industrias casi inexistentes para el caso de algunos de los productos que incluye este grupo. Cabe señalar que las exportaciones de estos aceites están constituidas en su mayoría por aceites provenientes de fruta (mayoritariamente de olivas, seguido por rosa mosqueta, pepita de uva y palta), siendo los de hortalizas casi inexistentes¹¹.

Gráfico 96. Aceites de frutas y hortalizas: exportaciones chilenas en volumen y valor, 2002-2009 (toneladas, miles de US\$ FOB)



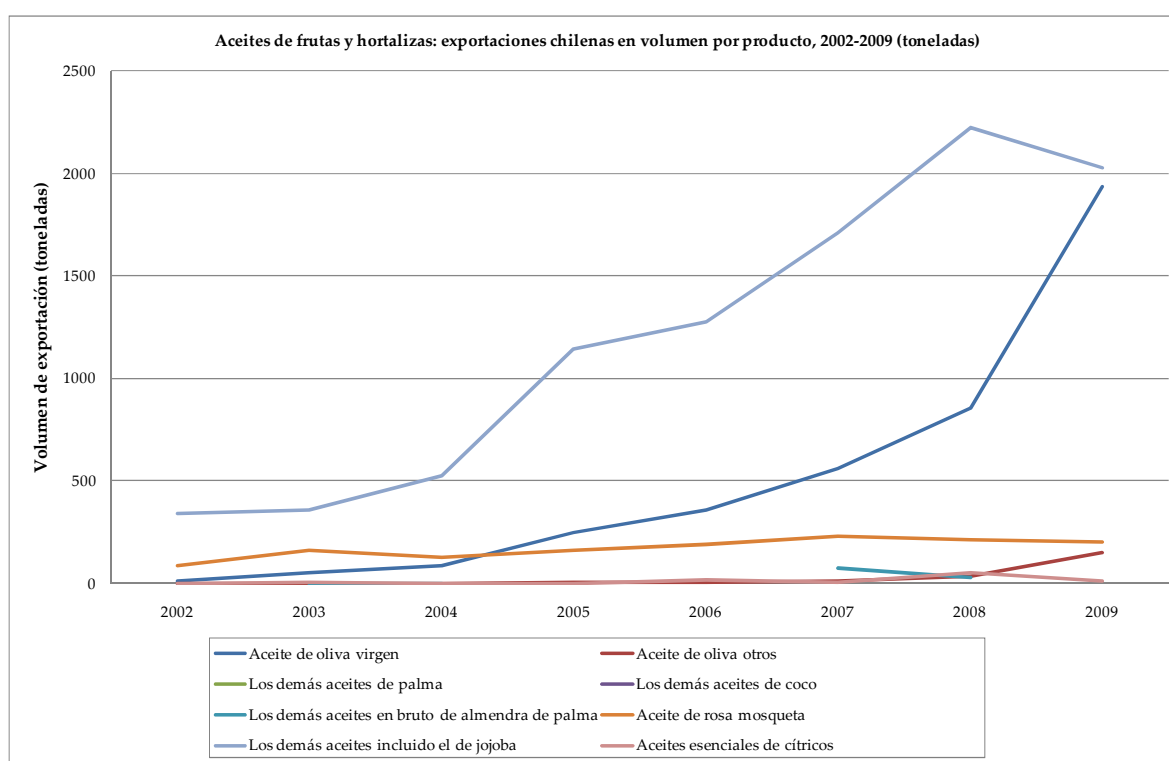
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

¹¹ Exportación de 149 dólares FOB de aceite de cilantro el año 2005 por parte de la empresa Novbeltec a Estados Unidos.

Exportaciones chilenas de aceites de frutas y hortalizas

La composición de las exportaciones de aceites de frutas y hortalizas ha variado en los últimos 7 años de forma tal que el año 2002 los volúmenes de estas exportaciones correspondían mayoritariamente a la glosa de 'los demás aceites incluido el de jojoba'¹², con un 78% del volumen y un 50% del valor, seguido por el aceite de rosa mosqueta con un 20% del volumen y un 48% del valor del total de aceites de fruta, y donde los aceites de oliva sólo representaban el 2,2% del volumen total de estos aceites y el 1% del valor. La realidad del año 2009 es muy distinta: si bien continúan destacando 'los demás aceites incluido el de jojoba' (46,9% del volumen y 25,7% del valor) y el de rosa mosqueta (4,6% y 14,1% del volumen y valor, respectivamente), con aumentos en sus valores y volúmenes de exportación, su participación porcentual es menor respecto al total de aceites de frutas y hortalizas, dado el importante aumento registrado por las exportaciones de aceite de oliva virgen (44,8% del volumen y 58,4% del valor exportado de aceites de frutas y hortalizas) (Gráficos 97 y 98).

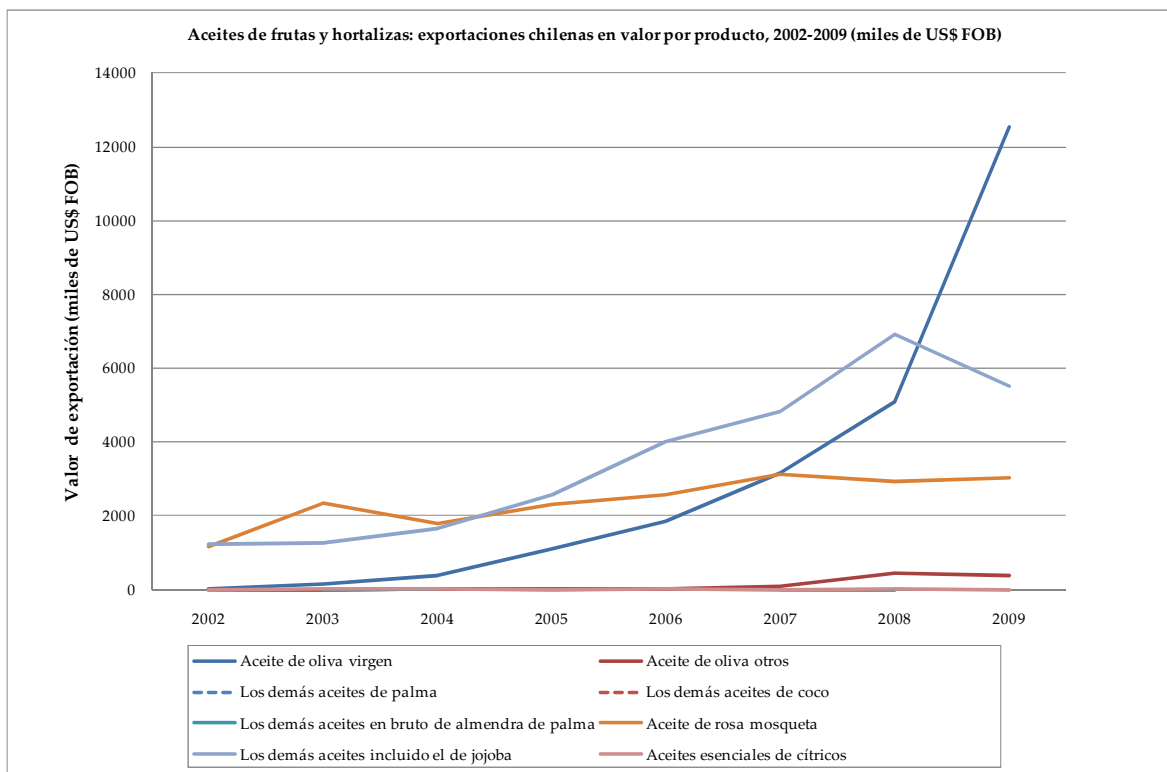
Gráfico 97. Aceites de frutas y hortalizas: exportaciones chilenas en volumen por producto, 2002-2009 (toneladas)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

¹² Los datos de exportaciones (en volumen y valor) de esta glosa incluyen principalmente aceites vegetales sin descripción, seguidos por el aceite de palta y de aceite de pepita de uva, y en mucho menor medida aceites provenientes de la jojoba, avellana, frambuesa, durazno, cereza, entre otros.

Gráfico 98. Aceites de frutas y hortalizas: exportaciones chilenas en valor por producto, 2002-2009 (miles de US\$ FOB)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Respecto al aceite de oliva virgen, los gráficos muestran una clara tendencia al aumento en las exportaciones del país tanto en valor como en volumen. La mayor tasa de aumento de sus exportaciones se verifica entre el año 2002 y 2003 tanto en términos de volumen (473%) como de valor (532%), dado por el inicio de la fase exportadora del producto a mayor escala comparativa entre esos dos años. Otro año a destacar fue el 2009, cuando también se verificó un aumento importante de las exportaciones de aceite de oliva virgen respecto al año anterior, con una tasa de variación del volumen de 127% y de valor de 146%, y con 12.543 toneladas por un valor de 1.933 miles de dólares, lo que equivale al 22% del volumen de producción nacional de este producto.

Cabe señalar que la industria del aceite de oliva tal como la conocemos hoy es relativamente joven en nuestro país, iniciándose una fase de plantaciones modernas a partir de fines de la década de los 90, la cual tomó un ritmo de aumento explosivo el año 2004 y hoy sigue a un ritmo importante aunque menor que los años anteriores. Si bien se espera una declinación en la superficie de nuevas plantaciones, aún existe mucho espacio por crecer en las exportaciones de este producto dado por el aumento de la oferta de producto que debe ser canalizado al mercado externo en forma creciente, que permita lograr colocar la producción total que genera y generarán las nuevas plantaciones ya verificadas en los últimos años y los proyectos de nuevas plantaciones por iniciarse.

El aceite de rosa mosqueta tuvo un aumento en el volumen de sus exportaciones entre el año 2002 y 2003, para luego disminuir al año siguiente y mantenerse en torno a las 200 toneladas en los siguientes años. El valor de estas exportaciones presentó el mismo comportamiento descrito para el volumen, con cifras de alrededor de 3 millones de dólares FOB.

Los ‘otros aceites incluido el de jojoba’ presentaron una clara tendencia al aumento del volumen y valor de sus exportaciones a partir del año 2002 y hasta el 2008, para mostrar una caída en ambas cifras el año 2009 por la menor colocación de productos de este tipo en el exterior dada por la crisis económica mundial, donde destacan las caídas de los aceites de pepita de uva y de otros aceites vegetales no especificados en la descripción del arancel.

Tasa de crecimiento de las exportaciones chilenas de aceites de frutas y hortalizas

La tasa de crecimiento anual de las exportaciones de aceites de frutas y hortalizas, tanto en volumen como en valor se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 80. Tasa de variación de las exportaciones totales y sus principales productos de aceites de frutas y hortalizas (volumen y valor)

TASA DE VARIACIÓN DE VOLUMEN		2002-2009
Tasa de variación volumen aceite de oliva virgen		143,6 %
Tasa de variación volumen aceites de rosa mosqueta		17,3 %
Tasa de variación volumen de otros aceites incluido el de jojoba		33,8 %
Tasa de variación volumen total aceites		41,2%
TASA DE VARIACIÓN DE VALOR		
Tasa de variación valor aceite de oliva virgen		172,6 %
Tasa de variación valor aceites de rosa mosqueta		19,5 %
Tasa de variación valor de otros aceites incluido el de jojoba		27,2 %
Tasa de variación valor total aceites		37,8%

Fuente: Elaboración propia con información de Chilealimentos.

Las exportaciones totales de aceites entre los años 2002 y 2009 presentan una tasa de variación anual promedio de 41,2% en volumen, acompañado para esos años de una tasa de aumento del valor de 37,8%. En el caso del aceite de oliva virgen, sus exportaciones se iniciaron antes del año 2000 con volúmenes muy pequeños y fue entre 2002 y 2009 cuando su volumen aumentó a una tasa promedio anual de 143% y 172% en valor, evidenciándose un aumento de los precios obtenidos a lo largo de estos años. En el caso de la rosa mosqueta también se presentaron aumentos en el volumen (17,3%) algo menores que los aumentos en el valor para esos mismos años (19,5%). Los otros aceites incluido el de jojoba

presentan una tasa de variación positiva del 33,8% en volumen y 27,2% en valor, principalmente en aceite no identificado, aceite de pepita de uva y de palta. Respecto a estos dos últimos productos, cabe señalar que al inicio de la serie de años no existían exportaciones de ellos, llegando a las 1.342 ton (3,479 millones de dólares FOB) de aceite de pepita de uva, y 76,4 ton (827 miles de dólares FOB) de aceite de palta el año 2008. No se presentan los datos de tasa de variación de los aceites esenciales de cítricos por presentar comportamientos muy disímiles a lo largo de los años 2002 al 2009, considerándose envíos experimentales, sin lograr desarrollo de los mercados a los cuales se ha exportado.

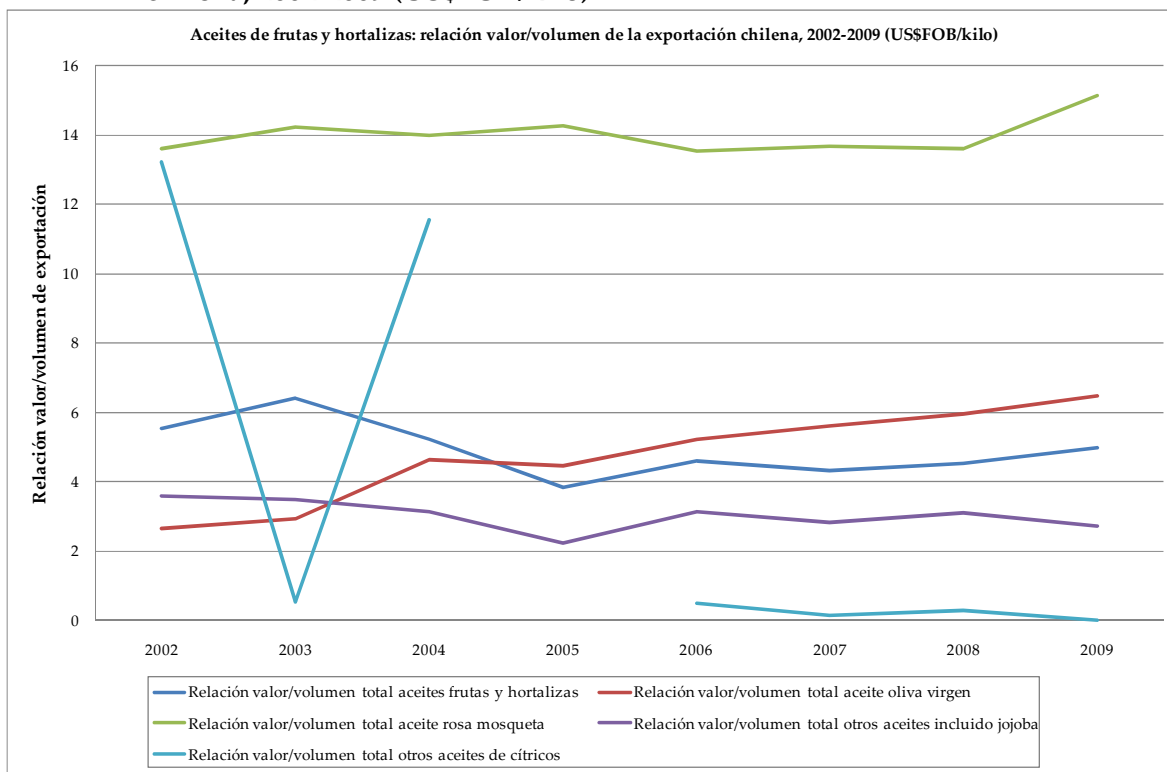
La evolución de la relación entre el valor y el volumen de las exportaciones de todos los aceites de frutas y hortalizas que se exportan desde Chile presentó una drástica disminución el año 2003, para aumentar hasta su mayor valor al siguiente año, y a partir de entonces mantener una tendencia a la baja (Gráfico 99). El comportamiento de los años 2003 y 2004 estuvo influenciado principalmente por las cifras de los aceites esenciales de cítricos.

El aceite de oliva virgen presenta una tendencia al alza a lo largo de los años 2002 al 2009, aumentando poco menos de cuatro puntos en la relación valor volumen de exportaciones. Lo anterior muestra como este producto chileno ha iniciado un posicionamiento en el mercado internacional obteniendo mejores precios en forma creciente.

El aceite de rosa mosqueta es el que presenta mayor relación valor/volumen de exportación dado el alto valor del producto transado a nivel internacional y la escasa oferta del mismo a nivel mundial, donde el producto chileno se ha posicionado como de muy buena calidad en los mercados de destino.

Los aceites esenciales de cítricos presentan una relación valor/volumen de exportación muy dispar a lo largo de los años 2002 al 2009, con un valor muy alto el primer año, una drástica disminución y luego nuevamente un aumento para llegar a una relación cercana a 12 el año 2004 dado principalmente por el alto valor obtenido por las exportaciones de aceite esencial de naranja. Luego, disminuyen a valores menores a 1 hasta el año 2009.

Gráfico 99. Aceites de frutas y hortalizas: relación valor/volumen de la exportación chilena, 2002-2009 (US\$FOB/kilo)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Mercados de destino de las exportaciones chilenas de aceites de frutas y hortalizas

Los aceites de frutas y hortalizas en su conjunto se han exportado en los últimos 8 años a más de 60 países, de los cuales 9 han concentrado más del 85% del valor de esas exportaciones. El año 2009 las exportaciones se realizaron a 45 países, donde destacan principalmente los valores exportados a Venezuela, Estados Unidos, España, Italia y Corea del Sur, y los volúmenes exportados a Italia, España, Estados Unidos y Corea del Sur. El Cuadro 81 presenta el detalle de información al respecto.

Las exportaciones de aceites a Venezuela estuvieron compuestas por aceite de oliva virgen en un 99% tanto en valor como en volumen¹³, seguido por el aceite de rosa mosqueta. Más de un 71% del volumen y 55% del valor de aceites exportados a Estados Unidos son de oliva virgen, seguidos por los demás aceites incluido el de jojoba (23% del volumen y 8,7% del valor) y el de rosa mosqueta (3,6% en volumen y 9% en valor).

¹³ Los valores y volúmenes de las exportaciones de aceite de oliva a Venezuela no concuerdan en cuanto a la relación valor volumen, lo cual se consigna porque podría haber un error en las cifras a las que se accedió en las fuentes de información.

Respecto a España, un 50% de las exportaciones de aceites de frutas y hortalizas chilenas son de oliva virgen, por un 72% del valor total, seguido por aceites de rosa mosqueta. Cabe señalar que las exportaciones de aceite de oliva virgen fueron realizadas en un 96% por una empresa española con inversiones en el país. El aceite de rosa mosqueta fue exportado principalmente por 3 empresas nacionales que concentraron el 41% del valor de las exportaciones totales de aceites de frutas y hortalizas y por un valor del 12%.

Italia recibe aceites de oliva virgen de empresas nacionales y los demás aceites incluido el de jojoba principalmente. Corea del Sur recibe aceite de pepita de uva de nuestro país y muy pequeñas cantidades de aceite de rosa mosqueta, ambos envíos de la misma empresa nacional.

De manera de mostrar la evolución de las exportaciones chilenas de los distintos tipos de aceites de frutas y hortalizas para los productos más importantes dentro de ellas, en el cuadro 81 se entrega esa información para los años 2002 al 2009, tomando a los países más importantes para cada producto, tanto en volumen como en valor de esas exportaciones.

Cuadro 81. Aceites de frutas y hortalizas: exportación chilena por países de destino en volumen y valor, 2002 - 2009

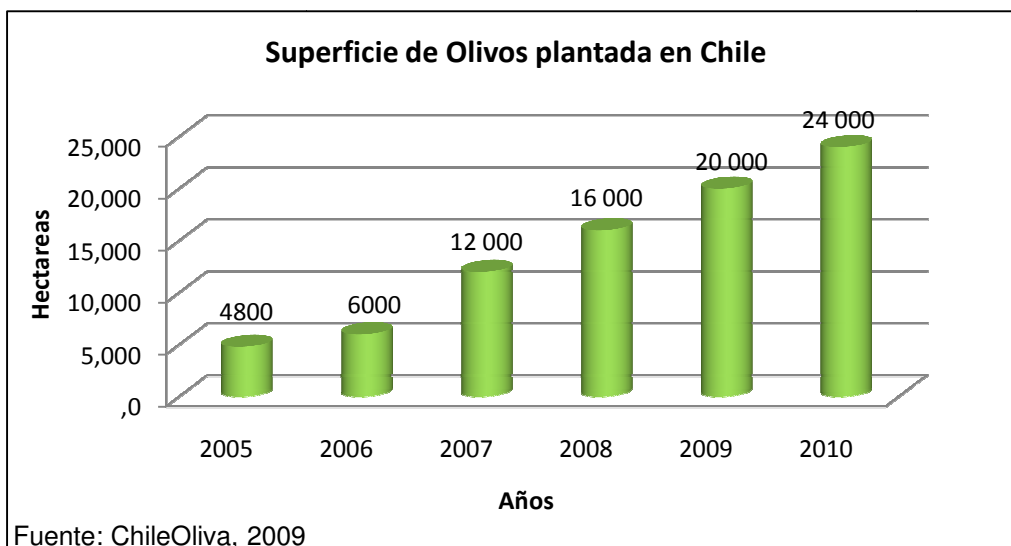
PAÍSES	2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008		2009		% VOLU -MEN 2009	% VALOR 2009
	VOLU -MEN	VALOR	VOLU-MEN	VALOR	VOLU-MEN	VALOR	VOLU-MEN	VALOR	VOLU-MEN	VALOR	VOLU-MEN	VALOR	VOLU-MEN	VALOR	VOLU-MEN	VALOR		
VENEZUELA	0.22	4.51	0.06	1.61	0.28	5.66	0.57	11.97	44.28	173.18	45.20	257.88	127.83	1,174.42	114.09	4,736.32	2.65	22.07
U.S.A.	17.67	234.05	16.33	200.89	49.07	554.85	101.04	717.92	351.53	1,563.85	387.45	2,282.39	716.08	3,599.48	847.26	4,165.40	19.66	19.41
ESPANA	18.30	194.38	26.50	316.80	24.68	288.60	126.35	842.65	110.42	921.57	235.51	1,619.03	292.13	1,838.75	865.11	3,323.43	20.08	15.48
ITALIA	4.32	84.90	10.04	181.91	109.71	311.98	613.13	1,171.02	728.87	1,582.42	1,020.77	2,054.64	824.80	2,108.07	1,088.50	2,957.95	25.26	13.78
COREA DEL SUR	0.77	9.04	0.68	8.16	4.11	35.52	17.11	105.07	12.03	47.85	7.23	40.67	323.42	814.74	666.45	1,688.72	15.47	7.87
JAPON	332.04	1,180.69	381.90	1,709.05	369.77	1,396.75	245.46	1,042.59	232.72	1,150.58	276.96	996.42	305.53	1,109.90	208.09	838.73	4.83	3.91
BRASIL	3.29	36.56	53.27	186.05	6.17	82.32	37.46	156.00	16.51	113.49	17.20	143.49	256.60	803.41	124.11	700.16	2.88	3.26
ALEMANIA	21.68	236.84	42.88	496.66	30.19	375.74	41.27	501.27	64.49	817.89	88.42	1,112.20	87.87	1,153.97	59.82	630.06	1.39	2.94
FRANCIA	12.52	162.96	22.75	311.17	7.86	129.59	18.17	285.66	88.78	443.30	152.21	575.87	108.15	502.35	88.17	518.69	2.05	2.42
MEXICO	0.80	10.25	1.82	23.19	0.34	9.39	8.14	67.07	31.44	151.76	71.62	328.20	69.43	335.96	70.42	316.22	1.63	1.47
OTROS PAÍSES	23.60	251.11	20.67	306.11	133.76	646.35	349.68	1,091.35	148.96	1,537.73	213.19	1,781.26	217.01	1,992.13	176.57	1,589.33	4.10	7.40
TOTAL GENERAL	435.20	2,405.28	576.91	3,741.59	735.93	3,836.76	1,558.37	5,992.56	1,830.03	8,503.63	2,515.76	11,192.04	3,328.85	15,433.19	4,308.58	21,465.00	100	100

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Caracterización del sector aceite de oliva virgen

La industria del aceite de oliva tal como la conocemos hoy es relativamente joven en Chile, con una fase de plantaciones modernas que se desarrolló a partir de fines de la década de los 90 y hoy continúa a un ritmo importante, aunque menor que en los años anteriores.

Gráfico 100. Superficie de olivos plantada en Chile



Información del sector sitúa la producción de aceite de oliva en 8.500 toneladas para el año 2009, con estimaciones de generación de empleos por 6.531 trabajadores (2.781 permanentes y 3.750 de temporada).

Cuadro 82. Distribución de la superficie por región. 2007

Distribución de la superficie por Región - 2007				
Región	Superficie ha	Producción olivas ton	% por Región	Producción aceite Ton
III	1.663	6.652	13,7	665
IV	2646	7.938	21,8	953
V	672	3.026	5,5	378
R.M.	842	5.053	6,9	632
VI	2720	8.160	22,4	1.020
VII	2972	10.400	24,5	1.300
VIII	406	1.016	3,3	122
Total	11.921	42.245	98	5.070

Fuente: ChileOliva, 2009

Desde el punto de vista del territorio, entre la III Región y la VII Región existe muy buen desarrollo de las plantaciones, si bien siguen existiendo problemas puntuales a nivel de cada huerto (polinización, añerismo, entre otros). Existe consenso entre los especialistas en que las plantaciones debiesen seguir desarrollándose desde la Región Metropolitana al norte del país para obtener producciones de calidad.

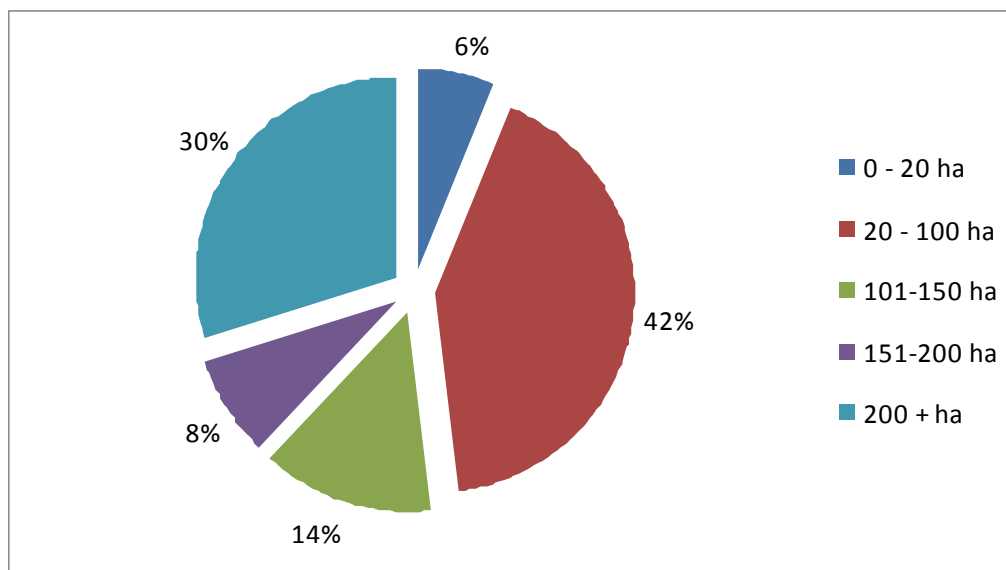
Las expectativas del negocio fueron muy altas en sus inicios, con proyectos de inversión volcados a la exportación en su mayoría, con un nivel de dólar que hoy no existe y con precios que no se obtienen normalmente. En la actualidad se trata de un negocio muy estrecho en cuanto a los márgenes, al cual le ha costado colocar su producto en el extranjero. Las experiencias exitosas han sido las que han apostado por la calidad, con exportación de marcas en algunos casos. A su vez, es un negocio de escala, lo que incidirá en una reducción del número de actores de la industria (mediante aglomeraciones en que empresas a las que les va bien comprarán inversiones ya instaladas). Las nuevas plantaciones de los últimos años están en su mayoría en manos de inversionistas que no pertenecen al sector agrícola.

En esta industria existen dos modelos de negocio, uno que apuesta por calidad y otro por volumen. Aquellos que han apostado por la calidad lo han hecho desde la concepción del negocio, usando las variedades adecuadas, con tecnología de punta tanto en campo como en el proceso de extracción del aceite. En todo caso, la lógica del negocio a nivel mundial es ser tomador de precios, en este caso del aceite a granel del poolRed de España, por lo que además de generar un producto de calidad se debe hacer un fuerte trabajo de marketing y comercialización para obtener precios que paguen esta calidad.

En términos de representatividad de esta industria, ChileOliva es la Asociación Gremial de Productores de Aceite de Oliva que reúne a las empresas que participan directamente en la producción del aceite de oliva extra virgen. Dentro de sus asociados incluye a los proveedores de materia prima y/o a aquellos que elaboran, envasan y comercializan este producto, y su objetivo general es organizar la industria y posicionar el aceite de oliva extra virgen chileno en el mercado nacional e internacional.

A continuación se presentan cifras de segmentación de la industria del aceite de oliva que nos indica que más de un 50% de la producción se encuentra en propiedades de más de 100 hectáreas.

Gráfico 101. Segmentación de la industria del aceite de oliva: distribución de la producción según tamaño de los predios (valores en porcentaje).

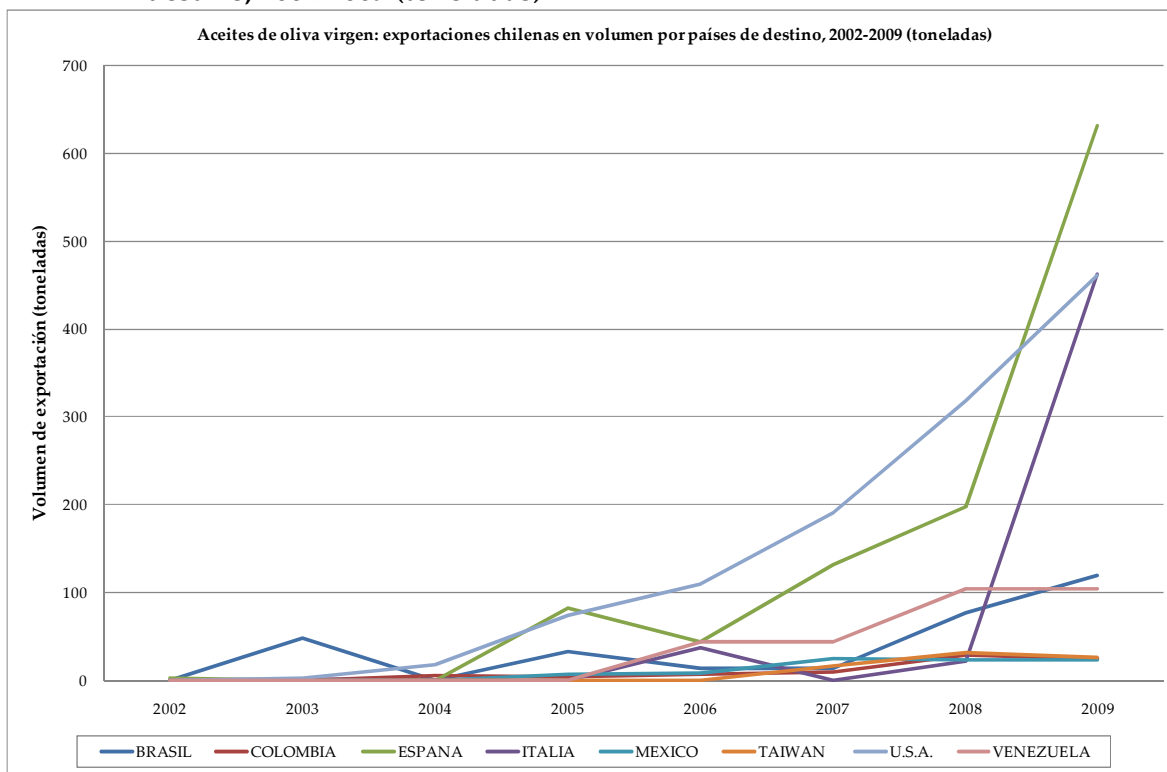


Fuente: ChileOliva, 2009

Mercado del aceite de oliva

A continuación se muestra que, en relación al volumen, las exportaciones chilenas de aceite de oliva virgen del año 2009 fueron principalmente a España, Italia y Estados Unidos; en segundo término a Brasil y Venezuela, y luego, en menor medida, a Colombia, Taiwán y México. Todos estos países presentan una tendencia al aumento en el volumen de estas exportaciones, con fluctuaciones a lo largo de los años, con valores iniciales cercanos a cero en el año 2002 (Gráfico 102).

Gráfico 102. Aceites de oliva virgen: exportaciones chilenas en volumen por países de destino, 2002-2009 (toneladas)



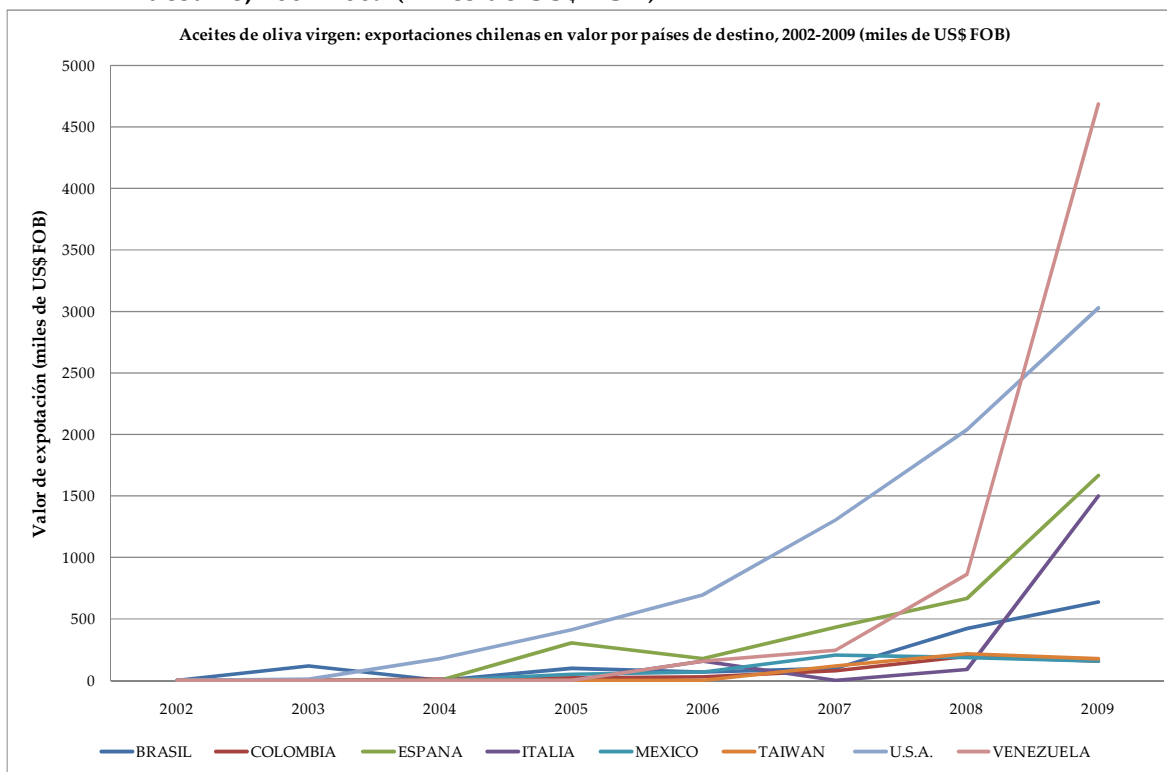
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

El siguiente Gráfico 103 muestra la evolución del valor de las exportaciones del aceite de oliva virgen según los países de destino, donde para el año 2009 destaca Venezuela¹⁴ y Estados Unidos, seguidos por España e Italia, y con menores valores Brasil, Colombia y Taiwán.

Cabe destacar a Japón, país al cual se han enviado bajos volúmenes pero que presenta muy buen precio y frente a lo cual hay altas expectativas de desarrollo de mercado.

¹⁴ Lo cual no se condice con la cifra del volumen para ese mismo año, por lo que se infiere un error en la cifra.

Gráfico 103. Aceites de oliva virgen: exportaciones chilenas en valor por países de destino, 2002-2009 (miles de US\$ FOB)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Dadas las cifras de valor y volumen de las exportaciones chilenas de aceite de oliva, la relación valor/volumen en los distintos países sitúa a Taiwán (6,83), México (6,78), Estados Unidos (6,59) y Colombia (6,38) como los más convenientes para las exportaciones del año 2009, seguidos por Brasil (5,36), y bastante de lejos por Italia (3,25) y España (2,64).

Junto con lo anterior cabe destacar la importancia del volumen y valor obtenido por las exportaciones a Estados Unidos (ambas cifras cercanas al 23%), donde la estrategia de la industria ha sido situarse en un mercado de precios interesantes; lo atractivo del mercado brasilero por el potencial de crecimiento y la cercanía física a nuestro país; y en el caso de Colombia, el interés dado por el mercado para este aceite asociado al turismo de ese país y también su cercanía a nuestro país. Italia y España, si bien son importantes países compradores de este producto (11 y 13% del valor de las exportaciones chilenas totales de este producto), lo hacen a muy bajo precio, lo que junto a la existencia de los aranceles asociados a la cuota dada por la UE para el aceite de oliva virgen chileno, seguirá restringiendo la llegada a esos mercados.

Existen 89 empresas que han exportado aceite de oliva virgen en los últimos 10 años, con aproximadamente 30 empresas exportando el año 2009, de las cuales 7 concentran el 87% del valor de esas exportaciones.

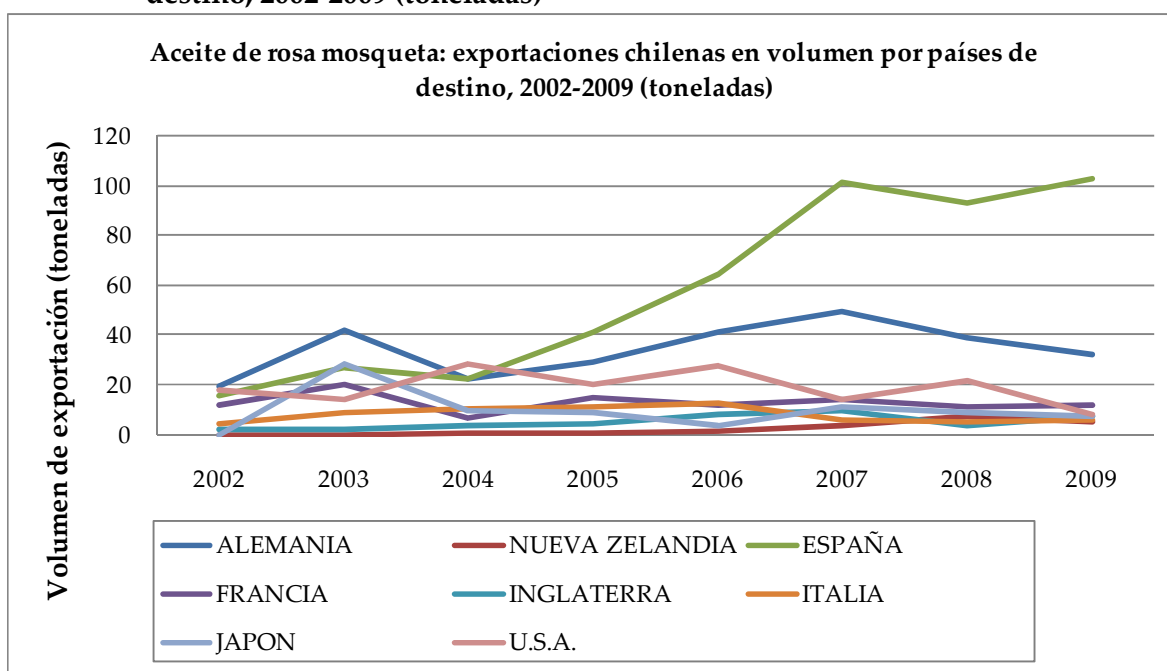
Cabe señalar que en el mercado nacional existen empresas extranjeras que se venden a sí mismas a bajos precios, lo que representa un negocio para ellas porque sus costos son menores a producir en otras partes del mundo

Aceite de rosa mosqueta

Chile muestra una posición de liderazgo en la exportación a nivel mundial (80% del valor transado a nivel mundial), con producto de calidad. A su vez, existen pocas empresas que dominan el mercado y que compran a poderes compradores de semillas.

Las exportaciones de aceite de rosa mosqueta chileno del año 2009 tuvieron como destino casi 40 países, de los cuales 8 concentran el 90% y el 87% del volumen y valor del total de éstas, respectivamente. Cabe señalar que las exportaciones chilenas de este producto representan alrededor del 80% del comercio mundial.

Gráfico 104. Aceite de rosa mosqueta: exportaciones chilenas en volumen por países de destino, 2002-2009 (toneladas)



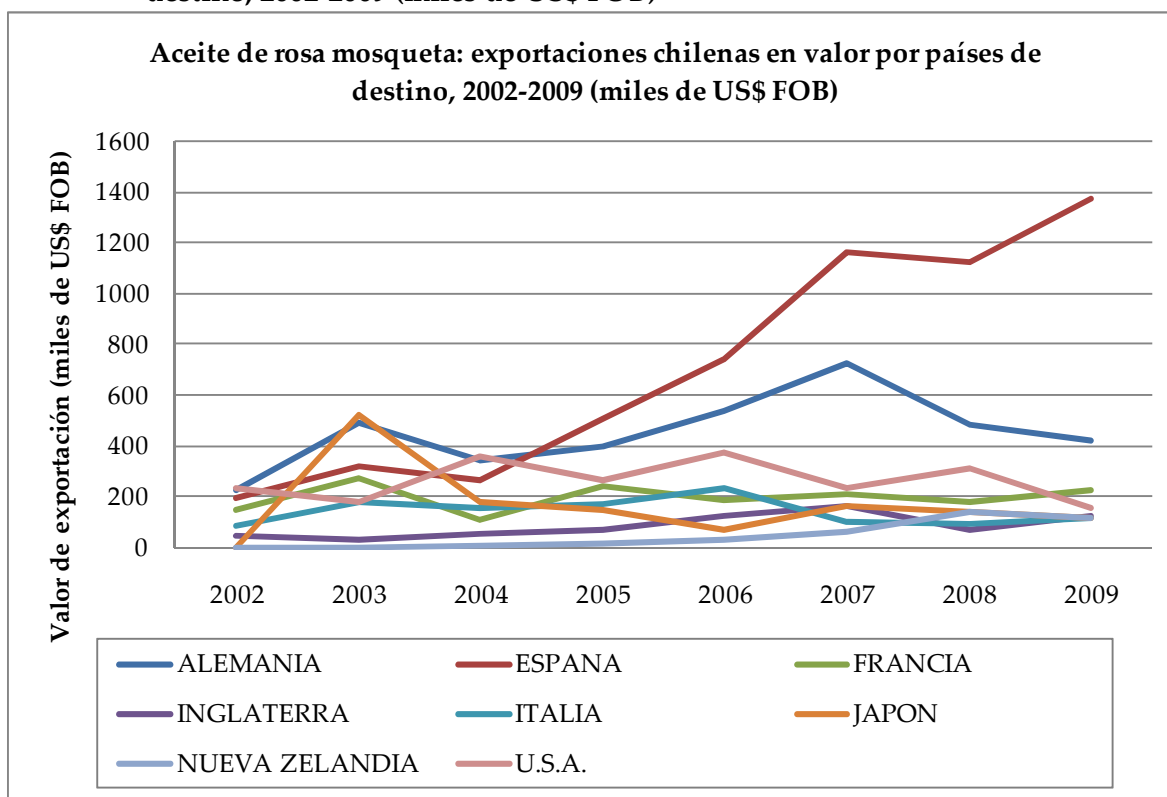
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Destaca el año 2009 España como principal mercado del aceite de rosa mosqueta, consolidándose en este estatus a partir del año 2006, tanto en volumen como en valor. Alemania es el segundo país de destino de estas exportaciones, con fluctuaciones a lo largo de los años (bajas en años 2004 y 2009). Estados Unidos ha sido un importante mercado

para este producto, y las cifras nos muestran fluctuaciones a lo largo de los años tanto en valor como en volumen, con una tendencia general a la disminución de estas exportaciones.

El negocio del aceite de rosa mosqueta no tendría mayor margen para crecer dado lo estrecho de la demanda internacional, la cual ya es bien abastecida. Por tanto hay que explorar la búsqueda de diversificación de usos para fomentar un aumento de la demanda en los distintos países que lo utilizan en otras industrias como materia prima.

Gráfico 105. Aceite de rosa mosqueta: exportaciones chilenas en valor por países de destino, 2002-2009 (miles de US\$ FOB)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Las cifras de exportaciones nacionales registran 47 empresas que han exportado aceite de rosa mosqueta entre los años 2002 y 2009. De ellas, 20 empresas exportaron el año 2009, con 4 empresas que concentran el 82% del valor de esas exportaciones.

Otros aceites

Respecto a otros aceites que no se pueden identificar debido a la inexistencia de glosa específica para ellos, cabe mencionar al aceite de palta y de pepita de uva.

El consumo mundial de aceite de pepita de uva es muy estable, y cabe destacar que una empresa chilena moviliza el 8% del volumen mundial. Es un negocio basado en el uso de un subproducto de otra industria, del cual en Chile sólo se está aprovechando la mitad de lo que se desecha. Dado lo anterior incluso se compra materia prima en Argentina para lograr satisfacer la demanda nacional (aproximadamente 100 toneladas al año) e internacional (3.900 toneladas). Actualmente se exporta a países de la Unión Europea (España, Francia e Italia) y a Corea, tanto en forma pura como en mezclas con otros vegetales (canola por ejemplo).

Se deben seguir explorando mercados como China y consolidando los que se han abordado incipientemente, como Corea (donde este producto incluso se considera como funcional).

El negocio del aceite de palta, por otra parte, es una industria muy reciente (2004), que ha volcado su producción a la exportación (98%), donde destacan los mercados de Japón y Canadá, seguidos de Estados Unidos y países de la Unión Europea (Holanda, Inglaterra, Alemania y Francia).

Las restricciones del negocio están dadas por los altos precios de la palta en situaciones en que los productores tratan de vender toda a consumo fresco, y la calidad en cuanto a la estabilidad del producto lo cual complica la comercialización.

Actualmente existen 7 empresas, que exportaron aproximadamente 61.300 kilos por un monto de 632.043 dólares (año 2009). Estas mismas empresas exportaron el año 2005 un volumen de 5.800 kilos, por un monto de 82.300 dólares. Estas empresas conforman la Asociación de Productores y Comercializadores de Aceite de Palta, Avocado Oil Chile, creada en 2006 con la misión de controlar y mantener altos estándares de producción para los productores de aceite de palta del país y promover el uso de este aceite en el resto del mundo.

Precios según destino las exportaciones chilenas de aceites de frutas

El Cuadro 83 muestra los precios del aceite de oliva que Chile exporta, para los principales países de destino.

Cuadro 83. **Aceite de oliva: precios de las exportaciones chilenas a los principales países de destino, promedio 2002-2009 (US\$ FOB/kilo)**

Precio promedio 2002-2009	US\$ FOB/Kg
Los demás aceites de oliva	7,9
España	6,4
Estados Unidos	10,2
Venezuela	9,4
Aceite de oliva	8,9
España	6,3
Italia	3,7
Estados Unidos	8,9
Venezuela	22,6

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

En el cuadro se observa que el precio promedio 2002-2009 del aceite de oliva para todos los países de destinos es de 8,9 US\$ FOB/Kg, y que el destino donde se obtiene un mayor precio es Venezuela, con 22,6 US\$ FOB/Kg. Por otra parte, el precio promedio obtenido para los demás aceites de oliva es de 7,9 US\$ FOB/Kg., siendo Estados Unidos el destino donde se obtiene el mayor precio (promedio 2002-2009), de 10,2 US\$ FOB/Kg.

El Cuadro 84 muestra los precios de exportación del aceite de rosa mosqueta, en los principales países de destino y como promedio para el conjunto de países.

Cuadro 84. **Rosa mosqueta: precios de las exportaciones chilenas a los principales países de destino, promedio 2002-2009 (US\$ FOB/kilo)**

Precio promedio 2002-2009	US\$ FOB/Kg
Aceite de rosa mosqueta	20,4
Alemania	15,6
España	15,8
Francia	16,2
Estados Unidos	17,4

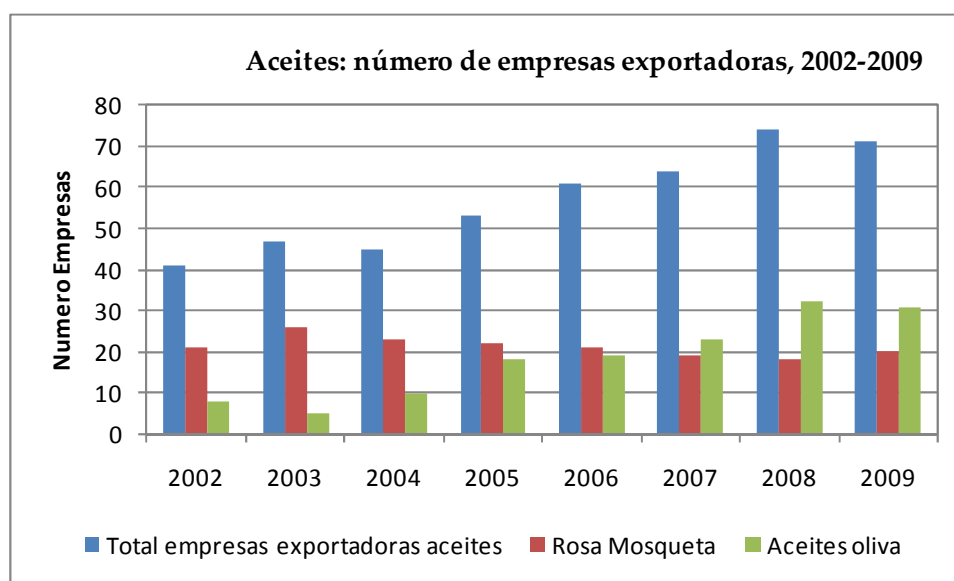
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

El precio promedio 2002-2009 para todos los destinos obtenido para este producto es de 20,4 US\$ FOB/Kg. Estados Unidos es el país de destino donde se obtiene el mayor precio, que alcanza a 17,4 US\$ FOB/Kg.

Empresas exportadoras de aceites de frutas

Como se muestra en el Gráfico 106, el número de empresas que han exportado aceites entre los años 2002 y 2009, se ha ubicado entre 41 y 71 empresas, con un total de 196 empresas diferentes registradas para el período.

Gráfico 106. Aceites: número de empresas exportadoras, 2002-2009



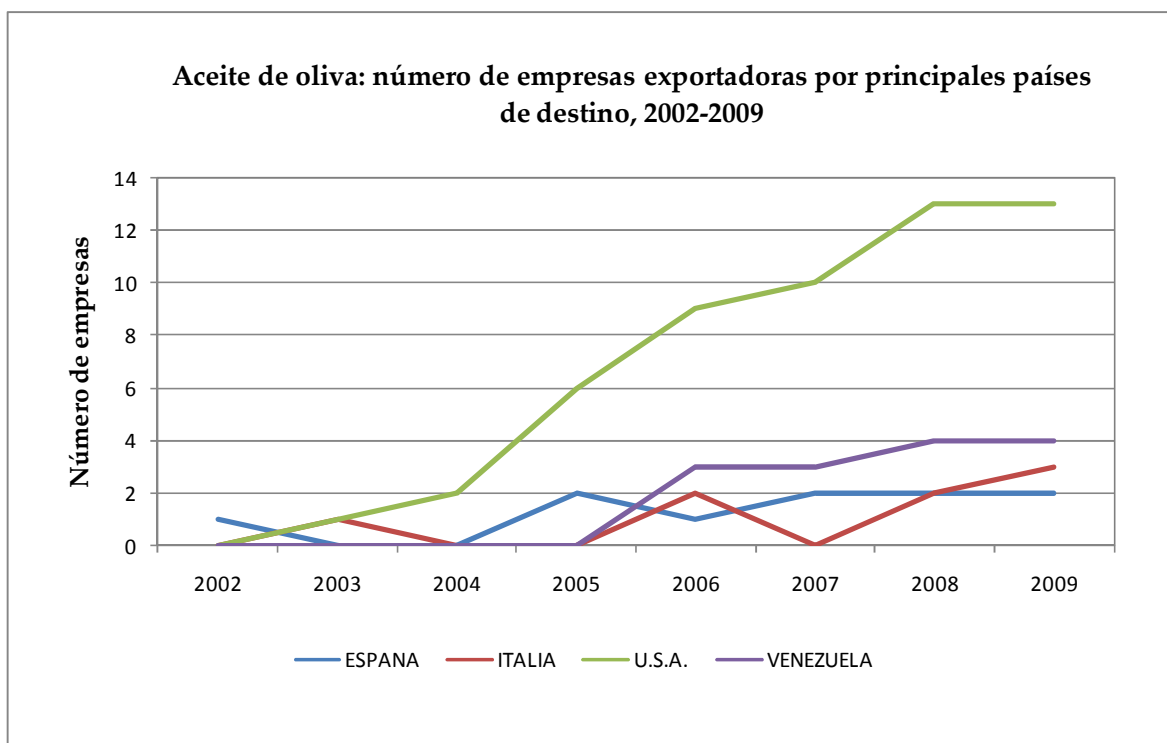
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

En el gráfico se observa el aumento progresivo del número de empresas exportadoras de aceite de oliva, al mismo tiempo que el número de empresas exportadoras de aceite de rosa mosqueta muestra una tendencia a la disminución.

En el Gráfico 107 se observa la evolución entre 2002 y 2009 del número de empresas que han realizado exportaciones de aceites de oliva a los principales países de destinos (definidos éstos por el valor de las exportaciones).

Para las exportaciones de aceite de oliva se observa un aumento importante del número de empresas: en 2002 se registraban 8 empresas exportadoras de aceite de oliva (a los diferentes destinos) y en 2009 el número aumentó a 31 empresas.

Gráfico 107. Aceite de oliva: número de empresas exportadoras por principales países de destino, 2002-2009

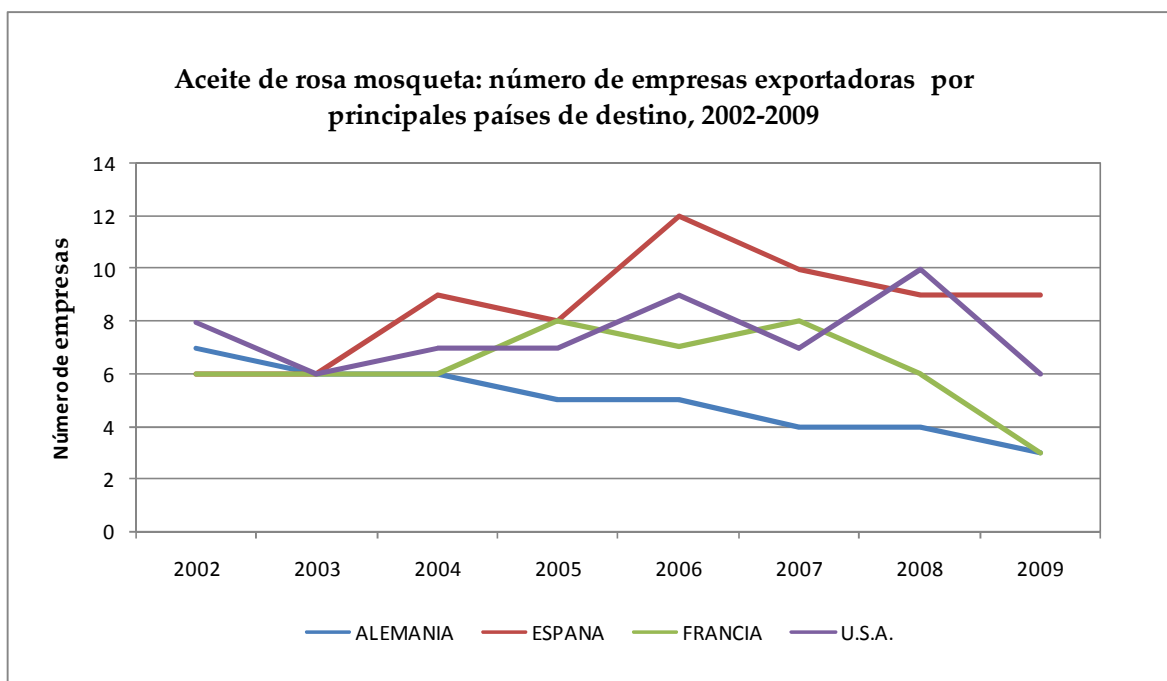


Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

El mayor número de empresas exporta con destino a Estados Unidos, 13 empresas en 2009. En las exportaciones a ese país, sólo 4 empresas concentran más del 90% del valor exportado; de ellas, una empresa registra cerca del 39%, la segunda el 32%, y las otras dos el 17% y el 4%. Igualmente en los otros destinos se observa un aumento en el número de empresas exportadoras, que han pasado desde 1 (o ninguna) empresa en 2002 a 2 ó 4 empresas en el año 2009.

En Gráfico 108 muestra, para el aceite de rosa mosqueta, la evolución entre 2002 y 2009 del número de empresas que han realizado exportaciones a los principales países de destinos (definidos éstos por el valor de las exportaciones).

Gráfico 108. Aceite de rosa mosqueta: número de empresas exportadoras por principales países de destino, 2002-2009



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Si se analiza el número de empresas y la concentración por destino de exportación, se observa que entre 2002 y 2009 las exportaciones de aceite de rosa mosqueta han sido realizadas por un número de empresas que ha oscilado entre 6 y 12. El número de empresas que exportan hacia España ha pasado de 6 empresas en 2002 a 9 en 2009; de esas empresas, sólo 4 empresas concentran en 2009 más del 90% de las exportaciones en valor, 2 de las cuales concentran el 39% y el 32% de las exportaciones en valor de ese año.

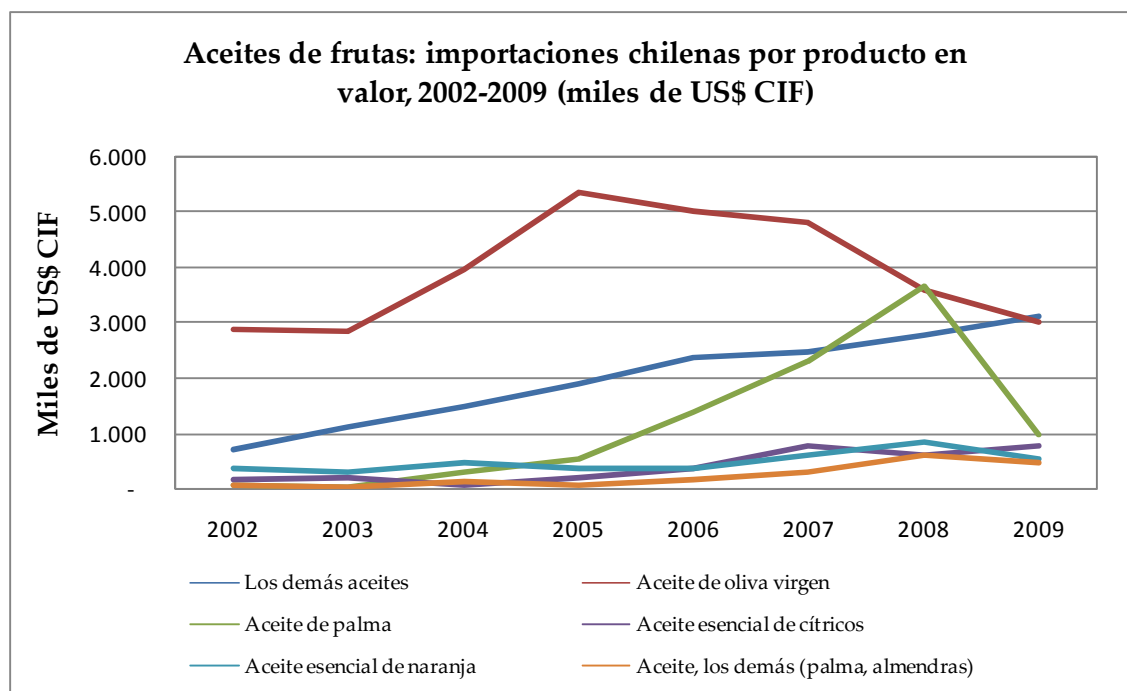
IMPORTACIONES CHILENAS DE ACEITES DE FRUTAS

Las importaciones chilenas de aceites de frutas alcanzaron en 2009 un volumen de 4.065 toneladas, correspondiente a cerca de 9,5 millones de US\$ CIF.

Al comparar los volúmenes importados entre los años 2002 y 2009, se observa que las importaciones de aceites de frutas aumentaron en un 56%, pasando de 2.602 toneladas en el año 2002 a 4.065 toneladas en el año 2009. En términos del valor, estas importaciones crecieron un 75%, pasando de 5,4 millones a 9,5 millones de US\$ CIF.

El Gráfico 109 muestra las importaciones en valor de aceites de frutas, por principales tipos de aceite, entre 2002 y 2009.

Gráfico 109. Aceites de frutas: importaciones chilenas por producto en valor, 2002-2009 (millones de dólares CIF)



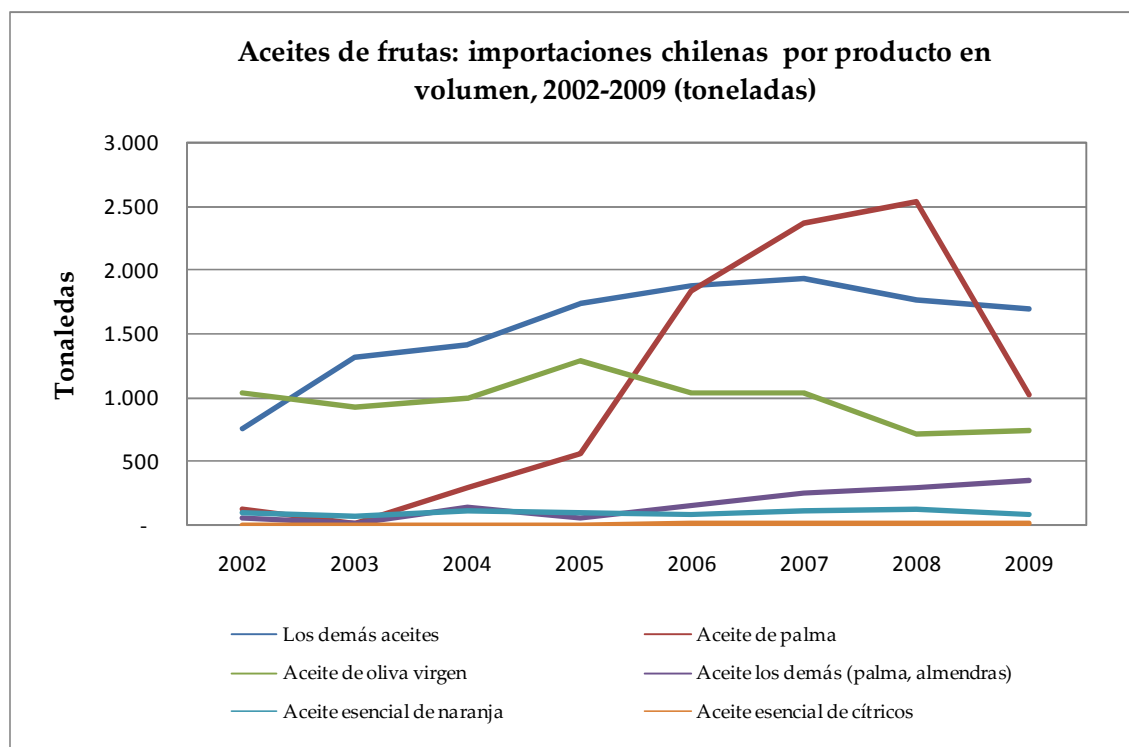
Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Si se observa el valor de importación de aceites en 2009, se observa que la mayor importación corresponde a 'los demás aceites' (palta, pepita uva y otros) con una importancia relativa de 33%, seguida por el aceite de oliva virgen y extra virgen con un porcentaje bastante cercano, de 31%, y luego aceite de palma (10%) y los aceites esenciales de cítricos (7,7%) y de naranja (5,5%), y finalmente 'aceite, los demás' (4,8%).

Al comparar los valores de importación de los principales productos entre 2002 y 2009 se observa que 'los demás aceites' aumentaron su valor de importaciones en un 354%, pasando de 680 mil a 3,1 millones de US\$ CIF. En el caso del aceite de oliva, la importación aumentó de 2,8 millones a 2,9 millones de US\$CIF (con un aumento de 4%); en aceite de palma, el aumento porcentual fue de 2.214% (desde 42 mil a 974 mil US\$ CIF); en aceite esencial de cítricos, se registró un aumento porcentual de 443%, pasando 135 mil a 734 mil US\$ CIF; en aceite de naranja, el aumento porcentual fue de 40% (de 370 mil a 519 mil US\$CIF); por último, el 'aceite, los demás' registró un aumento porcentual de 1.161% (desde 36 mil a 459 mil US\$ CIF).

En términos de volumen (Gráfico 110), destaca en 2009 la importación de 'los demás aceites' (palta, pepita de uva, y otros) con una importancia relativa de 42%; le siguen el aceite de palma (25%), el aceite de oliva virgen y extra virgen (18%), el 'aceite, los demás' (8,4%) y los aceites esenciales de naranjas (1,9%) y cítricos (0,2%).

Gráfico 110. Aceites de frutas: importaciones chilenas por producto en volumen, 2002-2009 (toneladas)



Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Al comparar los volúmenes de importación de estos productos entre 2002 y 2009 se observa que ‘los demás aceites’ aumentaron su volumen en un 124%, pasando de 754 a 1.693 toneladas; y el aceite de palma en un 701%, pasando de 127 a 1.018 toneladas; el aceite de oliva, en tanto, disminuyó su volumen en un 29%, al pasar de 1.030 a 727 toneladas; el ‘aceite, los demás’ aumentó también su volumen importado, en un 655%, pasando de 45 a 341 toneladas; el aceite esencial de naranjas muestra una disminución de un 11%, pasando de 85 a 76 toneladas y, por último, el aceite esencial de cítricos registra un aumento de 129%, de 4 a 10 toneladas.

Principales países de origen y precio de las importaciones

En el Cuadro 85 se observan los principales países de origen de los principales productos de aceites de frutas que Chile importa, detallando el volumen y el valor de importación en 2009, la importancia relativa de cada país de origen para cada uno de los productos, el de importación en 2009 (CIF) y de importación.

Cuadro 85. Aceites de frutas: importaciones chilenas por producto y país de origen: valor y volumen importado en 2009, participación por país, precio 2009 y precio promedio 2002-2009

Producto-Origen	Valor importaciones 2009		Volumen importaciones 2009		Precio 2009 (US\$ CIF/kilo)	Precio promedio 2002-09 (US\$ CIF/kilo)
	Valor (US\$ CIF)	Participación del país en el valor (%)	Volumen (toneladas)	Participación del país en el volumen (%)		
Aceite de oliva virgen	2.985.955	100,0	726,7	100,0	9,8	7,6
Argentina	702.339	23,5	278,4	38,3	4,3	4,8
Italia	1.434.124	48,0	271,7	37,4	13,5	9,4
España	820.954	27,5	170,6	23,5	7,4	6,9
Aceite de palma	974.903	100,0	1017,5	100,0	5,3	3,4
Colombia	893.756	91,7	949,9	93,4	0,9	1,1
Singapur	39.794	4,1	43,2	4,2	0,9	0,9
Ecuador	20.531	2,1	14,4	1,4	0,8	2,1
Suecia	18.089	1,9	9,8	1,0	9,6	9,6
Aceite, los demás (palma, almendras)	459.860	100,0	341,4	100,0	2,2	3,9
Ecuador	452.365	98,4	339,4	99,4	1,3	2,0
Los demás aceites	3.101.981	100,0	1692,5	100,0	11,4	10,1
Argentina	2.834.800	91,4	1654,4	97,7	1,9	2,1
Francia	48.164	1,6	14,9	0,9	16,9	31,8
Alemania	38.957	1,3	2,0	0,1	12,0	15,7
Suiza	80.044	2,6	1,7	0,1	33,3	23,0
Aceite esencial de naranja	519.718	100,0	75,9	100,0	35,7	69,2
Estados unidos	317.175	61,0	27,6	36,3	32,6	71,6
Brasil	54.873	10,6	21,8	28,7	31,6	18,7
Argentina	44.346	8,5	19,2	25,3	34,5	114,6
España	20.667	4,0	5,2	6,9	7,2	86,2
Inglaterra	66.273	12,8	0,8	1,0	63,7	175,8
Alemania	6.856	1,3	0,2	0,3	83,7	96,9
Aceite esencial de cítricos	734.078	100,0	9,6	100,0	190,3	181,2
Estados unidos	600.130	81,8	7,4	77,1	145,8	143,5
Alemania	39.529	5,4	0,6	6,5	45,5	154,2
Inglaterra	21.917	3,0	0,4	3,7	52,5	233,8
Brasil	20.256	2,8	0,3	3,0	136,0	108,5
Italia	25.964	3,5	0,3	2,6	126,8	75,2
México	15.600	2,1	0,1	1,0	156,0	305,8

Fuente: Elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

4.2 Proyecciones para el sector período 2010-2020

La estimación de proyecciones de crecimiento del sector agroindustrial hortofrutícola que se presenta a continuación se plantea desde la orientación del estudio encargado por ODEPA. En este sentido, el centro del análisis está en los productos agroindustriales y no en la materia prima (cuyo origen puede ser diverso), razón por la cual las proyecciones se realizan agrupando los productos de acuerdo con su procesamiento (conservas, jugos, congelados, deshidratados y aceites). Esta forma de agrupación considera que cada grupo de productos, en forma agregada, presenta similitudes considerando los siguientes antecedentes:

- Modelo de negocio y gestión comercial de las empresas
- Tecnologías de procesamiento
- Formas de envasado y transporte de los productos
- Canales de comercialización
- Formas de uso de los productos
- Tendencias en las preferencias en el consumo de los productos
- Dinámica de crecimiento de exportaciones
- Dinámica de crecimiento de las importaciones

Estas estimaciones presentan en primer término la tendencia de crecimiento que ha registrado cada grupo de productos en los últimos 10 años y todas aquellas consideraciones prospectadas en el desarrollo del presente estudio que tienen relación con posibilidades de modificar su situación actual de crecimiento y con necesidades de abordar para mantener y/o mejorar su competitividad, para luego, con base en esas consideraciones, presentar la proyección de crecimiento de cada uno de ellos.

Conservas de frutas y hortalizas

Las importaciones de conservas a nivel mundial han presentado un dinamismo interesante, marcando un crecimiento en valor de 10,6% anual promedio entre los años 2001 y 2009.

Chile ha mantenido un crecimiento global de las exportaciones de conservas de frutas y hortalizas de 8,3% promedio anual en valor; las exportaciones de conservas de frutas han mostrado un mayor dinamismo que las de conservas de hortalizas, con tasas de crecimiento promedio anual entre 2000 y 2009 de 11,4% y 2,7%, respectivamente.

Cuadro 86. Indicadores del sector y productos en conservas exportados por Chile

	Tasa variación importaciones mundiales 2001-2009 (Valor)	Participación en la canasta exportadora (Valor) (%)	Tasa variación exportaciones chilenas 2000-2009 (Valor) (%)
Conservas	10,6	100,0%	8,3
Frutas en conserva	-	-	11,4
Hortalizas en conserva	-	-	2,7
Duraznos	-	20,5	7,6
Pulpas, jaleas, mermeladas de duraznos	-	11,3	26,9
Pasta de tomate	-	27,1	0,2

Fuente: Elaboración propia.

Los productos que tienen una mayor importancia en la canasta exportadora de frutas en conservas son los duraznos (20,5% del valor) y las pulpas, jaleas y mermeladas de duraznos (11,3% del valor). En el caso de las hortalizas en conservas, la pulpa de tomate concentra un 27,1% de importancia promedio en el valor de las exportaciones de este grupo de productos.

Esta condición se ha tomado en consideración en las proyecciones de crecimiento futuro, estableciendo como criterio que la mayor importancia relativa de estos productos marca la tendencia del sector, tal como se observa que ha ocurrido en el comportamiento de las exportaciones en los últimos diez años.

Las tasas de crecimiento anual de las exportaciones de duraznos en conservas y de pulpas, jaleas y mermeladas de duraznos han sido en el período 2000-2009 de 7,6% y 26,9% promedio anual, respectivamente. Una situación muy distinta se observa en el caso de las exportaciones de pasta de tomate, cuya tasa de crecimiento ha sido muy baja, de modo que el valor de exportación de este producto se ha mantenido en niveles más estables.

En este marco, en las proyecciones de crecimiento del sector se ha estimado la oferta de duraznos en conserva de acuerdo a la proyección de crecimiento de la oferta de materia prima nacional. Estas estimaciones de crecimiento se han tomado en la base de cálculo de los tres escenarios proyectados. Para la realización de las estimaciones se han considerado los siguientes criterios:

Cuadro 87. Criterios aplicados a las estimaciones de crecimiento de la oferta de duraznos en conserva

Superficie 2010	10.676	ha
Incremento de superficie	50	ha/año
Rendimiento	35,0	ton/ha
Producción estimada 2010	373.652	ton/año
Destino agroindustria	38%	
Exportación	80%	%
Rendimiento conserva	60%	%
Relación valor/volumen	1,00	MMUS\$/Ton
Exportación 2009 en volumen	57.626	ton
Exportación 2009 en valor	68.058	MMUS\$
Tasa variación promedio observada en valor	8,0%	%

Fuente: Elaboración propia.

La industria nacional de conservas de frutas y hortalizas tiene disponibilidad de capacidad instalada tanto para sustentar un aumento en la producción como para diversificación de productos.

Por otra parte, existen y se podrían potenciar, mercados de mayor valor y exigencia de calidad, pero que están en crecimiento, como el de la pastelería y la panadería.

Adicionalmente, están vigentes tratados de libre comercio (TLC) que mantienen una tendencia a la ampliación de mercados, a lo cual se van sumando los nuevos tratados que el país va negociando.

A su vez, se ha venido trabajando en la diversificación de productos y es un esfuerzo que se debe mantener y profundizar, especialmente con miras a una mayor agregación de valor.

En función de estos elementos es posible proyectar un escenario positivo, en el cual el crecimiento del sector se proyecta de acuerdo a la tendencia que ha mantenido en los últimos 10 años, aprovechando las oportunidades tecnológicas y comerciales existentes (Gráfico 111, Escenario 3: Optimista).

Por otro lado, se han identificado factores que pueden generar un menor crecimiento del sector, como el aumento de los costos de producción de la materia prima y el debilitamiento de la calidad de los productos como factor de competitividad que se debe seguir potenciando a través de la incorporación de nuevas variedades que respondan a los requerimientos específicos de la agroindustria.

A su vez, las brechas en productividad generan condiciones de menor competitividad del sector y afectan sus proyecciones de crecimiento, las cuales deben ser superadas, por

ejemplo, mediante el trabajo con variedades (por ejemplo, variedades más adecuadas para los procesos agroindustriales) y a través de esfuerzos para superar las pérdidas en postcosecha.

Otro factor que genera menores expectativas de crecimiento está asociado a la baja diversidad de zonas de producción y de época de cosecha (diversificar y ampliar las épocas de cosecha para aumentar la disponibilidad de materia prima).

Dado lo anterior, se estima que la proyección de crecimiento futuro puede ser menor, considerando sólo un aumento en los aportes de durazno en conservas en función de la oferta de producto en fresco proyectada a nivel nacional y que el resto de los productos se mantienen en niveles constantes de oferta (Gráfico 111, Escenario 1: Pesimista).

A su vez, se ha considerado un tercer escenario (Gráfico 111, Escenario 2: Conservador), en el cual se ha mantenido el crecimiento de los distintos productos en función de la tasa de crecimiento promedio anual de los últimos 5 años, pero estableciendo un tope de crecimiento en función de los niveles más altos de exportaciones alcanzados en el mismo período. La proyección del crecimiento de las exportaciones de conservas se presenta en gráfico siguiente, para cada uno de los escenarios descritos.

Gráfico 111. Proyección de crecimiento de exportaciones del sector de conservas



Fuente: Elaboración propia.

Congelados hortofrutícolas

Las importaciones de productos hortofrutícolas congelados a nivel mundial han mostrado un dinamismo menor que en el caso de los productos en conservas, pero sin embargo han mantenido una tasa de 9,9% de crecimiento anual promedio. En este mismo sentido, Chile ha mantenido un dinamismo mayor, sustentado en el desarrollo productivo y comercial de productos como la frambuesa congelada.

Dentro de la canasta exportadora nacional de productos congelados destaca la participación de las frambuesas (40,8%), frutillas y moras; y en materia de hortalizas, las exportaciones de congelados se concentra en espárragos y maíz.

Cuadro 88. Indicadores del sector y productos congelados exportados por Chile

	Tasa variación importaciones mundiales 2001-2009 (Valor)	Participación en la canasta exportadora (%) (Valor)	Tasa variación exportaciones chilenas 2000-2009 (%) (Valor)
Congelados	9,9	100,0	15,9
Frutas	-	-	17,0
Hortalizas	-	-	13,5
Frambuesas	-	40,8	22,0
Frutillas	-	11,5	28,6
Mora	-	10,5	11,4
Arándanos	-	3,3	73,2
Espárragos	-	8,4	4,4
Maíz	-	2,1	30,3

Fuente: Elaboración propia.

La exportación de productos frutícolas congelados muestra entre 2000 y 2009 una tasa de crecimiento promedio anual de 17,0%; y la exportación de hortalizas congeladas, una tasa de crecimiento promedio anual de 13,5% en el mismo período. Las tasas de crecimiento de las exportaciones de frambuesas, frutillas y maíz han estado entre los 20 y los 30 puntos porcentuales.

A estos productos se debe agregar en el análisis de proyecciones al arándano, dado el crecimiento proyectado de la oferta nacional de este producto en fresco y el consecuente aumento de la oferta nacional para exportar, no sólo en forma fresca sino también potenciando la oferta de este producto congelado, proyectando la sobresaliente tasa de crecimiento anual promedio entre los años 2000 y 2009.

Se ha considerado que, aun teniendo una alta participación las exportaciones de frutillas, espárragos, maíz y moras en la canasta exportadora de productos congelados, las frutillas, espárragos y maíz presentan un alta rotación en el cultivo y la mora se basa en forma importante en la recolección, por lo cual la estimación de la oferta nacional de este producto se ha basado en las tasas de crecimiento que han mostrado en el período anterior.

A lo anterior cabe agregar que la pérdida de competitividad del maíz nacional por el tipo de cambio y el costo de producción asociado, ha obligado a aumentar las importaciones de maíz para abastecer a la industria nacional.

En hortalizas, se ha observado un aumento de las importaciones como materia prima de choclos y arvejas, principalmente (baja competitividad en la producción interna de materias primas). Esto no afecta en forma directa el comercio de congelados, pero se relaciona con el origen de la materia prima y en ese sentido afectaría al sector en su conjunto (producción primaria). Por otra parte, no debe perderse de vista que la importación de materia prima puede afectar la calidad del producto congelado que se genera. Esta situación no permite vincular la oferta nacional de materia prima con la oferta de producto congelado.

Para la estimación del comportamiento futuro de las exportaciones de frutas y hortalizas congeladas en valor se estimó la oferta de frambuesas y arándanos a futuro, dada su importancia en la canasta exportadora de este tipo de productos, el ritmo de crecimiento de las exportaciones en los últimos 10 años y la menor rotación que tienen las inversiones en plantaciones de ambas especies. Los criterios aplicados en estas estimaciones son las siguientes:

Cuadro 89. Criterios de aplicados a las estimaciones de crecimiento de la oferta de arándanos

Superficie 2010	12.500	ha
Incremento de superficie	3%	del total de ha/año
Rendimiento	10	ton/ha
Producción estimada 2010	125.000	ton/año
Exportación en fresco	75%	%
Exportación congelado	25%	%
Relación valor/volumen	2,30	MMUS\$/Ton
Exportación de congelados 2009 volumen	9.921	ton
Exportación de congelados 2009 en valor	24.575	MMUS\$
Tasa variación promedio observada en valor	73%	%

Fuente: Elaboración propia.

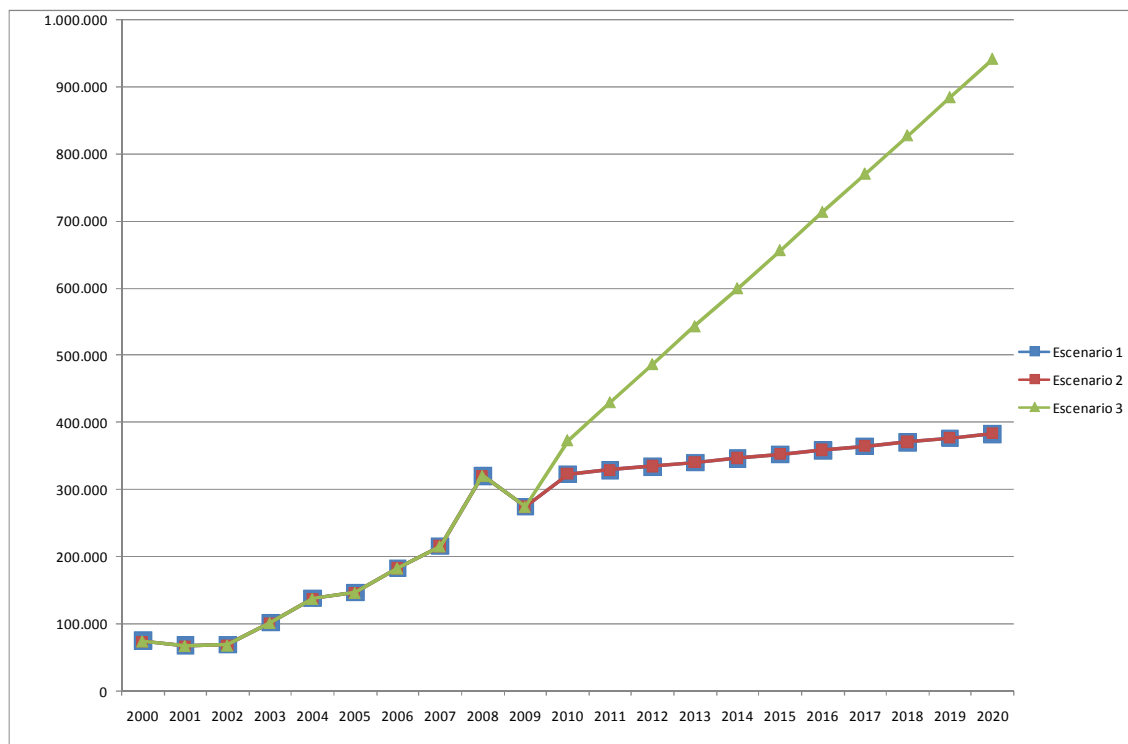
La existencia de capacidad instalada disponible para aumentar los volúmenes de procesamiento y exportación de productos congelados, y el fortalecimiento, consolidación y diversificación de los mercados de destino de los productos permiten estimar un escenario positivo de crecimiento de las exportaciones de productos congelados hortícolas y frutícolas en valor. Este escenario está estimado en función de las proyecciones de crecimiento de la oferta nacional de arándanos y frambuesas como materia prima y una proyección de la tasa de crecimiento promedio anual 2000-2009 de cada uno de los productos que integran la canasta exportadora de frutas y hortalizas congeladas (Gráfico 112, Escenario 3: Optimista).

Sin embargo, el sector presenta importantes brechas que restringen las estimaciones de crecimiento, entre las cuales se destacan los márgenes existentes en los índices de eficiencia del trabajo desarrollado por las personas y en materia de uso y costo de energía, la gestión de la cadena de producción en materia de inocuidad alimentaria y en la condición global de la industria en materia de producción limpia (el conjunto de las empresas), junto con la baja diversidad (distintos productos y que ofrezcan soluciones al *retail* y al consumidor), complejidad, valor agregado de productos congelados ofrecidos en el mercado. Dadas estas condiciones, se ha proyectado un escenario pesimista, en el cual se han proyectado las exportaciones de cada uno de los productos sin mostrar crecimiento a partir del año 2010 en adelante, con un crecimiento global basado en las proyecciones de crecimiento de las exportaciones de frambuesas y arándanos (Gráfico 112, Escenario 1: Pesimista).

Finalmente, se proyecta un tercer escenario (Gráfico 112, Escenario 2: Conservador), en el cual las proyecciones de crecimiento de cada uno de los productos que conforman la canasta exportadora de frutas y hortalizas congelados crecen a la tasa promedio de los últimos 5 años con un tope en los niveles más altos alcanzados en el mismo período. En la estimación global del sector, se suma el aporte del crecimiento de las exportaciones de frambuesas y arándanos en función del comportamiento proyectado de la oferta de fruta fresca en ambos casos.

La proyección del crecimiento de las exportaciones de congelados hortofrutícolas se presenta en gráfico siguiente, para cada uno de los escenarios descritos.

Gráfico 112. Proyección de crecimiento de exportaciones del sector de congelados



Fuente: Elaboración propia.

Deshidratados hortofrutícolas

Las importaciones de productos hortofrutícolas deshidratados a nivel mundial han presentado un crecimiento en valor de 11,2% anual promedio entre los años 2001 y 2009.

Las exportaciones chilenas de productos hortofrutícolas deshidratados muestran entre 2000 y 2009 una tasa de crecimiento promedio anual de 11,3%, que para los distintos grupos de productos se desglosa en:

- Frutas: 14,4%
- Hortalizas y hongos: 0,3%
- Partes de plantas: 5,3%

Cuadro 90. Indicadores del sector y productos deshidratados exportados por Chile

	Tasa variación importaciones mundiales 2001-2009 (Valor)	Participación en la canasta exportadora (%) (Valor)	Tasa variación exportaciones chilenas 2000-2009 (%) (Valor)
Deshidratados	11,2	100,0	11,3
Pasas	--	26,3	12,1
Ciruelas	--	24,2	16,4
Manzanas	--	8,6	10,8
Nueces	--	17,5	16,7

Fuente: Elaboración propia.

Los productos que tienen una mayor importancia en la canasta exportadora de frutas deshidratadas corresponden a pasas (26,6%), ciruelas (24,2%) y nueces (17,5%). En el caso de las hortalizas y las partes de plantas, comparativamente con las frutas, su importancia relativa dentro de los deshidratados es mucho menor; es así como pimentón y rosa mosqueta representan cada una un 6% de importancia promedio en el valor de las exportaciones del grupo de deshidratados.

Esta condición se ha tomado en consideración en las proyecciones de crecimiento futuro, estableciendo como criterio que la mayor importancia relativa de estos productos marca la tendencia del sector, como se observa que ha ocurrido en el comportamiento de las exportaciones en los últimos diez años.

En este marco, en las proyecciones de crecimiento del sector se ha estimado la oferta de ciruelas deshidratadas y nueces (con y sin cáscara) de acuerdo a la proyección de crecimiento de la oferta de materia prima nacional. Estas estimaciones de crecimiento se han tomado en la base de cálculo de los tres escenarios proyectados. Para la realización de las estimaciones se han considerado los siguientes criterios:

Cuadro 91. Criterios de aplicados a las estimaciones de crecimiento de la oferta de ciruelas deshidratadas

Superficie 2010	12.442	ha
Incremento de superficie	1.200	ha/año
Rendimiento	18,0	ton/ha
Producción estimada 2010 ciruela fresca	223.961	ton/año
Rendimiento secado	30%	%
Producción estimada 2010 ciruela seca	67.188	Ton
Exportación	90%	%

Relación valor/volumen	1,79	MMUS\$/Ton
Exportación 2009 en volumen	46.502	ton
Exportación 2009 en valor	99.889	MMUS\$
Tasa variación promedio observada en valor	16%	%

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 92. Criterios de aplicados a las estimaciones de crecimiento de la oferta de nueces

Superficie 2010	19.000	ha
Incremento de superficie	1.300	ha/año
Rendimiento	1,7	ton/ha
Producción estimada 2010	32.300	ton/año
Exportación	60%	%
Relación valor/volumen	4,77	MMUS\$/Ton
Exportación 2009 en volumen	18.249	ton
Exportación 2009 en valor	83.657	MMUS\$
Tasa variación promedio observada en valor	22%	%

Fuente: Elaboración propia.

Existe una oportunidad en las frutas deshidratadas como las nueces, por el aumento de la demanda y la obtención de mejores calidades, además de la ventaja en términos de costos.

La calidad y precio de la nuez chilena ha configurado condiciones favorables para el desarrollo de la industria. La incorporación de tecnologías y los favorables retornos a productor siguen incentivando las plantaciones. Se espera un aumento del volumen producido por la incorporación de mejoras tecnológicas y la entrada en producción de plantaciones en formación. También se espera que exista una mayor distribución del cultivo a lo largo del país, abordando zonas donde los costos del suelo puedan ser menores, particularmente en la zona centro sur del país.

En general los mercados asiáticos y del Medio Oriente presentan una gran oportunidad, por lo que se deben hacer esfuerzos por posicionar estos productos en dichos mercados.

En función de estos elementos es posible proyectar un escenario positivo (Gráfico 113, Escenario 3: Optimista), en el cual el crecimiento del sector se proyecta de acuerdo a la tendencia que ha mantenido en los últimos 10 años, aprovechando las oportunidades tecnológicas y comerciales existentes.

Se deben tener en consideración los temas relacionados al manejo sanitario de las materias primas y se deben fortalecer los programas fitosanitarios, así como monitorear continuamente los cambios en los límites máximos de residuos en los mercados de destino.

Ciruelas secas: se verán enfrentadas en los próximos años a un desafío importante en términos de la apertura de nuevos mercados, colocación del producto y agregación de valor, como consecuencia del aumento explosivo de la superficie de cultivo, la mantención de la demanda y la disminución de los precios.

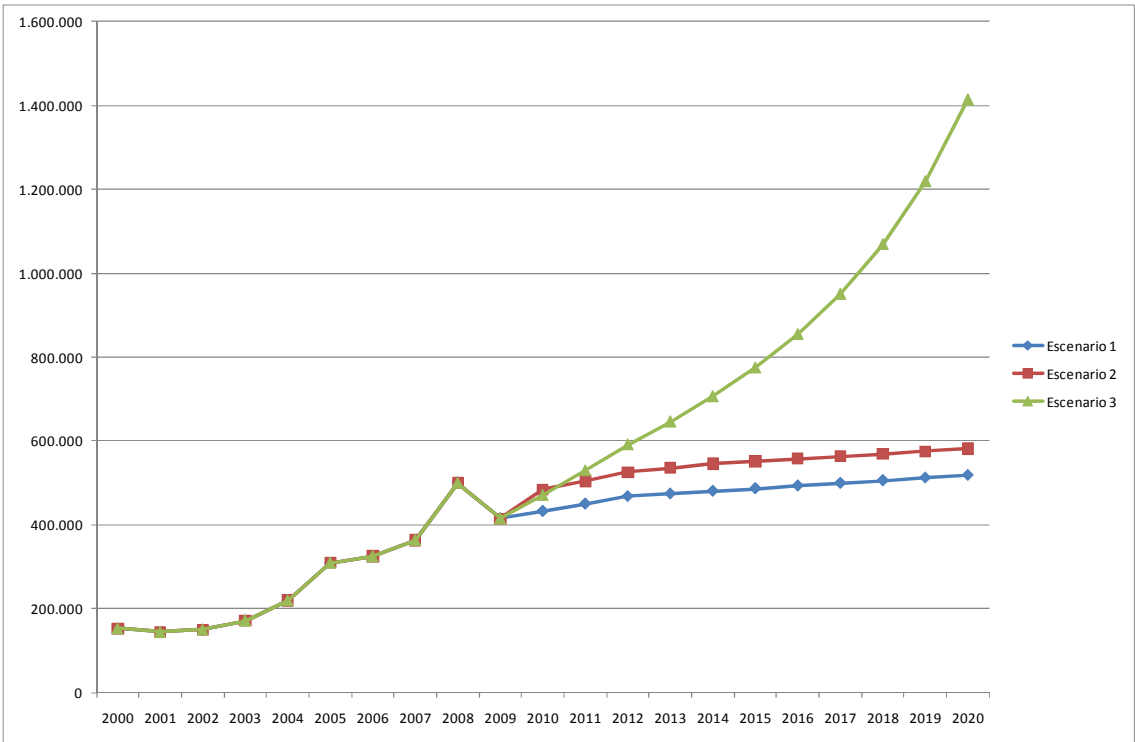
Dado lo anterior, se estima que la proyección de crecimiento seguirá la tendencia de los últimos años señalada.

Se estima que la proyección de crecimiento futura puede ser menor considerando sólo un aumento en los aportes ciruelas deshidratadas y el resto de los productos se mantengan en niveles constantes de oferta (Gráfico 113, Escenario 1: Pesimista).

A su vez se ha considerado un tercer escenario (Gráfico 113, Escenario 2: Conservador) en el cual se ha mantenido el crecimiento de los distintos productos en función de la tasa de crecimiento promedio anual de los últimos 5 años, pero estableciendo un tope de crecimiento en función de los niveles más altos de exportaciones alcanzados en el mismo período.

La proyección del crecimiento de las exportaciones de deshidratados hortofrutícolas se presenta en gráfico siguiente, para cada uno de los escenarios descritos.

Gráfico 113. Proyección de crecimiento de exportaciones del sector de deshidratados



Fuente: Elaboración propia.

Jugos de frutas y hortalizas

Las importaciones de jugos a nivel mundial han presentado un crecimiento en valor de 10,5% anual promedio entre los años 2001 y 2009.

Las exportaciones chilenas de jugos de frutas y hortalizas muestra entre 2000 y 2009 una tasa de crecimiento promedio anual de 10,7%, que se desglosa en:

- Frutas: 10,7%
- Hortalizas: 29%

Cuadro 93. Indicadores del sector jugos, exportados por Chile

	Tasa variación importaciones mundiales 2001-2009 (Valor)	Participación en la canasta exportadora (%) (Valor)	Tasa variación exportaciones chilenas 2000-2009 (%) (Valor)
Jugos	10,5	100,0	10,7%
Manzana	--	42,9	3%
Uva	--	21,4	28%
Frambuesa	--	7,7	13%
Ciruela	--	4,9	28%
Pera	--	3,4	-14%
Pimentón	--	2,4	28%

Fuente: Elaboración propia.

El producto que tiene una mayor importancia en la canasta exportadora de jugos corresponde al de manzana (42,9%).

Esta condición se ha tomado en consideración en las proyecciones de crecimiento futuro estableciendo como criterio que la mayor importancia relativa de estos productos marca la tendencia del sector como se observa en lo ocurrido en el comportamiento de las exportaciones en los últimos diez años.

En este marco, en las proyecciones de crecimiento del sector se ha estimado la oferta de jugos de manzana de acuerdo a la proyección de crecimiento de la oferta de materia prima nacional. Estas estimaciones de crecimiento se han tomado en la base de cálculo de los tres escenarios proyectados. Para la realización de las estimaciones se han considerado los siguientes criterios:

Cuadro 94. Criterios de aplicados a las estimaciones de crecimiento de la oferta de jugos de manzana

Superficie 2010	35.029	ha
Incremento superficie	1.500	ha/año
Rendimiento	40,0	ton/ha
Producción estimada 2010	1.401.172	ton/año
Destino agroindustria	30%	
Exportación	80%	%
Rendimiento jugo concentrado	12%	%
Relación valor/volumen	1,07	MMUS\$/Ton
Exportación 2009	38.146	ton
Exportación 2009	40.318	MMUS\$
Tasa variación promedio observada en valor	2,6%	%

Fuente: Elaboración propia.

El sector exportador de jugos se ha visto fortalecido como resultado del prestigio de Chile como exportador de fruta fresca y por la percepción de los clientes internacionales sobre el incremento en la calidad de los productos. A ello se suma la diversidad de productos que puede ofrecer el país (numerosas especies vegetales) y la seriedad en el ámbito de los negocios.

En cuando a los volúmenes de jugo ofertados, es posible su incremento y depende más bien de la disponibilidad de materia prima. Por lo tanto, en la medida en que la superficie y la producción frutícola aumenten, en respuesta a las exportaciones de fruta fresca, los volúmenes de jugos de fruta podrían, potencialmente, acompañar este crecimiento.

En función de estos elementos es posible proyectar un escenario positivo (Gráfico 114, Escenario 3: Optimista) en el cual el crecimiento del sector se proyecta de acuerdo a la tendencia que ha mantenido en los últimos 10 años, aprovechando las oportunidades tecnológicas y comerciales existentes.

Un aspecto relevante tiene relación con la inocuidad y la trazabilidad de las materias primas, ya que son temas que se deben trabajar con los productores de frutas y hortalizas y que deben fortalecerse.

Si no se consideran el punto anterior se estima que la proyección de crecimiento futura puede ser menor considerando sólo un aumento en los aportes del jugo de manzana y el resto de los productos se mantengan en niveles constantes de oferta (Gráfico 114, Escenario 1: Pesimista).

Se deben hacer esfuerzos por incrementar la innovación de productos y procesos, de manera de establecer nuevas estrategias de negocios, considerando el potencial que presenta la industria productora de jugos, sobre la base del prestigio de Chile como exportador de fruta fresca, ya mencionado, y la percepción de los clientes extranjeros de que Chile elabora productos de calidad.

Asimismo, es preciso fortalecer la orientación al cliente y a las tendencias de mercado. En este sentido, se debe desarrollar una vigilancia permanente sobre los mercados de destino “emergentes”, como el chino y el indio, por el potencial de consumidores que representan.

Se debe prestar atención a las implicancias productivas del cambio climático.

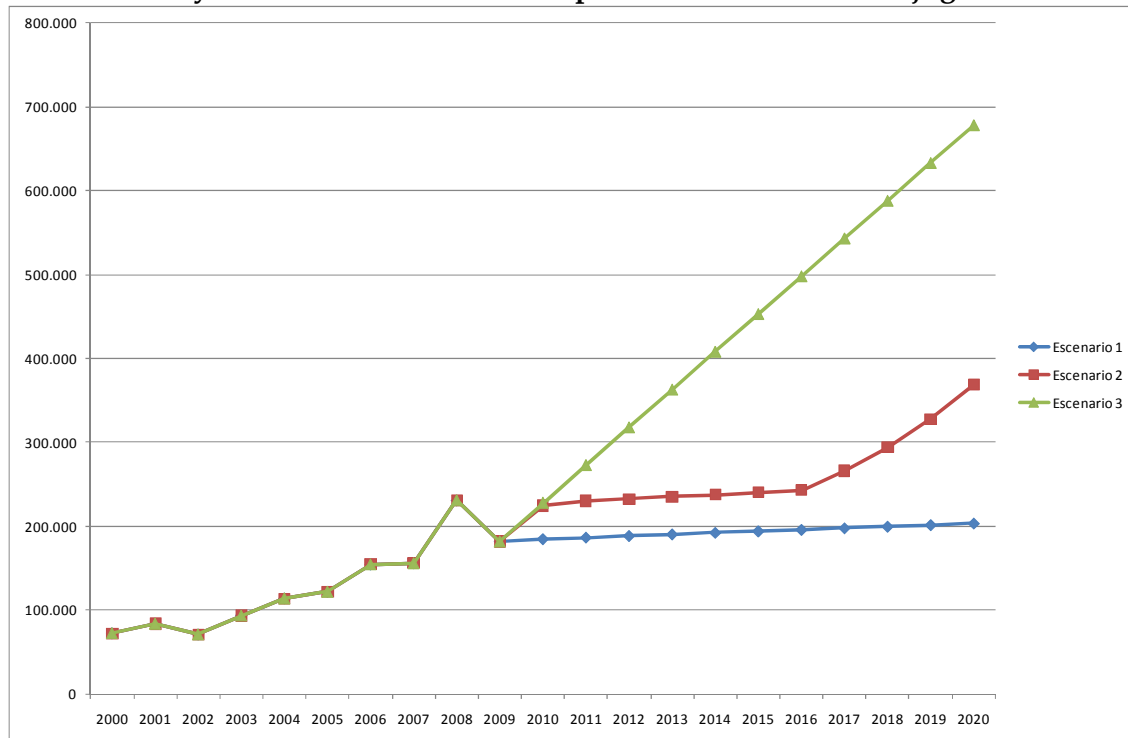
También debe tenerse presente el aumento en los costos de la mano de obra y del transporte en la producción primaria.

Se estima que la proyección de crecimiento futura puede ser menor considerando sólo un aumento en los aportes del jugo de manzana y el resto de los productos se mantengan en niveles constantes de oferta (Gráfico 114, Escenario 1: Pesimista).

Igualmente se ha considerado un tercer escenario (Gráfico 114, Escenario 2: Conservador) en el cual se ha mantenido el crecimiento de los distintos productos en función de la tasa de crecimiento promedio anual de los últimos 5 años, pero estableciendo un tope de crecimiento en función de los niveles más altos de exportaciones alcanzados en el mismo período.

La proyección del crecimiento de las exportaciones de jugos se presenta en gráfico siguiente, para cada uno de los escenarios descritos.

Gráfico 114. Proyección de crecimiento de exportaciones del sector de jugos



Fuente: Elaboración propia.

Aceites de frutas

Aceite de oliva

- La exportación de aceite de oliva, en valor, muestra entre 2002 y 2009 una tasa de crecimiento promedio anual de 172,6%.
- Si bien se espera una declinación en la superficie de nuevas plantaciones, aún existe mucho espacio por crecer en las exportaciones de este producto, debido al aumento de la oferta que debe ser canalizado en forma creciente al mercado externo, para lograr colocar la producción total que genera y generarán las nuevas plantaciones de los últimos años.
- Existen importantes plantaciones en África Mediterránea (frente a Italia y España), que cuentan con agua, terrenos planos y buen clima y que se volcarían al negocio de granel, por tanto es muy importante para Chile salir de la carga del *commodity*.
- Dado lo anterior, se estiman las siguientes cifras:
 - Superficie esperada año 2020= 30.000 hectáreas
 - 1.800 lt/há
 - 54.000 ton disponible como producción nacional
 - 6.800 ton para consumo interno (400 gr. per cápita)
 - 47.000 ton

- Escenario precio promedio 4 dólares = 188 millones de dólares de exportación al año 2020
 - Escenario precio promedio 6 dólares = 282 millones de dólares de exportación al año 2020
- Esta proyección implica lograr poner este producto en el mercado en una forma mucho más masiva de lo que se ha logrado hasta hoy, y donde la apuesta por calidad debe ser un esfuerzo de la industria en su conjunto.

Aceite de rosa mosqueta

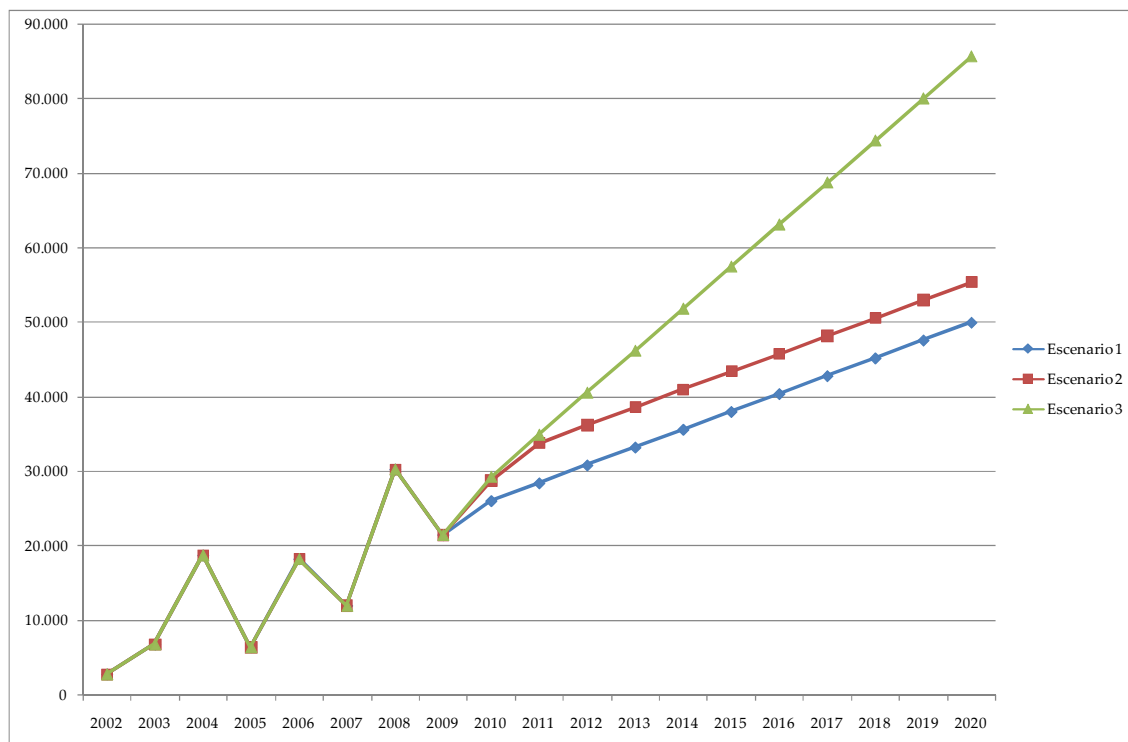
- La exportación de aceite de rosa mosqueta, en valor, muestra entre 2002 y 2009 una tasa de crecimiento promedio anual de 19,5%.
- Chile muestra una posición de liderazgo en la exportación a nivel mundial (80% del valor transado a nivel mundial), con producto de calidad. No hay mayor margen para crecer, considerando lo estrecho de la demanda, que ya se encuentra bien abastecida principalmente por nuestro país.
- Por tanto, la perspectiva existente radica en la búsqueda de diversificación de usos, para fomentar el aumento de la demanda.
- Se estima que la demanda mundial ha llegado a un tope, por lo que la proyección es conservadora en términos de mantener la tendencia de crecimiento que se ha verificado en los últimos años hacia el 2020. Hoy el valor de la producción y exportación es el siguiente:
 - 17 a 18 dólares por kg
 - 300 toneladas producidas y exportadas casi en su totalidad
 - 5,4 millones de dólares

Aceite de pepita de uva

- Actualmente en el país sólo se está aprovechando la mitad de lo que se desecha de la industria de jugo de uva y vino a nivel nacional e incluso se compra materia prima en Argentina.
- El consumo a nivel mundial es muy estable.
- Se deben seguir explorando mercados como China y consolidando los que se han abierto de manera incipiente para Chile, como es el caso de Corea (principal consumidor mundial), donde este producto incluso se considera como funcional.
- La restricción no está dada por capacidad de procesamiento.
- La proyección podría ser doblar la exportación actual si se logra entrar a mercados recién explorados, sin presentarse restricciones en la disponibilidad de la materia prima de esta industria.

La proyección del crecimiento de las exportaciones de aceites de frutas se presenta en gráfico siguiente, para tres escenarios.

Gráfico 115. Proyección de crecimiento de exportaciones del sector de aceites de frutas



Fuente: Elaboración propia.

4.3 Listado de productos no tradicionales y/o emergentes que presentan un potencial de desarrollo para nuestro país, sus exportaciones, sus proyecciones y sus mercados potenciales

El listado de productos no tradicionales y/o emergentes que se presenta a continuación fue construido a partir de dos bases de análisis. La primera de ellas fue cuantitativa y dice relación con los criterios señalados en la metodología y que consideró la tasa de crecimiento promedio anual del valor de exportaciones del producto de los últimos 10 años (2000-2009) y su comparación con la tasa de crecimiento promedio anual del valor de las exportaciones del grupo en el mismo período. Adicionalmente, se consideró la incorporación del producto a la canasta exportadora del país dentro del mismo período analizado (o bien, inicia la década con un bajo volumen de exportaciones).

La segunda de ellas fue cualitativa y dice relación con aquellos productos que se encuentran en una fase muy inicial de desarrollo en forma de proyectos de innovación. Para lo anterior y tal como se señala en la metodología, se hizo un levantamiento de los proyectos de innovación apoyados por agencias públicas en el sector agroalimentario, la cual fue clasificada de manera de identificar aquellos productos no tradicionales para incluir en este listado¹⁵.

A continuación de los listados mencionados se entrega información sobre la potencialidad de desarrollo de los grupos de productos emergentes destacados, recabada a partir de estudios ya realizados, abordando información general de tendencias y mercados en torno a esos grupos.

Cabe señalar que no fue posible obtener de las entrevistas a empresas del sector aquellos productos no tradicionales y/o emergentes que están siendo desarrollados por ellas con sus propios recursos debido a que la consideran información de carácter estratégico.

¹⁵ Esta base de datos, que se adjunta en anexo digital, entrega información acerca de las fuentes de financiamiento de los proyectos, los ejecutores, y cada registro se encuentra clasificado en sector, subsector y temática.

**LISTADO PRODUCTOS NO TRADICIONALES Y/O EMERGENTES
BASE ANÁLISIS CUANTITATIVO**

CONSERVAS

Grupo /Producto	Tasa crecimiento anual promedio 2000-2009	Incorporación a la canasta exportadora 2000-2009	Emergentes
Conservas frutícolas	12,2%		
Cerezas	16,9%	No	No
Cerezas confitadas con azúcar	17,3%	Si	Si
Marrasquinos	27,0%	Si	Si
Damasco	27,4%	No	No
Frutilla	20,3%	Si	Si
Cítricos	106,7%	Si	Si
Maní (solo o en mezclas)	1466,8%	Si	Si
Aceitunas en salmuera y demás	48,2%	Si	Si
Pul, Jal, Mer, de Duraznos	26,9%	No	No
Pul, Mer, Jal de Cítricos	14,7%	Si	Si
Otras Pul, Jal, Mer	21,4%	-	-
Hortalizas en conservas	2,7%		
Ketchup	24,7%	Si	Si
Espárrago	78,5%	No	No
Champiñón	3,4%	No	No
Tomate	31,1%	No	No
Pimiento	3,0%	Si	Si
Arvejas y chícharos	66,2%	Si	Si
Pepinos y pepinillos	21,4%	Si	Si
Alcachofas	135,8%	Si	Si
Porotos	509,1%	Si	Si
Ají	16,7%	Si	Si
Papas	197,6%	Si	V
Achicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados	20,3%	Si	Si
Otros	8,1%	-	-
Industria molinera	105,6%		
Harina, sémola y polvo de papa	506,9%	Si	Si
Harina, sémola y polvo de las hortalizas de la partida 0713, de sagú o de las raíces o tubérculos de la partida 0714 o de los productos del capítulo 8: De las hortalizas de la partida 0713	260,0%	Si	Si
Almidón de maíz	672,7%	Si	Si
Inulina	2503,9%	Si	Si

Grupo /Producto	Tasa crecimiento anual promedio 2000-2009	Incorporación a la canasta exportadora 2000-2009	Emergentes
Otros	52,1%	-	-

CONGELADOS

Grupo /Producto	Tasa crecimiento anual promedio 2000-2009	Incorporación a la canasta exportadora 2000-2009	Emergentes
Frutas congeladas	17,0%		
Frambuesa	22,0%	No	No
Frutilla	28,6%	No	No
Arándanos	73,2%	Si	Si
Cereza	49,1%	Si	Si
Kiwi	20,8%	No	No
Melón	43,0%	Si	Si
Manzana	23,1%	Si	Si
Hortalizas Congeladas	13,5%		
Hongos	23,5%	No	No
Maíz	30,3%	No	No
Pimentón	32,5%	Si	Si
Papas	54,9%	Si	Si
Mezclas hortalizas	35,7%	si	Si

JUGOS

Grupo /Producto	Tasa crecimiento anual promedio 2000-2009	Incorporación a la canasta exportadora 2000-2009	Emergentes
Jugos de fruta	4,8 %		
Uva	28,4%	No	No
Frambuesa	13,2%	No	No
Ciruela	27,9%	No	No
Mora	20,0%	No	No
Frutillas	82,1%	Si	Si
Kiwi	15,3%	No	No
Durazno	25,4%	No	No
Otros	39,7%	-	-
Jugos de Hortalizas	29,3%		
Otros	173,8%	Si	Si

ACEITES

Grupo /Producto	Tasa crecimiento anual promedio 2000-2009	Incorporación a la canasta exportadora 2000-2009	Emergentes
Aceites	37,8		
Aceite de oliva virgen	172,6	No	No

Grupo /Producto	Tasa crecimiento anual promedio 2000-2009	Incorporación a la canasta exportadora 2000-2009	Emergentes
Aceite de oliva	316,9	Si	Si
Aceite esencial de bergamota	133,5	Si	Si
Aceite esencial de naranja	12314,1	Si	Si
Aceite esencial de limón	76,6	Si	Si
Aceite de Avellana	1.119,0	No	No
Aceite de Pepa de uva	118,0	Si	Si
Aceite de Palta	50,0	Si	Si

**LISTADO PRODUCTOS NO TRADICIONALES Y/O EMERGENTES
BASE ANÁLISIS CUALITATIVO**

Producto	Fuente de información	Uso producto
Pulpa de achicoria	Proyecto Innova Bío Bío	Alimentación ganado bovino
Harina de topinambur	Proyecto Innova Bío Bío	
Hojuelas de manzana deshidratada	Proyecto Innova Bío Bío	
Trufa negra	Proyecto FIA	Alimentación humana como insumo industria
Pulpa de manzana orgánica	Proyecto FIA	Alimentación orgánica de bebés
Tomate, zapallo butternut, pimiento y apio deshidratado orgánico	Proyecto FIA	Alimentación orgánica
Hongo silvestre Gargal Grifola garga	Proyecto FIA	Alimentación humana
Berries nativos con alto contenido antioxidante (<i>Aristotelia chilensis</i> , <i>Ugni molinae</i> y <i>Fragaria chiloensis</i>)	Proyecto FIA	Alimentación humana como alimento funcional
Ají Merken	Proyecto FIA	Alimentación humana como producto gourmet
Licores Myrthus, Elaborados con Bayas Silvestres del Bosque Nativo del Sur de Chile	Proyecto FIA	Alimentación humana como producto gourmet
Té de zanahoria	Proyecto FIA	Alimentación humana como producto

Producto	Fuente de información	Uso producto
		gourmet
Hortalizas prepicadas	Proyecto FIA	Alimentación humana “convenience foods”
Productos derivados del calafate	Proyecto FIA	Alimentación humana
Productos agroindustriales derivados de la murtila	Proyecto FIA	Alimentación humana como producto gourmet
Snacks de vegetales con bajo contenido de aceite	Proyecto Copec UC	Alimentación humana con bajo aporte calórico
Extractos de manzanilla	Proyecto FONDEF	Control fitosanitario en la industria vitivinícola
Compuestos bioactivos de Murta	Proyecto FONDECYT	Compuestos bioactivos aplicables a la industria de alimentos
Brócoli deshidratado enriquecido con propiedades anticancerígenas y antioxidantes	Proyecto Fondecyt	Alimentación humana como alimento funcional
Polifenoles de berries para elaboración de alimentos saludables	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como alimento funcional
Copao (<i>Eulychnia acida</i>)	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como alimento funcional
Golden berry en mousse con probióticos	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como alimento funcional
Grosella liofilizada	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana
Vinagres naturales a partir de frutas (arándanos y murta) y hortalizas	Proyectos Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Aceite esencial orgánico de lemongrass	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet y orgánico
Limonada frappé producción de jugo de limón - naranja y pomelo congelado en escamas	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet

Producto	Fuente de información	Uso producto
Aditivo para alimentos a base de hongo Lactarius deliciosus	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Insumos para embutidos en base a mix de hongos comestibles deshidratados	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Platos preparados para alimentación de personas con patología de cuidado nutricional	Proyecto Innova Chile	Alimentos para públicos específicos
Aceite de ají	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Aceite de pimienta de alta densidad	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Mermelada orgánica de uchuva	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet y orgánico
Snack de zanahoria orgánico y crocante	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Pimienta chilena, especia	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana
Café de castañas	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Arilos y Jugo de granada	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Láminas de fruta	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana
Lubricante biodegradable de jojoba	Proyecto Innova Chile	Insumo para otra industria
Suplemento alimenticio en base a extractos de pepa de uva	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como alimento funcional
Cosméticos funcionales y terapéuticos en base a arándanos	Proyecto Innova Chile	Cosmética
Polvo de fruta	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana
Gaseosas con jugo de fruta natural	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet

Producto	Fuente de información	Uso producto
Encurtidos de berenjenas, zapallos	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Barras de fruta deshidratada, listas para consumir como snack, 100% naturales y sin aditivos.	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Harinilla de orujo de uva	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana
Paté de oliva	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Productos gourmet delicatessen en base a murtilla	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Línea cosmética y fitoterapéutica natural a base de arándano y aceites esenciales	Proyecto Innova Chile	Cosmética y Alimentación humana como alimento funcional
Pulpas de legumbres y hortalizas	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana uso en alta gastronomía
Aceite de semilla de tomate	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Jugo de brásica oriental	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Cerveza artesanal con sabor a berries	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Harina de castaña	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana
Cosméticos en base a aceite de palta extra virgen	Proyecto Innova Chile	Cosmética
Palta deshidratada	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana
Pulpa de alcachofa	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Aceite de oliva especiados con albahaca y limón	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Cubos de manzana deshidratada	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana

Producto	Fuente de información	Uso producto
Alimentos funcionales en base a granado	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet
Sweet dried berries	Proyecto Innova Chile	Alimentación humana como producto gourmet

De acuerdo al listado anterior, se vislumbra que una parte importante de los nuevos productos que se están desarrollando a través de proyectos de innovación pueden agruparse como productos alimenticios gourmet, productos alimenticios orgánicos, productos alimenticios hacia consumidores con necesidades especiales (por ejemplo personas con necesidad nutricionales específicas, kosher¹⁶, entre otros), y los alimentos funcionales y o la funcionalidad alimentaria de nuevos alimentos o de alimentos tradicionalmente producidos en el país¹⁷.

A continuación se entrega información resumida acerca de los mercados de algunos de los grupos de productos mencionados.

Alimentos funcionales

En la actualidad, se comercializan más de 200 tipos de alimentos funcionales, siendo los yogures y lácteos los de mayor consumo (38 y 31% del mercado), seguido del grupo de las bebidas. Se proyecta que la comercialización de estos productos en el mundo se multiplique por diez en los próximos años, superando el 500.000 millones de euros, distribuidos en Europa (20%), Japón (20,4%), Estados Unidos (35%), India (10%), China (6%) y Brasil (1,9%), con una estimación que el mercado crecerá de manera constante cada año, con una tasa de crecimiento anual que oscila entre el 8% y 14%. Estudios encargados por el Consejo de Innovación para la Competitividad del Gobierno de Chile estiman que nuestro país puede acceder a un mercado potencial de US\$3.900 millones, equivalente al 3,87% del mercado mundial, indicando a su vez que se cuenta con laboratorios y equipos de trabajo enfocados en esta área y aplicaciones en algunos sectores que desarrollan una labor incipiente en investigación, al igual que en las capacidades productivas y capacidad exportadora.

¹⁶ Alimento Kosher es aquel apto para consumirse por los practicantes del Judaísmo; sin embargo, muchas personas ajenas a esta religión adquieren dichos productos porque sus estándares de calidad garantizan limpieza, calidad y salud.

¹⁷ Un alimento funcional es aquel alimento elaborado no sólo por sus características nutricionales, sino también para cumplir una función específica para el beneficio de la salud individual. Son aquellos alimentos que buscan promoción del bienestar y mejorar la salud, así como a reducir el riesgo de contraer enfermedades.

Alimentos para consumidores con necesidades especiales

Una encuesta realizada en Estados Unidos señala que la principal razón para consumir productos kosher es la calidad de los mismos, seguido por la percepción de estos productos como saludables la razón que lleva a su consumo y por temas de seguridad alimentaria, con sólo un 14% de los encuestados que los consumen por razones religiosas. Los consumidores de estos alimentos no se limitan únicamente a parte de la comunidad judía, sino que también se suma otro tipo de clientes como vegetarianos, personas afectadas por alergias o intolerancias alimentarias, los preocupados por un mayor nivel de seguridad e higiene en la preparación y fabricación de la comida, o musulmanes que no encuentran los productos halal¹⁸ en el mercado norteamericano.

La comunidad judía en Estados Unidos bordea los 7 millones personas, la mayoría de un nivel socioeconómico alto, dispuestas a pagar el precio más alto por estos alimentos, aunque sin duda, el mercado más importante es el propio Israel. Allí viven 6,5 millones de personas que consumen alimentos Kosher, ya que la ley obliga a ofrecer este tipo de comidas en en las cadenas de supermercados, los centros de gobierno y en hoteles.

Cabe mencionar a su vez que la población musulmana es de 1.500 millones de personas a lo largo del mundo. Debido a que su religión les permite consumir únicamente alimentos, las ventas fueron de US\$ 600 millones, con estimaciones que predicen que para el 2025 los alimentos Halal van a representar el 20% de la comida mundial.

Alimentos orgánicos

En Chile, la ley 20.089 (publicada en enero de 2006), que crea el Sistema Nacional de Certificación de Productos Orgánicos Agrícolas y regula la producción orgánica en el país, define los productos orgánicos agrícolas como “aquellos provenientes de sistemas holísticos de gestión de la producción en el ámbito agrícola, pecuario o forestal, que fomenta y mejora la salud del agroecosistema y, en particular, la biodiversidad, los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo”.

Se estima que en el mundo se cultivan 32,2 millones de hectáreas bajo producción orgánica (1,89% del total de suelos cultivables a nivel mundial) por alrededor de 1,2 millones de agricultores (2007). Esta superficie presentó un crecimiento de más del 200% entre los años 2000 y 2007.

El sector orgánico continúa creciendo a tasas mayores que el sector alimentario en su conjunto: los orgánicos aumentaron un 5% el 2010 mientras que los alimentos crecieron un 2%, con estimaciones de FAO para los próximos 3 años de un crecimiento de la demanda de productos orgánicos en los países desarrollados, entre un 5% y 10%.

¹⁸ Alimento “permitido” en la religión musulmana.

El mercado de orgánicos de Estados Unidos superó al europeo convirtiéndose en el mayor de estos productos en el mundo de acuerdo a lo informado por *Organic Monitor*. En Estados Unidos las ventas de productos orgánicos se ha más que triplicado desde el 2000, de 1.2% de las ventas totales de alimentos a 3.7% el 2010 que corresponden a 24 mil millones de dólares. El mercado estadounidense de alimentos y bebestibles orgánicos podría crecer un 13% para 2014. Las frutas y hortalizas siguen siendo el segmento dominante dentro del mercado orgánico, concentrando el 38% de los alimentos orgánicos en 2009.

En Chile, información del SAG para la temporada 2009-2010 indica que en el país existe una superficie total de producción orgánica de 150.783 hectáreas, de las cuales 119.087 corresponden a recolección silvestre, cuyo principal producto es la rosa mosqueta. Dejando de lado la recolección silvestre, la superficie de producción orgánica (considerando las categorías de interés para este estudio) se distribuye en 5.415 has de frutales menores, principalmente frambuesas, arándanos y moras; 4.139 has de frutales mayores, en especial olivos, manzanos y paltos; 3.859 has de uva vinífera, 1.221 has de plantas medicinales y aromáticas y 287 has de hortalizas; el resto corresponde a viveros (15 has), semillas (10 has), praderas (16.571 has). Estas superficies (sin incluir la recolección silvestre) se concentran en la Región del Bío Bío, donde se localiza el 79% de la superficie de frutales menores y casi el 26% de la superficie de frutales mayores.

Alimentos gourmet

Gourmet son aquellos alimentos o bebidas de consumo humano, con un grado, estilo y/o calidad del mayor nivel en su categoría, donde la característica “de especialidad” se origina en su carácter único, origen exótico, diseño de oferta limitada, aplicación o uso atípico, envase o canal de distribución diferenciado. Así, productos gourmet pueden ser productos de panadería, chocolates, confites, café, té, quesos, carnes especiales, productos del mar procesados, salsas, aliños, vinagres, aceites, bebidas, hierbas, condimentos, alimentos étnicos y orgánicos entre otros.

Se estima que Estados Unidos cuenta con más de 138 millones de compradores de alimentos gourmet (2009), concentrados mayoritariamente en las áreas urbanas más grandes de ese país y cuyo gasto promedio semanal por alimentos de esta categoría es US\$111. Este mercado presentó ventas totales por US\$63 miles de millones durante el 2008, el cual sigue en aumento.

4.4 Informe detallado sobre nuevos procesos productivos y/o nuevas tecnologías usadas en el sector

El siguiente diagrama esquematiza una forma de agrupar las tecnologías asociadas a la industria de alimentos, donde aquellas nuevas tecnologías de procesamiento apuntan a mejorar la calidad de los productos, reducir energías y residuos y generar nuevos productos, todo ello en pos de mejorar la competitividad del sector y lograr diferenciación del mercado.



Fuente: Informe del Foro Mundial sobre Agroindustrias. 2008.

Dentro de las nuevas tecnologías o procesos que se están utilizando en la industria alimentaria, a continuación se describen algunas de ellas agrupadas en torno a los objetivos mencionados y otras a la plataforma de conocimiento que se utiliza. En Anexo digital se presenta el listado de proyectos de innovación apoyados por fondos públicos en el área de la agroindustria hortofrutihola, donde se encuentran proyectos que han desarrollado o están desarrollando nuevas tecnologías o procesos para esta industria, y donde se verifica que algunas de las tecnologías mencionadas a continuación están siendo abordadas por grupos de investigación del país.

Tecnologías o procesos que mejoran la calidad y conservación del producto

(i) CO₂ supercrítico

El CO₂ es un gas inocuo que en condiciones supercríticas (CO₂ supercrítico) actúa como un disolvente muy potente y sirve como elemento separador eficaz. En la industria agroalimentaria la tecnología de fluidos supercríticos se dirige por ejemplo a:

- la obtención de extractos a partir de plantas aromáticas,
- extractos de especias para colorantes alimentarios,
- aceites esenciales,
- fraccionamiento de bebidas para desalcoholización,
- mejora de propiedades de alimentos (desgrasado de alimentos, extracción de colesterol de aceites, carnes y lácteos),
- descafeinización del café.

Sus principales ventajas radican en:

- la fácil separación de sustancias,
- las suaves temperaturas en el proceso que permite no dañar al producto,
- ser un elemento no inflamable, no corrosivo, no tóxico, no cancerígeno,
- su capacidad selectiva y
- la no generación de residuos.

Esta tecnología de punta está siendo demandada y ya utilizada en EE.UU, Europa y Japón, junto con investigaciones para ampliar y ajustar su aplicación.

(ii) Pulsos de luz, ultrasonidos, campos eléctricos (de alta intensidad) o magnéticos (oscilantes) para conservar alimentos

Productos tratados con estas tecnologías como proceso de conservación y/o descontaminación de alimentos son parte de proyectos de investigación en Chile y el extranjero que pretenden validarlas como inactivadoras de microorganismos patógenos y/o alterantes, y así descontaminar diferentes matrices alimentarias con el fin de diseñar procesos específicos para cada aplicación, de tal forma que se pueda ofertar en el mercado nuevos productos tratados por esta tecnología con todas las garantías de calidad y seguridad.

(iii) Tecnologías de vallas

Se basa en el entendimiento de las vallas que ponen los microorganismos para así eliminarlos, con ajustes por ejemplo en el pH, uso de envases de atmósfera modificada, refrigeración, entre otros.

(iv) Ultracongelamiento

Los procesos de congelación rápida (ultracongelación o supercongelación) someten a los alimentos a un enfriamiento brusco para exceder rápidamente la temperatura de máxima cristalización, en un tiempo menor a las 4 hs., obteniendo un producto con numerosos cristales de pequeño tamaño, lo que mejora la conservación de la textura y mantiene sus características naturales de sabor. El proceso se completa una vez lograda la estabilización térmica (producto con una temperatura de -18°C o inferior por completo) y requiere mantención de la cadena de frío hasta el usuario final.

(v) Radiación

Esta tecnología consiste en tratamientos en los que los alimentos se exponen a la acción de radiaciones ionizantes durante un cierto tiempo. Los tratamientos se clasifican según la dosis media absorbida como: a) dosis baja (hasta 1 kGray), la cual es usada para retardar maduración y senescencia de frutas frescas y hortalizas así como para eliminar insectos y parásitos en diversos alimentos; b) dosis media (hasta 10 kGray), usada tanto para reducir microorganismos patógenos y alterantes de diferentes alimentos, como para mejorar propiedades tecnológicas de los alimentos; c) dosis alta (superior a 10 kGray), para la esterilización comercial (generalmente en combinación con tratamientos térmicos suaves) de diversos alimentos en casos especiales (por ejemplo, dietas hospitalarias para inmunodeficientes).

(vi) Altas presiones

Las tecnologías de aplicación de altas presiones a los alimentos han despertado en los últimos años amplio interés. Aunque inicialmente la aplicación de esta tecnología se realizó con fines de conservación, diversas investigaciones han evidenciado el enorme potencial que presenta como transformador en la elaboración de diversos productos.

Actualmente, existen la presión dinámica (aún no utilizada a nivel industrial) y la presión estática (con aplicación práctica). En la alta presión dinámica el incremento de presión se origina en un tiempo muy corto (milésimas de segundo) como consecuencia de una explosión que genera una onda de choque. Esta tecnología consigue la inactivación de microorganismos y el ablandamiento de ciertos tejidos, como carne, por ruptura de la estructura celular. La aplicación de alta presión estática o hidrostática se basa en someter a un producto a elevados niveles de presión hidrostática de forma continua durante un cierto tiempo (varios minutos). Las altas presiones hidrostáticas pueden aplicarse directamente a alimentos líquidos o a cualquier producto envasado sumergidos en un fluido de presurización (de baja compresibilidad). Cuando los alimentos se tratan en su envase, éste debe ser flexible y deformable (reducción de volumen de hasta un 15%).

Tecnologías o procesos que reducen energía y residuos

Ozono gaseoso: desinfectante y recuperador de aguas

La seguridad alimentaria viene determinada por la alta capacidad del ozono para destruir bacterias, virus, gérmenes y olores. A diferencia de los productos de desinfección de tipo químico, como los compuestos clorados que vierten aguas residuales menos limpias, el ozono realiza su función bactericida y transcurrido un espacio corto de tiempo se autodescompone. Al respecto, el proyecto Ozonecip, coordinado por Ainia (Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico del Sector Agroalimentario con sede en Valencia, España) y apoyado por el programa europeo Life-Environment, nace para reducir el impacto medioambiental producido por las industrias agroalimentarias como consecuencia de sus operaciones de limpieza y desinfección. Las primeras aplicaciones, al sector vinícola, muestran que el empleo del ozono como agente desinfectante puede llegar a ahorrar más de un 50% de agua y reducir a la mitad la contaminación orgánica del vertido del lavado de depósitos -procedente de restos secos del mosto o del vino-, generada en las frecuentes operaciones de limpieza y desinfección realizadas en las bodegas¹⁹.

Tecnologías o procesos que apuntan a la obtención de nuevos productos

(i) Procesos tecnológicos para el desarrollo de alimentos funcionales

Estos procesos van desde la obtención de ingredientes, pasando por su acondicionamiento y aplicación hasta intervención nutricional. En esta línea los procesos apuntan a:

- Obtención de compuestos funcionales a partir de subproductos de origen vegetal o a través de variedades ricas en compuestos de interés.
- Obtención de cepas con carácter probiótico y/o “starter”.
- Diseño de ingredientes tecnológicos viables tras el procesamiento industrial.
- Diseño de alimentos funcionales mediante la modificación de la alimentación animal o mediante la adición de un ingrediente natural/probiótico.
- Verificación de los efectos saludables de los alimentos desarrollados mediante estudios de intervención nutricional.

(ii) Nutrigenómica como medio de obtención de alimentos “medicamentos”

La nutrigenómica estudia las interacciones entre los alimentos y las características genéticas de los individuos, con la finalidad de poder evaluar los alimentos que prevengan

¹⁹ En el sector vinícola más del 80% del agua consumida se emplea en operaciones de limpieza y desinfección, y prácticamente el 100% de las aguas residuales industriales se generan como consecuencia de estas operaciones

el desarrollo de enfermedades para las cuales las persona presentan predisposición genética.

En el corto plazo los avances irán en la línea de descubrir marcadores genéticos para identificar compuestos bioactivos beneficiosos presentes naturalmente en los alimentos y evaluar la influencia de esos compuestos en determinados genes humanos y en la prevención del desarrollo de enfermedades. Los alimentos sumarán así una nueva dimensión como “medicamento”.

Otras tecnologías experimentales

Respecto a tecnologías que se encuentran en etapa de investigación, cabe señalar que Ainia, Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico del Sector Agroalimentario con sede en Valencia (España) participa en Futural, un proyecto de investigación en tecnología de los alimentos que aborda la elaboración de los productos alimenticios del futuro, brindando más seguridad. El proyecto tiene como finalidad sentar las bases científicas para utilizar a escala industrial nuevas tecnologías en la elaboración de los alimentos que se destaquen por su calidad y seguridad alimentaria, a fin de adaptarlos a las nuevas necesidades del consumidor. Futural abarca seis grandes líneas de actividad y cada una de ellas afronta una tecnología nueva:

- esterilización por alta presión de conservas vegetales, de pescado y marisco;
- pasteurización con alta presión; combinación de alta presión con otras técnicas de conservación;
- procesado de la leche, productos lácteos y otros líquidos por tecnologías de altas presiones;
- sustitución del tratamiento térmico convencional por el de altas frecuencias;
- desarrollo de nuevos sistemas de envasado, y
- nuevas aplicaciones de los fluidos supercríticos en la industria alimentaria.

Tecnologías de envasado de alimentos

El envase tiene un rol primordial en la conservación de los alimentos. En las últimas décadas se han realizado innovaciones, en materiales y sistemas de envasado, que han determinado la comercialización de alimentos más seguros, saludables y apetecibles.

Una de estas tecnologías es el uso de atmósfera modificada en el envasado de alimentos. Si bien es una estrategia muy extendida en la comercialización de estos productos, no existe conocimiento suficiente en torno a ella, por lo que es una importante línea de investigación a seguir desarrollando. Cuando se habla de envasado en atmósferas (atmósfera protectora) se entiende la eliminación, o sustitución del aire, que rodea al producto contenido por un gas, o una mezcla de gases, más adecuado para el mantenimiento y conservación de su calidad higiénica, nutritiva y organoléptica. Para la fabricación de estos envases se utilizan

materiales con las características de impermeabilidad requeridas y los gases más empleados son CO₂ y O₂ y como elemento inerte o de relleno N₂. Las mezclas y proporciones de los gases se optimizan en función de las características y vías de alteración del producto a conservar.

El mercado también dispone de tecnologías de envases “activos” que contribuyen o se oponen al deterioro de los alimentos que contienen, usando secuestrantes de oxígeno, absorbentes de etileno, de olores, de vapor así como compuestos antimicrobianos de diversa naturaleza. Hoy el diseño de esos envases, o de este procedimiento de envasado, son objetivo de una gran variedad de líneas de investigación.

A la lista de nuevos envases pueden agregarse aquellos que contribuyen, simplemente, al adecuado consumo del producto que contienen. Ejemplos de esta naturaleza pueden considerarse los indicadores tiempo-temperatura, para alimentos refrigerados o congelados, indicadores de temperatura preferente de consumo o envases fabricados en materiales (suceptores) que contribuyen al cocinado de los alimentos en sistema microondas.

Por último, cabe señalar el avance y mejora de las líneas de envasado aséptico, sin el cual no sería posible la aplicación de muchas de las nuevas tecnologías o la optimización de la esterilización térmica.

Plataformas de conocimiento

(i) Biotecnología

Las biotecnologías aplicables a esta industria son tecnología recombinante, usando enzimas para procesamiento de alimentos y microorganismos como fuente de aditivo para alimentos, y test de anticuerpos monoclonales PCR y pruebas de ADN para detección de microorganismos y toxinas.

Así, la aplicación de biotecnologías a esta industria puede ser con los siguientes objetivos:

- incremento del valor nutricional,
- retraso de la maduración y daño,
- cambio de consistencia,
- potenciación de sabor,
- detección de toxinas y patógenos y
- estabilización de productos finales.

(ii) Servicios ambientales

Los servicios ambientales, y sus tecnologías asociadas, aplicables a la agroindustria hortofrutícola son los siguientes:

- Uso de materiales biodegradables en envases para contribuir con la reducción de sólidos como desechos.
- Gestión de la distribución y transporte tanto de materias primas como de productos finales que ayuda a reducir el impacto ambiental debido al transporte, manipulación y almacenaje.
- Sistemas avanzados de manufactura que tienen un efecto en la demanda de energía y también en el mejor uso de materias primas y la gestión de desechos.
- Eficiencia energética, donde las auditorías energéticas son una actividad que permite identificar puntos de mejora.
- Generación de energía a partir de desechos de alimentos como una alternativa que contribuye a la reducción de desechos y de los requerimientos de energía externos al sistema de producción, particularmente de energía fósil.
- Remoción de la grasa de los efluentes de la industria de los alimentos, junto con el manejo de efluentes, el control y balance de pH, uno de los parámetros que revela las condiciones de un efluente.
- Recuperación de compuestos de interés que pueden estar presentes en vertidos y residuos de la industria de los alimentos. Dependiendo del tipo de alimentos que se procesen, sus desechos pueden incluir aceites, fibras, ácidos y otros compuestos. Esta recuperación es complementaria a aquella orientada a la producción de biocombustibles. En forma particular se señala la posibilidad de utilización y aprovechamiento de los lodos y fangos provenientes tanto de los procesos mismos de producción como de los procesos de depuración de efluentes y aguas.

(iii) Energías renovables no convencionales (ERNC)

Las ERNC, principalmente la energía solar y la geotérmica, pueden ser empleadas como fuentes alternativas de electricidad o como fuente de calor o frío en la industria de alimentos procesados, destacando la aplicación de paneles solares térmicos y PV para generar agua caliente y para la limpieza/desinfección de superficies y envases, a altas temperaturas.

(iv) Tecnologías de Infocomunicación (TIC's)

A continuación se listan las TIC's aplicables a esta industria:

- Optimización de procesos de producción, incluido el tema logístico (cadena de frío, transporte), y la monitorización de variables que permiten hacer un control de la calidad en las materias primas y en el procesamiento de las mismas (objetivo orientado a la calidad y seguridad alimentaria).
- La trazabilidad o gestión de identificación.
- e-comercio, que permite mediante una adecuada gestión, programar la producción y entregar producto con fechas de caducidad más convenientes para el consumidor.

- Uso racional y eficiente de los recursos de la producción, incluyendo no solo las materia primas básicas, sino el agua, y la energía, por ejemplo, ahorrando costos y permitiendo un manejo sostenible del medio ambiente, cualidad ésta que también permite a las empresas posicionarse competitivamente, toda vez que los grandes países consumidores cada vez son más sensibles al tema ambiental.

(v) Tecnología y Control de Procesos Alimentarios

Según datos del último informe del departamento de estadística de la Federación Internacional de Robótica, durante el año 2007 el incremento de ventas de robots en el sector de la alimentación ha sido del 19% con respecto al 2006, y se estima además que en los próximos años las ventas en este sector sigan creciendo. La automatización en los diferentes sectores de la industria de la alimentación ha avanzado de manera muy diversa: el grado de automatización asciende en la industria de las bebidas al 98%, en las grandes panaderías al 80% y en la industria procesadora de la carne, por ejemplo, sólo llega al 20%.

A pesar de los novedosos avances en este campo –según los expertos– “La industria de la alimentación continúa siendo para los robots un nuevo mercado y uno especialmente difícil puesto que muchos productos, varían en calidad y en medidas”.

4.5 Informe sobre los principales países agroindustriales y/o competidores de Chile y sus mercados

En esta sección se presenta para cada uno de los grandes grupos de productos (conservas, deshidratados, congelados, jugos y aceites) un análisis de aquellos países que son líderes de la exportación a nivel mundial. En el caso de aquellos grupos que incluyen un conjunto muy diverso de productos dependiendo de la materia prima de origen, se realizó una subdivisión para recoger esa diversidad.

En cada uno de los grupos y subgrupos de productos, se identifican los países líderes de la exportación a nivel mundial, considerando los cinco países que presentan los mayores valores exportados. Para cada uno de ellos se identifican (dentro del grupo de productos en análisis) sus principales productos de exportación (en términos de valor exportado en 2009) y se entrega información sobre valor y volumen exportado en 2009, relación valor/volumen, porcentaje de crecimiento promedio anual 2001-2009 del valor exportado y principales países de destino de las exportaciones.

PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS EN CONSERVA

Considerando el conjunto de productos hortofrutícolas procesados en conserva, los diez principales exportadores en términos de valor son China (con el 11,2% del valor exportado en el mundo en 2009), los Países Bajos (9,7%), Estados Unidos 8,3%), Italia (8,0%), Alemania (6,6%), Bélgica (6,1%) España (5,8%), Tailandia (4,9%), Francia (4,3%) y Canadá (3,5%).

Esta categoría incluye un conjunto muy amplio de productos diversos, en cada uno de los cuales lideran distintos países o bien países que representan una importancia relativa diferente, dependiendo del grupo de productos de que se trate. Este análisis se desarrolla a continuación, por grupo de productos.

Preparados de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas (200)

Las exportaciones mundiales de este grupo de productos sumaron en 2009 un valor 44.530.856 miles de US\$, que correspondió principalmente a ventas al exterior realizadas por China (10,1% del valor total), los Países Bajos (9,1%), Estados Unidos (7,9%), Italia (7,7%) y Bélgica (7%).

China

Sus exportaciones de este grupo de productos alcanzaron en 2009 un valor de 4.750.099 miles de US\$ (10,7% del total exportado en el mundo). Entre los productos específicos, estos envíos corresponden mayoritariamente a tomates preparados o conservados (17,2% del valor exportado), setas y demás hongos y trufas (8%). Estas exportaciones las envía China principalmente a Japón y Estados Unidos, que en 2009 concentraron el 22,5% y el 18,3% del valor exportado respectivamente, además de a la Federación Rusa (5%), Alemania (4,8%) y la República de Corea (4,5%).

Cuadro 95. China, exportaciones de preparados de legumbres, hortalizas, frutos y otras partes de plantas (20)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
2008	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte	1.245.988	1.565.191	1,3	16,0
2002	Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético)	813.556	818.092	1,0	28,9
2005	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006)	834.716	794.574	1,0	11,2
2003	Hongos y trufas, preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético)	290.346	381.605	1,3	13,8
2004	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas (excepto los productos de la partida 2006)	108.745	177.762	1,6	16,9
2006	Hortalizas, frutas u otros frutos o sus cortezas y demás partes de plantas, confitados con azúcar (almibarados, glaseados o escarchados)	75.564	137.561	1,8	10,0
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 4.750.099 (10,7% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Japón, Estados Unidos, Federación Rusa, Alemania y República de Corea.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Países Bajos

Sus exportaciones de estos productos registraron en 2009 un valor de 4.750.099 miles de US\$ (el 10,7% del total mundial exportado de este grupo de conservas. Entre los productos exportados por el país destacan conservas de frutas (que representan el 13,3% del valor exportado de esta categoría) y los hongos y trufas (6,3%). El resto corresponde a diversas clases de hortalizas. Sus principales mercados de destino son todos países de la Unión Europea: Alemania (que en 2009 concentró el 27,1% del valor exportado por los Países Bajos en este tipo de productos), Francia (18%), Reino Unido (16,5%), Bélgica (6,9%) y España (3,9%).

Cuadro 96. Países Bajos, exportaciones de preparados de legumbres, hortalizas, frutos y otras partes de plantas (20)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
2004	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas (excepto los productos de la partida 2006)	1.405.044	1.368.538	1,0	11,5
2005	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006)	239.717	582.616	2,4	11,2
2008	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte	257.841	537.329	2,1	17,4
2003	Hongos y trufas, preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético)	112.429	257.017	2,3	8,5
2001	Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético	49.241	70.184	1,4	6,2
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 4.750.099 (10,7% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Japón, Estados Unidos, Federación Rusa, Alemania y República de Corea.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Estados Unidos

Sus exportaciones de esta categoría de productos sumaron un valor de 3.499.099 miles de US\$ en 2009 (7,9%). Entre los productos destacan las frutas, que representan el 23,9% del valor exportado y los tomates preparados, que son el 7,5%. Estados Unidos destina estas exportaciones principalmente a Canadá (donde envió en 2009 productos equivalentes al 38% de su valor exportado), Japón (13,8%), México (6,7%), Países Bajos (4,7%) y República de Corea (3,6%).

Cuadro 97. Estados Unidos, exportaciones de preparados de legumbres, hortalizas, frutos y otras partes de plantas (20)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
2008	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte	404.746	836.422	2,1	11,6
2004	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas (excepto los productos de la partida 2006)	822.278	805.085	1,0	9,0
2005	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006)	276.597	452.284	1,6	0,7
2002	Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético)	295.234	261.330	0,9	17,7
2001	Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético	43.082	48.059	1,1	10,7
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 3.499.099 (7,9% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Canadá, Japón, México, Países Bajos y República de Corea.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Italia

Las exportaciones de Italia en este tipo de conservas totalizaron en 2009 un valor de 3.431.484 miles de US\$ (7,7% del total mundial). El mayor porcentaje, 53,8%, corresponde a tomates preparados, en tanto que las frutas conservadas representan el 8,8% y el resto corresponde mayoritariamente a hortalizas conservadas en diversas formas. Italia destina estos productos en conserva principalmente a Alemania (que en 2009 concentró el 21,9% del valor exportado por Italia), Reino Unido (15,3%), Francia (13,3%), los Países Bajos (4%) y Japón (4%).

Cuadro 98. Italia, exportaciones de preparados de legumbres, hortalizas, frutos y otras partes de plantas (20)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
2002	Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético)	1.587.118	1.846.142	1,2	12,5
2005	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006)	308.322	410.141	1,3	11,8
2008	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte	166.696	301.073	1,8	4,4
2007	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	61.300	118.864	1,9	9,6
2006	Hortalizas, frutas u otros frutos o sus cortezas y demás partes de plantas, confitados con azúcar (almibarados, glaseados o escarchados)	14.308	43.063	3,0	10,3
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 3.431.484 (7,7% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Alemania, Reino Unido, Francia, Países Bajos y Japón.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Bélgica

Las exportaciones de Bélgica en este tipo de conservas sumaron en 2009 un valor de 3.115.391 miles de US\$ (7% del total mundial). Estos envíos corresponden principalmente a hortalizas en diversas formas de conservación, en tanto que las frutas corresponden a poco más del 10%, en confituras, jaleas, mermeladas y purés (5,4%) o bien en otras formas de conservación (4,8%). Sus principales mercados de destino de estos productos son países de la Unión Europea: Francia, que concentró en 2009 el 29,3% del valor exportado, los Países Bajos (18%), Reino Unido (15,3%), Alemania (13%) y España (4,2%)

Cuadro 99. Bélgica, exportaciones de preparados de legumbres, hortalizas, frutos y otras partes de plantas (20)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
2004	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas (excepto los productos de la partida 2006)	1.231.977	998.555	0,8	16,9
2005	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006)	442.700	652.155	1,5	12,6
2007	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	71.276	174.080	2,4	14,1
2008	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte	53.149	150.376	2,8	8,8
2001	Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético	31.874	55.543	1,7	10,3
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 3.115.391 (7% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Francia, Países Bajos, Reino Unido, Alemania y España.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Productos de la molinera: malta, almidón y fécula, inulina, gluten de trigo (11)

Estas exportaciones totalizaron en 2009 un valor de 13.634.217 miles de US\$. Los exportadores más destacados a nivel mundial son Francia, con ventas al exterior que en 2009 representaron el 9,8% del valor exportado en el mundo; Alemania (8,9%), Bélgica (7,8%), Estados Unidos (6,7%) y Canadá (5,6%).

Francia

Sus exportaciones de productos de la molinería sumaron en 2009 un valor de 1.342.267 miles de US\$ (el 9,8% del total mundial, como ya se dijo). Estas ventas al exterior corresponden principalmente a malta (de cebada u otros), que representó el 40,1% del valor exportado. Otros productos destacados fueron la harina de trigo o de morcajo (19,3) y el gluten de trigo (12,2%).

Estas exportaciones se destinaron principalmente a países de la Unión Europea, algunos de los cuales son también exportadores destacados de este grupo de productos, Bélgica (que concentró el 22,5% del valor), Alemania (11,1%) y los Países Bajos (8,1%).

Cuadro 100. **Francia, exportaciones de productos de la molinería (11)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
1107	Malta (de cebada u otros cereales), incluso tostada	954.373	537.844	0,6	9,7
1101	Harina de trigo o de morcajo (tranquillon)	653.807	259.418	0,4	11,4
1109	Gluten de trigo, incluso seco	98.714	164.014	1,7	12,9
1103	Granones, sémola y pellets, de cereales	279.626	126.526	0,5	10,1
1104	Granos de cereales trabajados de otro modo (por ejemplo: mondados, apl	98.821	55.347	0,6	12,0
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 1.342.267 (9,8% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Bélgica, Alemania, Países Bajos, Angola y Reino Unido.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Alemania

Las exportaciones de Alemania representaron en 2009 el 8,9% del valor exportado en el mundo de este grupo de productos y alcanzaron un valor de 1.209.961 miles de US\$. Estas exportaciones están compuestas principalmente por almidón y fécula, inulina (27,7% del valor), malta de cebada u otras (20,2%), harina de trigo (18,4%) y productos a base de papa (9,5%). Los principales mercados de destino son los Países Bajos (13,7% del valor exportado por Alemania en 2009), Francia (9,6%), Estados Unidos (5,9%), Reino Unido (5,9%) y Bélgica (5,5%).

Cuadro 101. Alemania, exportaciones de productos de la molinería (11)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
1108	Almidón y fécula; inulina.	539.805	334.979	0,6	11,1
1107	Malta (de cebada u otros cereales), incluso tostada	367.153	244.285	0,7	9,5
1101	Harina de trigo o de morcajo (tranquillon)	544.270	222.727	0,4	8,4
1105	Harina, sémola, polvo, copos, gránulos y pellets, de papa (patata)	82.727	114.861	1,4	18,5
1109	Gluten de trigo, incluso seco	48.786	85.013	1,7	14,2
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 1.209.961 (8,9% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Países Bajos, Francia, Estados Unidos Reino Unido, Bélgica.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Bélgica

Sus exportaciones de productos de la molinería sumaron en 2009 un valor de 1.063.688 miles de US\$, equivalentes al 7,8% del valor exportado en el mundo. Un 55,4% de este valor corresponde a malta de cebada u otros cereales, un 23,5% a harina de trigo o marcajo y un 11,6% a almidón y fécula, inulina. Bélgica exporta mayoritariamente a los Países Bajos (23,5% de su valor exportado en 2009), Brasil (6,4%), Francia (6,3%), Angola (5,8%) y Venezuela (3,8%).

Cuadro 102. **Bélgica, exportaciones de productos de la molinería (11)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
1107	Malta (de cebada u otros cereales), incluso tostada	970.519	589.350	0,6	17,1
1101	Harina de trigo o de morcajo (tranquillon)	622.389	249.577	0,4	9,5
1108	Almidón y fécula; inulina.	48.561	123.731	2,5	249,1
1105	Harina, sémola, polvo, copos, gránulos y pellets, de papa (patata)	42.060	58.354	1,4	22,7
1104	Granos de cereales trabajados de otro modo (por ejemplo: mondados, apl	51.411	22.523	0,4	21,1
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 1.063.688 (7,8% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Países Bajos, Brasil, Francia, Angola, Venezuela.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Estados Unidos

Estados Unidos exportó en 2009 un valor de 909.199 miles de US\$, que fueron equivalentes al 6,7% del valor total exportado en el mundo de este grupo de productos. De ese valor, un 31% correspondió a malta de cebada u otros cereales, un 15,5% a granones, sémola y pellets, de cereales, y un 14,5% a harina de trigo o morcajo. En este caso los mercados de destino difieren de aquellos a los cuales los países europeos envían estas exportaciones, ya que los principales son México (que en 2009 concentró el 39,1% del valor exportado por Estados Unidos), Canadá (17,9%), Japón (5,5%), Kenia (2,5%) y República Dominicana (2,3%).

Otros productos

Entre los otros grupos de productos que integran las conservas de frutas y hortalizas se destacan las **salsas de tomates** (210320), cuyas exportaciones sumaron en 2009 un valor de 1.394.498 miles de US\$. Los principales exportadores a nivel mundial son los Países Bajos (con un 21,1% del valor exportado en 2009), Estados Unidos (16,5%), Italia (12,3%), Alemania (7,1%) y España (5,5%).

Con menor importancia relativa, la achicoria **tostada y demás sucedáneos del café tostado y sus extractos** (210130) registra en 2009 exportaciones por un valor de 108.690 miles de US\$. Los principales países exportadores son Alemania (20,2% del valor exportado en el mundo), España (17,1%), Polonia (16%), Portugal (8,7%) y Suiza (5,9%).

En la categoría “**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**” (códigos 0711), las exportaciones en 2009 sumaron un valor de 524.950 miles de US\$. Los principales exportadores son China (con el 28,7% del valor mundial exportado), India (12,7%), España (8,8%) y los Países Bajos (6,9%). Entre los países de mayor interés para este estudio, puede señalarse que las exportaciones de España corresponden principalmente a aceitunas, y luego pepinos y pepinillos; estos envíos los destina España a Italia, Estados Unidos, Portugal, Alemania y Francia, mayoritariamente.

En la categoría “**frutas u otros frutos, conservados provisionalmente** (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para dicha conservación), **pero todavía impropios para consumo inmediato**” (códigos 0812), se registra en 2009 un valor exportado de 180.049 miles de US\$. Los principales exportadores son China (22,9% del total mundial), España (16,8%), Italia (8,2%) y Estados Unidos (7,7%). Entre los países de mayor interés para este estudio, España exporta principalmente con destino a países de la Unión Europea (Italia, Francia, Reino Unido, Países Bajos y Alemania), en tanto que Estados Unidos exporta mayoritariamente a Canadá, Japón, México, los Emiratos Árabes Unidos y Taipei chino).

PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS CONGELADOS

Los principales países exportadores de productos hortofrutícolas congelados son Bélgica, China y Polonia, cuyas ventas al exterior representaron el 18,8%, el 11,1% y el 8,8% del valor total exportado en 2009, respectivamente. Otros exportadores relevantes son los Países Bajos (5,8% del valor), España (5,7%), México (5,5%), Canadá, Francia y Estados Unidos (cada uno con el 4,2%) y Serbia (3,8%). Chile es el undécimo exportador de mayor importancia, con el 3,5% del valor exportado en el mundo en 2009.

En el total de estas exportaciones, las hortalizas congeladas representan aproximadamente el 64% del valor y las frutas congeladas el 36% restante.

Hortalizas (incluso silvestres), aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas (0710)

Las exportaciones de hortalizas congeladas sumaron en 2009 un valor de 4.786.642 miles de US\$. Los exportadores más destacados a nivel mundial son Bélgica, cuyas ventas al exterior representaron en 2009 el 25,6% del valor total, y China, con el 13,6%. También son exportadores relevantes España (7,7%), México (6,3%) y Francia (6,1%).

Bélgica

Sus exportaciones de hortalizas congeladas sumaron en 2009 un valor de 1.227.811 miles de US\$ (el 25,6% del total mundial, como se indicó). Estas exportaciones se concentran fundamentalmente en mezclas de hortalizas (que representan el 27,9% del valor exportado por el país, arvejas (11,3%), frejoles (10,7%)), espinacas (6,1%) y maíz dulce (1,9%) (Cuadro 103).

Entre los productos de mayor interés para Chile, las exportaciones de Bélgica también incluyen hongos congelados (1,5% de su valor exportado), cuyas exportaciones muestran un crecimiento promedio anual en torno al 11% entre 2001 y 2009; y espárragos (0,5% del valor), con un crecimiento promedio anual de 21,5% entre 2001 y 2009.

Los principales países de destino del conjunto de hortalizas congeladas son todos países de la Unión Europea: Francia (que concentra el 25,5% del valor exportado por Bélgica), Alemania (23,3%), Reino Unido (14,1%), Italia (6,2%) y los Países Bajos (5,1%).

Cuadro 103. Bélgica, exportaciones de hortalizas (incluso silvestres), aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas (0710)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
07108095	Hortalizas, ya sea cocidas o no, en agua o vapor, congeladas (excl. papas, leguminosas, espinaca, espinada de Nueva Zelanda, <i>orache spinach</i> , maíz dulce, olivas, frutos del género <i>Capsicum</i> o del género pimiento)	432.652	436.778	1,0	9,8
07109000	Mezclas de hortalizas , incluso cocidas, congeladas	260.313	341.950	1,3	14,5
07102100	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Hortalizas de	105.479	138.765	1,3	11,5

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
	vaina, estén o no desvainadas: Guisantes (arvejas, chícharos) (<i>Pisum sativum</i>)				
07102200	Frejoles , incluso desvainados, cocidas en agua o vapor, congeladas	116.099	130.769	1,1	9,3
07103000	Espinacas (incluida la de Nueva Zelanda) y armuelles, congeladas	84.435	75.354	0,9	12,1
07104000	Maíz dulce , incluso cocido, congelado	17.293	23.710	1,4	7,6
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 1.227.811 (25,6% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Francia, Alemania, Reino Unido, Italia y Países Bajos.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

China

Sus exportaciones de hortalizas congeladas sumaron en 2009 un valor de 649.621 miles de US\$, correspondientes al 13,6% del valor mundial. Estos envíos se componen principalmente de mezclas de hortalizas (5,8% de su valor exportado), espinacas (5,1%), arvejas (2,8) y maíz dulce (2,4%). Sus principales mercados de destino son Japón, la República de Corea y Estados Unidos, que en 2009 concentraron el 32,2%, el 15,9% y el 14,6% del valor exportado por China, respectivamente. También son destinos relevantes Italia (4,9%) y Alemania (4,2%) (Cuadro 104).

Cuadro 104. **China, exportaciones de hortalizas (incluso silvestres), aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas (0710)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
07108090	Las demás hortalizas, incluso cocidas, congeladas	508.567	422.276	0,8	17,4
07102900	Hortalizas de vaina, estén o no desvainadas	82.957	91.765	1,1	1,4
07109000	Mezclas de hortalizas , incluso cocidas, congeladas	43.781	37.570	0,9	12,0

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
07103000	Espinacas (incluida la de Nueva Zelanda) y armuelles, congeladas	37.656	33.076	0,9	21,7
07102100	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Hortalizas de vaina, estén o no desvainadas: Guisantes (arvejas, chícharos) (<i>Pisum sativum</i>)	20.416	18.119	0,9	55,9
07104000	Maíz dulce , incluso cocido, congelado	23.866	15.810	0,7	32,0
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 649.621 (13,6% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Japón, República de Corea, Estados Unidos, Italia y Alemania.					

*Código 07108080, promedio anual 2003-2009; los restantes códigos, promedio anual 2005-2009.

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

España

Las exportaciones de hortalizas congeladas de España totalizaron en 2009 un valor de 370.535 miles de US\$, equivalentes al 7,7% del valor total exportado a nivel mundial. Estos envíos incluyen forma destacada pimientos dulces (13,7% de su valor exportado), tomates (8,7%), arvejas (6,4%) y espinacas (5,9%). Entre otros productos de interés para Chile, el 5,6% corresponde a mezclas de hortalizas y el 4,1% a maíz dulce; España exporta también espárragos congelados y hongos congelados, en proporciones que representan menos del 1% de su valor exportado.

Los principales mercados de destinos de las hortalizas congeladas que exporta España son todos países de la Unión Europea: Francia (que concentra el 25,7% del valor exportado en 2009), el Reino Unido (16,2%), Bélgica (15,7%), Alemania (9,6%) e Italia (7,8%) (Cuadro 105).

Cuadro 105. España, exportaciones de hortalizas (incluso silvestres), aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas (0710)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual Valor exp. 2001-2009
Código	Productos principales (5)	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
07108095	Hortalizas, ya sea cocidas o no, en agua o vapor, congeladas (excl. papas, leguminosas, espinaca, espinada de Nueva Zelanda, <i>orache spinach</i> , maíz dulce, olivas, frutos del género <i>Capsicum</i> o del género pimiento)	123.607	141.502	1,1	12,0
07108051	Pimientos dulces (aunque estén cocidas en agua o vapor, congelados)	36.991	50.915	1,4	10,0
07108070	Tomates (aunque estén cocidos en agua o vapor, congelados)	27.021	32.132	1,2	37,4
07108059	Frutos del género <i>capsicum</i> o pimenta, sin cocer o cocidos en vapor o en agua, congeladas (excl. pimientos dulces)	20.660	25.496	1,2	8,7
07102100	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Hortalizas de vaina, estén o no desvainadas: Guisantes (arvejas, chícharos) (<i>Pisum sativum</i>)	21.502	23.802	1,1	28,2
07103000	Espinacas (incluida la de Nueva Zelanda) y armuelles, congeladas	14.307	21.990	1,5	19,5
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 370.535 (7,7% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Francia, Reino Unido, Bélgica, Alemania, Italia.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

México

Sus exportaciones de hortalizas congeladas sumaron en 2009 un valor de 300.659 miles de US\$, que representaron el 6,3% del valor total exportado en el mundo ese año. Estas exportaciones se componen en forma muy mayoritaria (70% del valor) de espárragos, brócolis y coliflores; otros productos relevantes son las mezclas de hortalizas (14,7% del valor), las espinacas (2,1%), maíz dulce (1,5%), coles de bruselas (0,9%) y arvejas (0,9%).

Un mercado muy relevante de estas exportaciones es Estados Unidos, que en 2009 concentró el 94,3% del valor. Los otros destinos son Venezuela (3,2%), Canadá (1,2%), Japón (1,2%) y Alemania (0,1%) (Cuadro 106).

Cuadro 106. **México, exportaciones de hortalizas (incluso silvestres), aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas (0710)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual Valor exp. 2004-2009
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
07108004	Las demás legumbres y hortalizas: espárragos, brócolis ("bróccoli") y coliflores.	208.161	210.586	1,0	10,1
07109099	Mezclas de hortalizas y/o legumbres: los demás.	33.044	44.307	1,3	12,5
07108099	Las demás legumbres y hortalizas: las demás.	34.221	27.652	0,8	8,1
07103001	Espinacas y armuelles , incluso cocidas, congeladas: espinacas (incluida la de Nueva Zelanda) y armuelles.	6.836	6.308	0,9	16,9
07104001	Maíz dulce: maíz dulce.	672	4.429	6,6	280,6
07108003	Las demás legumbres y hortalizas: coles de bruselas (repollitos), cortadas.	1.670	2.678	1,6	9,8
07102101	Arvejas , incluso desvainadas, cocidas, congeladas: chícharos (guisantes, arvejas) (<i>Pisum sativum</i>).	569	2.607	4,6	56,1
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 300.659 (6,3% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Estados Unidos, Venezuela, Canadá, Japón y Alemania.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Francia

Las exportaciones de Francia en este grupo de productos sumaron en 2009 un valor de 291.304 miles de US\$, equivalentes al 6,1% del total exportado en el mundo. Considerando el valor exportado por el país en 2008 (306.865 miles de US\$)²⁰, estos envíos incluyen entre

²⁰ No están disponibles las cifras de valores exportados de distintos productos en 2009.

los principales productos frejoles (19,3% del valor), arvejas (13,7%), mezclas de hortalizas (12,3%), espinacas (7,6%), maíz dulce (7,5%) y hongos (que también suman el 7,5%).

Los principales mercados de destino de estas exportaciones son países de la Unión Europea: Bélgica (31,3% del valor exportado en 2009), Alemania (14,3%), Reino Unido (11,7%), Italia (11,1%) y el España (10,7%) (Cuadro 107).

Cuadro 107. Francia, exportaciones de hortalizas (incluso silvestres), aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas (0710)

Exportaciones 2008					% crecim. promedio anual Valor exp. 2001-2008
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
07108095	Hortalizas, ya sea cocidas o no, en agua o vapor, congeladas (excl. papas, leguminosas, espinaca, espinada de Nueva Zelanda, <i>orache spinach</i> , maíz dulce, olivas, frutos del género <i>Capsicum</i> o del género pimiento...)	48.356	78.401	1,6	9,7
07102200	Frejoles , incluso desvainados, cocidos en agua o vapor, congelados	51.600	59.363	1,2	12,7
07102100	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Hortalizas de vaina, estén o no desvainadas: Guisantes (arvejas, chícharos) (<i>Pisum sativum</i>)	37.737	42.079	1,1	13,8
07109000	Mezclas de hortalizas , incluso cocidas, congeladas	20.237	37.851	1,9	14,0
07103000	Espinacas (incluida la de Nueva Zelanda) y armuelles, congeladas	20.283	23.361	1,2	9,1
07104000	Maíz dulce , incluso cocido, congelado	19.658	22.928	1,2	46,8
07108069	Hongos congelados , no cocidos o cocidos en vapor o agua (excl. los del género <i>agaricus</i>)	3.835	14.206	3,7	7,9
07108061	Hongos congelados del género <i>agaricus</i> , no cocidos o cocidos en vapor o agua	4.109	9.565	2,3	-4,0
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 291.304 (6,1% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Bélgica, Alemania, Reino Unido, Italia y España.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados (0811)

Las exportaciones de frutas congeladas totalizaron un valor de 2.667.364 miles de US\$ en 2009. Los principales países exportadores son Polonia (cuyas exportaciones representaron el 15,0% del valor mundial en 2009), Serbia (9,5%), Chile (8,1%), Canadá (7,2%) y Países Bajos (6,8%). En el caso de Chile, son estas exportaciones de frutas congeladas las que principalmente sitúan al país como el undécimo exportador de productos hortofrutícolas congelados a nivel mundial.

Polonia

Las exportaciones de frutas congeladas que realizó Polonia en 2009 sumaron un valor de 398.905 miles de US\$, equivalente al 15% del total mundial.

Estas exportaciones se están compuestas principalmente por frutillas congeladas y frambuesas congeladas, que en 2009 representaron el 30% y el 26% del valor de estas exportaciones, respectivamente.

Los principales mercados de destino de estas exportaciones (de acuerdo con el valor exportado en 2008)²¹, son Alemania (36% del valor exportado en 2008), Países Bajos (10,8%), Francia (8,8%), Bélgica (8,1%) y Reino Unido (6,5%) (Cuadro 108).

Cuadro 108. **Polonia, exportaciones de frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados (0811)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual Valor exp. 2001-2009
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
08111090	Frutillas cocidas o no en agua o vapor, no endulzadas, congeladas	88.752	120.243	1,4	2,2
08112031	Frambuesas, cocidas o no en agua o vapor, congeladas, no endulzadas	40.356	103.849	2,6	29,8
08119075	Guindas ácidas " <i>prunus cerasus</i> ", cocidas o no en agua o vapor, congeladas, sin contener azúcar u otra materia endulzantes	61.510	60.240	1,0	2,6
08119050	Frutos de la especie <i>Vaccinium myrtillus</i> , cocidos o no en agua o vapor, congelados, no endulzados	8.017	25.564	3,2	13,7

²¹ No están disponibles los valores desagregados por país de destino para 2009.

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual Valor exp. 2001-2009
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
08119095	Frutos y nueces congelados, comestibles, cocidos o no en agua o vapor, sin contener azúcar agregada u otra materia endulzante (excl. frutillas, frambuesas, moras, <i>Rubus</i> × <i>loganobaccus</i> , grosellas negras, blancas o rojas)	16.709	23.787	1,4	9,8
08112039	Grosellas negras , cocidas o no en agua o vapor, congeladas, no endulzadas	18.458	23.295	1,3	19,5
08112051	Grosellas , cocidas o no en agua o vapor, congeladas, no endulzadas	12.427	13.101	1,1	3,9
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 398.905 (15% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Alemania, Países Bajos, Francia, Bélgica y Reino Unido.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Serbia

Las exportaciones de frutas congeladas de Serbia totalizaron en 2009 un valor de 252.106 miles de US\$, que representaron el 9,5% del valor exportado en el mundo.

En el valor total exportado por Serbia en 2006 (último año para el cual se tiene información por tipo de productos), el 90% corresponde a un grupo de frutas que incluye diversas especies de berries congelados, pero que aparecen registradas sin especificación (la estadística las registra con diversos códigos, como se muestra en el Cuadro 109, pero sin que sea posible identificar la diferencia en su descripción). Estas exportaciones suman en 2006 un volumen de 101.380 toneladas, para las cinco categorías listadas en el Cuadro 109, por un valor de 116.374 miles de US\$ y un valor medio de 1,15 dólares por kilo.

El resto de las exportaciones que registra el cuadro corresponde a frutas y nueces congeladas con exclusión del grupo nombrado antes (su exportación también se registra con más de un código, pero sin mayor especificación).

Los principales mercados de destinos del conjunto de frutas congeladas son países de la Unión Europea, entre los cuales destacan Alemania y Francia, que concentran el 36,5% y el 18,9% del valor exportado en 2009; también son mercados relevantes Bélgica (9,5%), Austria (7,9%) y los Países Bajos (4,6%) (Cuadro 109).

Cuadro 109. **Serbia, exportaciones de frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados (0811)**

Exportaciones 2006					% crecim. promedio anual Valor exp. 2004-2006
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
0811203111	Frambuesas, moras, <i>Rubus</i> × <i>loganobaccus</i> , grosellas negras, blancas o rojas y grosella espinosa europea, congeladas, cocidas o no en agua o vapor, endulzadas o no: detalle de etiqueta no disponible	24.362	48.149	2,0	8,2
0811203112		25.431	30.021	1,2	-2,2
0811205911		13.624	23.110	1,7	80,4
0811203113		7.220	11.011	1,5	1,9
0811203114		5.481	4.083	0,7	-0,6
0811909519	Frutos y nueces congelados, cocidos o no en agua o vapor, endulzados o no, (excl. frutillas, frambuesas, moras, <i>Rubus</i> × <i>loganobaccus</i> , grosellas negras, blancas o rojas y grosella espinosa europea): detalle de etiqueta no disponible	10.200	7.887	0,8	5,9
0811907511		15.062	17.680	1,2	35,3
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 252.106 (9,5% del total mundial)					
Principales mercados de destino (en 2009): Alemania, Francia, Bélgica, Austria y Países Bajos.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Chile²²

Las exportaciones de frutas congeladas de Chile totalizaron en 2009 un valor de 215.259 miles de US\$, equivalentes al 8,1% del valor exportado ese año en el mundo. Las frambuesas congeladas representan un porcentaje muy alto (casi el 58%) del valor exportado por el país en 2009. Otros productos muy relevantes son las frutillas (13,4% del valor), los arándanos (11,4%) y las moras (7,2%), Aunque con una importancia mucho menor en el valor exportador, integran también estas exportaciones de Chile los kiwis (1,7%), uvas (1,3%) y damascos, duraznos y manzanas (con menos de 1%).

Las exportaciones chilenas de frutas congeladas se destinan principalmente a Estados Unidos y Canadá, mercados que en 2009 concentraron el 36,1% y el 17,2% del valor de estas exportaciones, respectivamente. Otros destinos relevantes son Francia (6,9%), los Países Bajos (6,4%) y Australia (5,2%) (Cuadro 110).

Cuadro 110. **Chile, exportaciones de frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados (0811)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual Valor exp. 2003-2009
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
08112020	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas: Frambuesas	37.496	124.671	3,3	22,5
08111000	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Fresas (frutillas)	22.065	28.832	1,3	17,3
08119010	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Arándanos	10.481	24.575	2,3	94,4
08112010	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro	12.635	15.580	1,2	12,2

²² Se incluye aquí un breve análisis de las exportaciones de Chile por cuanto, de acuerdo con la metodología aplicada en este estudio, el país se incluye entre los líderes en materia de exportación en algunos grupos de productos; naturalmente se realiza un análisis más acabado de las exportaciones de Chile en otras secciones del documento, pero se estimó pertinente incluirlo aquí para mostrar el panorama completo que entrega la perspectiva aplicada en esta sección.

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual Valor exp. 2003-2009
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
	edulcorante: Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas: Moras				
08119090	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Las demás	4.911	11.065	2,3	39,5
08119040	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Kiwis	3.265	3.613	1,1	20,9
08119060	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Uvas	3.266	2.897	0,9	18,5
08112090	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas: Los demás	1.409	2.155	1,5	24,2
08119020	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Damascos (albaricoques, chabacanos)*	300	611	2,0	-2,8
08119030	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Duraznos (melocotones)*	294	429	1,5	-10,9
08119050	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Manzanas	225	269	1,2	44,8
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 215.259 (8,1% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Estados Unidos, Canadá, Francia, Países Bajos, Australia.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Canadá

Las exportaciones de frutas congeladas de Canadá sumaron en 2009 un valor de 190.913 miles de US\$, que representaron el 7,2% del valor exportado en el mundo.

Estas exportaciones se están compuestas principalmente por diversos tipos de berries, entre los cuales los arándanos representan el 80% del valor exportado de estos frutos congelados en 2009. Son relevantes también las exportaciones de frutillas y de otras partidas que incluyen diversos tipos de berries, o bien de otros frutos.

Las exportaciones de Canadá se destinan en forma muy mayoritaria a Estados Unidos, que en 2009 concentró el 58,1% del valor exportado. Otros mercados relevantes son Alemania (11,7%), Japón (8,8%), Reino Unido (4,4%) y China (3,6%) (Cuadro 111).

Cuadro 111. **Canadá, exportaciones de frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados (0811)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual Valor exp. 2002-2009
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
08119011	Arándanos , silvestres, cocinos o no en agua o vapor, endulzados o no, congelados	36.051	106.398	3,0	13,2
08119012	Arándanos , cultivados, cocidos o no en agua o vapor, endulzados o no, congelados	20.565	47.674	2,3	22,8
08119090	Frutos y nueces congelados, cocidos o no en agua o vapor, endulzados o no, (excl. frutillas, frambuesas, moras, <i>Rubus</i> × <i>loganobaccus</i> , grosellas negras, blancas o rojas y grosella espinosa europea): Otros	15.144	26.693	1,8	18,3
08112000	Frambuesas, moras, <i>Rubus</i> × <i>loganobaccus</i> , grosellas negras, blancas o rojas y grosella espinosa europea, congeladas, cocidas o no en agua o vapor, endulzadas o no	3.019	9.828	3,3	12,5
08111000	Frutillas congeladas, cocidas o no en agua o vapor, endulzadas o no: detalle de etiqueta no disponible	305	320	1,1	-5,8
Valor exportado 2009: Miles de US\$ 190.913 (7,2% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Estados Unidos, Alemania, Japón, Reino Unido, China.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Países Bajos

Las exportaciones de frutas congeladas de los Países Bajos totalizaron en 2009 un valor de 182.027 miles de US\$, que representaron el 6,8% del valor exportado en el mundo ese año.

Los principales productos que integran estas exportaciones son las frutillas congeladas, que representan el 28% del valor exportado de estos frutos; y las frambuesas congeladas, con el 15,8%. El 11,5% del valor corresponde a las exportaciones de un grupo amplio de frutas congeladas que incluye distintas especies, como guavas, mango y papayas, entre otras.

Estas exportaciones se destinan principalmente a países de la Unión Europea, entre los cuales destacan Alemania y Francia, que en 2009 concentraron el 33,1% y el 15,6% del valor exportado. Otros mercados relevantes son el Reino Unido (8,3%), Austria (7,4%) y Suecia (6,3%) (Cuadro 112).

Cuadro 112. Países Bajos, exportaciones de frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados (0811)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual Valor exp. 2002-2009*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
'08111090	Frutillas cocidas o no en agua o vapor, no endulzadas, congeladas	35.359	53.526	1,5	36,6
'08119095	Frutos y nueces congelados, comestibles, cocidos o no en agua o vapor, sin contener azúcar agregada u otra materia endulzante (excl. frutillas, frambuesas, moras, <i>Rubus</i> × <i>loganobaccus</i> , grosellas negras, blancas o rojas	17.329	30.656	1,8	20,61
'08112031	Frambuesas, cocidas o no en agua o vapor, congeladas, no endulzadas	9.528	30.079	3,2	33,4
'08119085	Guayabas, mangos, mangostanes, papayas, tamarindos, peras de cajuil, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya, coco, anacardos, nueces de Brasil, de areca "betel" nueces, nueces de cola y macadamia	13.182	21.931	1,7	27,2
'08119050	Frutos de la especie <i>Vaccinium myrtillus</i> , no cocidos o cocidos en agua o vapor, congelados, sin endulzar	5.372	18.323	3,4	38,4

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual Valor exp. 2002-2009*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
Valor exportado 2009: Miles de US\$ 182.027 (6,8% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Alemania, Francia, Reino Unido, Austria y Suecia.					

*Códigos 08111090 y 8112031, promedio anual 2004.2009.

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DESHIDRATADOS

Los diez principales países exportadores de productos hortofrutícolas deshidratados son Estados Unidos (que concentra el 24,3% del valor total exportado en 2009), China (14,2%), Turquía (11,3%), Alemania (4,4%), España (3,5%), Irán (3,4%), India (3,2%), Chile (2,8%), Países Bajos (2,4%) y Hong Kong (2,1%).

Estas exportaciones incluyen un conjunto muy amplio y diverso de productos, de tal modo que los diferentes países exportadores (incluyendo a Chile) son líderes en uno u otro grupo, de manera bastante excluyente.

El valor total exportado en 2009, incluye principalmente las siguientes categorías:

- el grupo de productos que incluye a las nueces de nogal, almendras, avellanas y castañas (es decir, los demás frutos de cáscara frescos o secos, excluyendo cocos), con un valor exportado de 8.380.962 miles de US\$
- frutas y frutos secos (excluyendo el grupo antes nombrado y los cocos), con un valor exportado de 1.652.812 miles de US\$
- las demás plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, con un valor exportado de 1.541.653 miles de US\$
- pasas, con un valor exportado de 1.276.953 miles de US\$
- pimientos secos, triturados o pulverizados (pimentón), con un valor exportado de 916.942 miles de US\$
- cocos secos, con un valor exportado de 363.941 miles de US\$.

Los demás frutos de cáscara frescos o secos (0802)

Las exportaciones de estos productos sumaron en 2009 un valor de 8.380.962 miles de dólares en todo el mundo. El principal exportador mundial es Estados Unidos, que concentra el 41,4% del valor exportado total. También son exportadores destacados Turquía (10%), Irán (5,5%), Hong Kong (4,2%) y España (4,0%).

En los casos de Estados Unidos, Irán y Hong Kong, las exportaciones de este grupo de productos representan una proporción cercana al 100% de sus exportaciones de deshidratados (en valor). Para Turquía y de España, estas exportaciones representan más del 50% y más del 65% del total de sus exportaciones de deshidratados, respectivamente.

Estados Unidos

Sus exportaciones representaron el 41,4% del valor exportado de este grupo de productos en 2009 en todo el mundo. Estas exportaciones se concentran principalmente en almendras con y sin cáscara (53,5% del valor exportado por Estados Unidos en este grupo de productos en 2009), nueces de nogal con y sin cáscara (19,2%) y pistachos (17,4%).

Sus principales mercados de destino en estos productos son Hong Kong (que concentra el 16,8% del valor exportado por el país en 2009), España (8,7%), Alemania (7,2%), India (5,4%) y Canadá (5,2%) (Cuadro 113).

Cuadro 113. **Estados Unidos, exportaciones de los demás frutos de cáscara frescos o secos (0802)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
080212	Almendras sin cáscara frescas o secas	388.452	1.424.530	3,7	13,8
080250	Pistachos , frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.	113.363	604.807	5,3	33,5
080211	Almendras con cáscara frescas o secas	134.671	431.156	3,2	21,8
080232	Nueces de nogal sin cáscara, frescas o secas	72.119	346.532	4,8	18,2
080231	Nueces de nogal con cáscara frescas o secas	116.601	320.160	2,7	20,8
080290	Los demás frutos de cáscara, frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados	62.842	251.263	4,0	16,6
080221	Avellanas con cáscara frescas o secas	29.435	77.887	2,6	18,2
080222	Avellanas sin cáscara, frescas o secas, incluso mondadas.	1.391	6.317	4,5	32,7
080260	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados : Nueces de macadamia	1.307	4.371	3,3	49,6
080240	Castañas , frescas o secas	115	240	2,1	60,0

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 3.467.264 (41,4% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Hong Kong, España, Alemania, India y Canadá					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Turquía

Las exportaciones de Turquía representaron el 10% del valor exportado de este grupo de productos en 2009 en todo el mundo.

Sus exportaciones corresponden mayoritariamente a avellanas (85% del valor exportado de este grupo de productos en 2009), almendras (casi el 5%) y pistachos (2,8%).

Sus principales mercados de destino de estos productos son países de la Unión Europea: Italia (que en 2009 concentró el 35,8% del valor de estas exportaciones), Alemania (13,3%), Francia (8%), Suiza (4,7%), y Polonia (3,5%) (Cuadro 114).

Cuadro 114. **Turquía, exportaciones de los demás frutos de cáscara frescos o secos (0802)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
080222	Avellanas sin cáscara, frescas o secas, incluso mondadas	128.702	710.844	5,5	10,3
080290	Los demás frutos de cáscara, frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados	2.365	51.024	21,6	50,5
080212	Almendras sin cáscara frescas o secas	4.054	38.633	9,5	83,0
080250	Pistachos , frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.	2.376	23.131	9,7	14,3
080232	Nueces de nogal sin cáscara, frescas o secas	1.210	10.460	8,6	57,5
080240	Castañas , frescas o secas	2.919	4.941	1,7	30,0
080221	Avellanas con cáscara frescas o secas	405	1.171	2,9	108,9

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
080211	Almendras con cáscara frescas o secas	39	182	4,7	36,7
080231	Nueces de nogal con cáscara frescas o secas	19	42	2,2	S/I
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 840.429 (10% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Italia, Alemania, Francia, Suiza y Polonia.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Irán

En este grupo de productos, las exportaciones de Irán representaron el 5,5% del valor total exportado en el mundo en 2009. Las exportaciones de este país corresponden de manera muy mayoritaria a pistachos, que sumaron casi el 90% de su valor exportado en este grupo de productos en 2009, y en segundo lugar, a almendras con y sin cáscara (2,6%).

En 2006, estas exportaciones se destinaron principalmente a los Emiratos Árabes Unidos, Hong Kong, Alemania, la Federación de Rusia e Italia (no hay información disponible para los siguientes años) (Cuadro 115).

Cuadro 115. Irán, exportaciones de los demás frutos de cáscara frescos o secos (0802)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
080250	Pistachos , frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.	66.416	415.806	6,3	7,2
080212	Almendras sin cáscara frescas o secas	1.067	10.657	10,0	51,0
080211	Almendras con cáscara frescas o secas	1.757	1.424	0,8	28,9
080290	Los demás frutos de cáscara, frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados	235	457	1,9	54,2
080232	Nueces de nogal sin cáscara, frescas o secas	59	398	6,7	35,2
080231	Nueces de nogal con cáscara frescas o secas	23	64	2,8	37,8

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 464.355 (5,5% del total mundial)					
Principales mercados de destino: en 2006, Emiratos Árabes Unidos, Hong Kong, Alemania, Federación de Rusia e Italia (no hay información posterior disponible).					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Hong Kong

Las exportaciones de Hong Kong representaron en 2009 el 4,2% del valor total de este grupo de productos exportado en el mundo. Hong Kong exporta principalmente almendras con y sin cáscara (36,5% de su valor exportado en estos productos en 2009), pistacho (32,5%), nueces con y sin cáscara (8,5%) y avellanas con y sin cáscara (6,3%).

Los principales países de destino de estas exportaciones son Viet Nam y China, que en 2009 concentraron el 64,4% y el 24,3% del valor exportado, respectivamente; y con porcentajes muy bajos, Emiratos Árabes Unidos, la Federación Rusa e India (Cuadro 116).

Cuadro 116. **Hong Kong, exportaciones de los demás frutos de cáscara frescos o secos (0802)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales (5)	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
080250	Pistachos , frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.	25.499	114.177	4,5	26,8
080212	Almendras sin cáscara frescas o secas	19.253	71.710	3,7	54,7
080211	Almendras con cáscara frescas o secas	27.244	56.521	2,1	59,1
080290	Los demás frutos de cáscara, frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados	17.452	45.833	2,6	34,5
080231	Nueces de nogal con cáscara frescas o secas	16.349	26.775	1,6	170,9
080221	Avellanas con cáscara frescas o secas	10.232	21.424	2,1	32,1
080260	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados : Nueces de macadamia	4.537	10.264	2,3	S/I

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales (5)	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
080232	Nueces de nogal sin cáscara, frescas o secas	1.213	2.917	2,4	46,0
080222	Avellanas sin cáscara, frescas o secas, incluso mondadas.	164	847	5,2	9,9
080240	Castañas , frescas o secas	67	482	7,2	1,5
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 350.950 (4,2% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Viet Nam y China, principalmente (en mucho menor proporción, Emiratos Árabes Unidos, Federación Rusa e India).					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

España

Sus exportaciones equivalen al 4% del valor exportado de estos productos en 2009. Sus principales productos son las almendras principalmente sin cáscara, que representaron el 76,4% del valor exportado por el país en 2009, las avellanas (4,6%), los pistachos y las nueces de nogal (2,4% cada uno).

Sus principales países de destino son países de la Unión Europea: Alemania (22,7% del valor exportado por España de estos productos en 2009), Italia (19,5%), Francia (14,8%) y los Países Bajos (5,8%) (Cuadro 117).

Cuadro 117. **España, exportaciones de los demás frutos de cáscara frescos o secos (0802)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
080212	Almendras sin cascara frescas o secas	55.820	244.244	4,4	9,3
080290	Los demás frutos de cascara, frescos o secos, incluso sin cascara o mondados: los demás	7.942	33.334	4,2	13,7
080222	Avellanas sin cascara, frescas o secas, incluso mondadas.	3.248	14.779	4,6	22,7
080240	Castañas , frescas o secas	6.957	14.204	2,0	17,5

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
080211	Almendras con cascara frescas o secas	2.725	12.906	4,7	25,1
080250	Pistachos , frescos o secos, incluso sin cascara o mondados	1.079	7.908	7,3	59,2
080232	Nueces de nogal sin cascara, frescas o secas	1.016	5.309	5,2	27,8
080231	Nueces de nogal con cascara frescas o secas	1.072	2.927	2,7	24,5
080221	Avellanas con cascara frescas o secas	257	739	2,9	31,6
080260	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados : Nueces de macadamia	13	80	6,2	S/I
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 336.430 (4% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Alemania, Italia, Francia y Países Bajos.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Frutas y otros frutos, secos (excepto los frutales de nuez) (0813)

Las exportaciones de este grupo de productos sumaron en 2009 un valor de 1.652.812 miles de dólares. Los principales exportadores son Turquía y Estados Unidos, que concentraron ese año el 17,8% y el 16% del valor exportador respectivamente. Son también exportadores relevantes Chile (8%), Francia (6,3%) y Tailandia (6,2%).

Turquía

Sus exportaciones equivalieron al 17,8% del valor exportado en el mundo en 2009. Este valor corresponde en casi un 95% a damascos deshidratados; el país también exporta manzanas deshidratadas y ciruelas deshidratadas, que corresponden al 1,1% y 0,3% del valor exportado en 2009, respectivamente.

Los principales mercados de destino son Estados Unidos (que concentra el 14,4% del valor de estas exportaciones), Alemania (11,3%), la Federación de Rusia (10,9%), el Reino Unido (10,1%) y Francia (7,9%) (Cuadro 118).

Cuadro 118. **Turquía, exportaciones de frutas y otros frutos secos (0813)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
081310	Damascos desecados o deshidratados (incluye: damascos descaroizados)	101.234	278.866	2,8	16,9
081350	Mezclas de frutas secas o de frutos de cáscara de este capítulo	3.150	6.122	1,9	84,1
081340	Los demás frutos secos	1.695	5.231	3,1	16,0
081330	Manzanas desecadas o deshidratadas	2.018	3.360	1,7	14,3
081320	Ciruelas desecadas o deshidratadas	617	928	1,5	5,9
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 294.507 (17,8% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Estados Unidos, Alemania, Federación de Rusia, Reino Unido y Francia.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Estados Unidos

Las exportaciones de Estados Unidos representaron en 2009 el 16% del valor mundial exportado de este grupo de productos. Estos envíos corresponden en casi un 59% a ciruelas deshidratadas, en un 16,2% a mezclas de frutos deshidratados, en un 5,4% a manzanas deshidratadas y en un 2,1% a damascos deshidratados

Sus principales países de destino son Canadá y Japón, que en 2009 concentraron el 17,5% y el 15,9% del valor exportado, respectivamente. Otros mercados destacados son Alemania (12,3% del valor), México (6,2%) y la República de Corea (5,3%) (Cuadro 119).

Cuadro 119. **Estados Unidos, exportaciones de frutas y otros frutos secos (0813)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
081320	Ciruelas desecadas o deshidratadas	53.994	154.814	2,9	1,4
081340	Los demás frutos secos	15.274	46.707	3,1	11,2

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
081350	Mezclas de frutas secas o de frutos de cascara de este capítulo	19.366	42.888	2,2	13,3
081330	Manzanas desecadas o deshidratadas	3.338	14.331	4,3	4,8
081310	Damascos desecados o deshidratados (incluye: damascos descaroizados)	1.281	5.602	4,4	-0,9
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 264.342 (16% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Canadá, Japón, Alemania, México, República de Corea.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Chile

Las exportaciones chilenas de estos frutos deshidratados representaron en 2009 el 8% del valor total exportado en el mundo. Estas exportaciones corresponden de manera muy mayoritaria a ciruelas deshidratadas (75% del valor) y a manzanas deshidratadas (22%); en 2009 se registró además un valor exportado muy pequeño de damascos deshidratados.

Los cinco principales mercados de destino son países de diversas regiones, que en conjunto superan levemente el 50% del valor total exportado por Chile en 2009: Estados Unidos (13,2% del valor), Alemania (10,9%), México (10%), Federación de Rusia (9,0%) y Reino Unido (7,7%) (Cuadro 120).

Cuadro 120. **Chile, exportaciones de frutas y otros frutos secos (0813)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
081320	Ciruelas desecadas o deshidratadas	46.308	99.572	2,2	15,7
081330	Manzanas desecadas o deshidratadas	5.340	29.324	5,5	11,3
081340	Los demás frutos secos	778	3.898	5,0	24,9
081310	Damascos desecados o deshidratados (incluye: damascos descaroizados)	3	13	4,3	44,0
081350	Mezclas de frutas secas o de frutos de cascara de este capítulo	-	6	S/I	157,6
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 132.813 (8% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Estados Unidos, Alemania, México, Federación de Rusia y Reino Unido.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Francia

Sus exportaciones de estos productos sumaron el 6,3% del valor exportado en el mundo en 2009. Estos envíos se distribuyen principalmente entre distintos tipos de deshidratados, ciruelas (42,2% del valor exportado en 2009), mezclas de frutos (36,3%), damascos (9,5%) y una proporción muy pequeña de manzanas.

Los principales países de destino de estas exportaciones son el Reino Unido (que concentró el 34,9% del valor exportado), Alemania (16,6%), Bélgica (8,7%), Argelia (5,7%) y los Países Bajos (5,4%) (Cuadro 121).

Cuadro 121. **Francia, exportaciones de frutas y otros frutos secos (0813)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
081320	Ciruelas desecadas o deshidratadas	10.610	44.010	4,1	9,5
081350	Mezclas de frutas secas o de frutos de cascara de este capítulo	1.842	37.884	20,6	27,4
081340	Los demás frutos secos	667	11.643	17,5	5,9
081310	Damascos desecados o deshidratados (incluye: damascos descaroizados)	1.528	9.916	6,5	6,6
081330	Manzanas desecadas o deshidratadas	107	856	8,0	36,9
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 104.308 (6,3% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Estados Unidos, Alemania, Federación de Rusia, Reino Unido y Francia.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Tailandia

Sus exportaciones sumaron el 6,2% del valor exportado a nivel mundial en 2009. Casi la totalidad de estas exportaciones (99,6% del valor) está integrada por “los demás frutos secos” de esta categoría, que no corresponden a las principales especies que exporta Chile y los otros exportadores principales a nivel mundial, que son ciruelas, manzanas y damascos. Una proporción cercana al 70% del valor son exportaciones que se destinan a China (Cuadro 122).

Cuadro 122. Tailandia, exportaciones de frutas y otros frutos secos (0813)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
081340	Los demás frutos secos	173.979	102.802	0,6	19,2
081320	Ciruelas desecadas o deshidratadas	248	217	0,9	83,3
081350	Mezclas de frutas secas o de frutos de cascara de este capítulo	26	112	4,3	984,0
081310	Damascos desecados o deshidratados (incluye: damascos descaroizados)	15	72	4,8	S/I
081330	Manzanas desecadas o deshidratadas	5	42	8,4	S/I
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 103.245 (6,2 % del total mundial)					
Principales mercados de destino: China, Hong Kong, Estados Unidos, Viet Nam y Emiratos Árabes Unidos.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Las demás plantas, partes de plantas: 121190

Estas exportaciones sumaron en 2009 un valor de 1.541.653 miles de US\$. Los principales exportadores son China (28% del valor total), Alemania (7,3%), India (6,9%), Estados Unidos (5,1%) y Polonia (3,3%). Esta categoría incluye en cada uno de los principales exportadores un conjunto de especies y productos con una gran diversidad, que difiere en cada uno de ellos.

En el caso de los productos que exporta China, los principales países de destino son Hong Kong, Japón, Viet Nam la República de Corea y Taipei Chino. En el caso de Alemania, las exportaciones se destinan principalmente a países de Europa (Reino Unido, Austria, Suiza, Polonia) y a Estados Unidos. Las exportaciones de India se destinan mayoritariamente a Estados Unidos, Pakistán, Alemania, Reino Unido e Irlanda; las de Estados Unidos a Canadá y un conjunto de países de la Unión Europea, Alemania, Italia, Francia y los Países Bajos; y las de Polonia a Alemania, República Checa, Francia, España y Rumania.

Pasas: 080620

Las exportaciones de pasas totalizaron en 2009 un valor de 1.276.953 miles de US\$. Los principales exportadores en el mundo son Turquía (31,9% del valor exportado en 2009), Estados Unidos (22,8%), Chile (9,3%) y China (5,1%). El siguiente cuadro sintetiza las principales cifras de la exportación de estos países.

En el caso de Chile, la información disponible distingue entre pasas morenas (83% del valor exportado en 2009) y las demás (17%) (Cuadro 123).

Cuadro 123. Principales exportadores: Pasas

Exportaciones 2009				% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.	Países de destino
País	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)		
Turquía	266.730	407.512	1,5	12,5	Reino Unido, Alemania, Países Bajos, Italia, Francia
Estados Unidos	153.196	290.698	1,9	9,7	Reino Unido, Canadá, Japón, Alemania, China
Chile	82.175	118.587	1,4	20,4*	Estados Unidos, México, Venezuela, Reino Unido, Perú
China	41.345	65.311	1,6	36,0*	Japón, Polonia, Reino Unido, Marruecos, Australia

*Promedio 2003-2009

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Pimientos secos, triturados o pulverizados (pimentón): 090420

Las exportaciones de este grupo sumaron en 2009 un valor de 916.942 miles de US\$. Los principales exportadores son India (27,3% del valor), China (23,2%), Perú (11,2%), España (10,2%) y Brasil (2,9%).

India

Sus exportaciones representan el 27,3% del valor total exportado en el mundo de este grupo de productos en 2009. Estos envíos se componen en un 75% de pimentón y casi un 23% de ají. Sus principales mercados de destino son Malasia (27%9 del valor exportado),

Sri Lanka (15,9%), Estados Unidos (11,4%), Bangladesh (8,9%) y Mauricio (5,7%) (Cuadro 124).

Cuadro 124. **India, exportaciones de pimientos secos, triturados o pulverizados (pimentón) (090420)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2003-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
09042010	Pimienta del género Piper; frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, secos, triturados o pulverizados: Pimentón	146.381	188.875	1,3	37,6
09042020	Pimienta del género Piper; frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, secos, triturados o pulverizados: Ají	49.563	57.178	1,2	17,6
09042090	Pimienta del género Piper; frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, secos, triturados o pulverizados: Los demás	3.187	3.569	1,1	51,4
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 250.397 (27,3% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Malasia, Sri Lanka, Estados Unidos, Bangladesh y Mauricio.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

China

Sus exportaciones sumaron en 2009 el 23,2% del valor exportado en el mundo de estos productos y estuvieron compuestas por pimentón (66,5%) y ají (33%). Los principales mercados de destino de estas exportaciones fueron Malasia (18% del valor total), México (16,9%), Estados Unidos (13,6%), Japón (12,7%) y la República de Corea (8,7%) (Cuadro 125).

Cuadro 125. **China, exportaciones de pimientos secos, triturados o pulverizados (pimentón) (090420)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2003-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
09042010	Pimienta del género Piper; frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, secos, triturados o pulverizados: Pimentón	88.803	141.671	1,6	13,7
09042020	Pimienta del género Piper; frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, secos, triturados o pulverizados: Aji	35.999	70.923	2,0	15,9
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 212.983 (23,2% del total mundial).					
Principales mercados de destino: Malasia, México, Estados Unidos, Japón y República de Corea.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Otros exportadores

Otros exportadores destacados de este grupo de productos son Perú, España y Brasil. Las exportaciones de Perú sumaron un valor de 102.837 miles de US\$ en 2009 y representaron el 11,2% del valor exportado en el mundo. España realizó exportaciones por 93.670 miles de US\$ (10,2% del valor total mundial) y Brasil por 26.206 miles de US\$ (2,9%). Mayores detalles de la exportación de estos países se entregan en el cuadro, para el conjunto de productos incluidos en este grupo (Cuadro 126).

Cuadro 126. Otros exportadores, de pimientos secos, triturados o pulverizados (pimentón) (090420)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
PERÚ 090420	Pimientos secos, triturados o pulverizados (pimentón)	55.307	102.837	1,9	34,5
ESPAÑA 090420	Pimientos secos, triturados o pulverizados (pimentón)	31.630	93.670	3,0	8,4
BRASIL 090420	Pimientos secos, triturados o pulverizados (pimentón)	8.624	26.206	3,0	18,6
Perú: valor exportado 2009: Miles de US\$: 102.837 (11,2% del total mundial)					
España: valor exportado 2009: Miles de US\$: 93.670 (10,2% del total mundial)					
Brasil: valor exportado 2009: Miles de US\$: 26.206 (2,9% del total mundial)					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE JUGOS

Los principales países exportadores de jugos a nivel mundial son Brasil, los Países Bajos, Bélgica, Estados Unidos, Alemania y China, que en conjunto representan el 54,8% del valor y el 57,3% del volumen total de las exportaciones de jugos registradas en 2009.

Brasil

Sus exportaciones de jugos representaron en 2009 el 17,9% del volumen exportado en el mundo y un porcentaje algo menor, de 14,1% del valor. Estas exportaciones corresponden principalmente a jugo de naranja (congelado y no congelado), jugo de manzana y jugo de otras frutas. Estos productos suman en conjunto el 97,8% del valor de las exportaciones de jugos que Brasil realizó en 2009.

Sus principales mercados de destino son Bélgica (37,2% de su valor exportado en 2009), los Países Bajos (21,4%) y Estados Unidos (18,3%), todos ellos también exportadores de jugo muy relevantes a nivel mundial, además de Japón (5,9%) y Suiza (4,1%) (Cuadro 127).

Cuadro 127. **Brasil, exportaciones de jugos**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
200911	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Congelado	574.788	706.131	1,23	1,76
200919	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Los demás	554.959	596.712	1,08	63,96
200912	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Sin congelar, de valor Brix inferior o igual a 20	939.442	316.325	0,34	39,69
200980	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza	33.102	74.548	2,25	43,22
200979	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de manzana: Los demás: con valores Brix superior a 20 (incluye 20097910 y 20097920)	22.063	19.438	0,88	9,02
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 1.751.827 (14,1% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Bélgica, Países Bajos, Estados Unidos, Japón, Suiza.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Países Bajos

Sus exportaciones de jugo representaron en 2009 el 8,2% del volumen exportado en el mundo y el 10,1% del valor respectivo. Estas exportaciones se concentran en jugo de

naranja de varios tipos, mezclas de jugos, jugo de otras frutas y jugos de piña, que en conjunto sumaron el 78,7% del valor de las exportaciones de jugos de ese país en 2009.

Los principales mercados de destino son países de la Unión Europea, Alemania (34,5% de su valor exportado en 2009), Francia (18%), Reino Unido (10,4%), España (4,8%) y Austria (4,2%).

Al mismo tiempo, los Países Bajos realizan importaciones de jugos que en 2009 llegaron a un volumen de 1.091.233 toneladas y un valor de 1.261.585 miles de US\$, cifras que en ambos casos superan a sus propias exportaciones. El volumen de jugos importado por el país en 2009 incluye 264.911 toneladas de jugo de naranja del código 200919; 234.047 toneladas de jugo de naranja del código 200912; y 86.651 toneladas de jugo de piña (código 200949), entre otros (Cuadro 128).

Cuadro 128. Países Bajos, exportaciones de jugos

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
200919	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Los demás	197.513	276.605	1,40	100,88
200990	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Mezclas de jugos	119.285	200.140	1,68	15,75
200980	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza	56.541	197.351	3,49	18,19
200912	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Sin congelar, de valor Brix inferior o igual a 20	324.715	192.846	0,59	66,29

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
200949	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de piña (ananá): Los demás	64.672	119.521	1,85	18,20
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 1.253.133 (10,1% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Alemania, Francia, Reino Unido, España, Austria.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Bélgica

Sus exportaciones de jugos representaron en 2009 el 7,8% del volumen exportado en el mundo y el 8,6% del valor correspondiente. Así, el país es el tercer mayor exportador en términos de valor, pese a que en términos de volumen lo superan (después de Brasil y los Países Bajos) Alemania y Estados Unidos.

Las exportaciones de jugos de Bélgica corresponden principalmente a jugos de naranja de varios tipos, mezclas de jugos, jugos de otras frutas y jugo de manzanas; en conjunto estos productos representaron el 94,2% del valor total de las exportaciones de jugos del país en 2009. Estas exportaciones se destinan mayoritariamente a países de la Unión Europea: Francia (28,2% de su valor exportado en 2009), Reino Unido (22,1%), Alemania (20,1%), Países Bajos (8,5%) y España (4,7%).

Bélgica realiza también importaciones de jugos, con niveles que en 2009 alcanzaron las 1.169.053 toneladas y un valor de 992.899 miles de US\$. Dentro de estas importaciones, los principales productos corresponden a jugo de naranja código 200919 (474.473 toneladas), jugo de naranja código 200912 (425.135 toneladas), mezcla de jugos código 200990 (101.950 toneladas) y jugo de manzana código 200971 (34.946 toneladas), además de jugo de piña código 200941 (31.468 toneladas) (Cuadro 129).

Cuadro 129. **Bélgica, exportaciones de jugos**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
200919	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Los demás	402.439	531.777	1,32	15,40
200912	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Sin congelar, de valor Brix inferior o igual a 20	394.322	365.126	0,93	15,49
200990	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Mezclas de jugos	51.225	67.509	1,32	39,22
200971	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de manzana: De valor Brix inferior o igual a 20	19.906	22.036	1,11	12,91
200980	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza	10.111	21.265	2,10	10,79
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 1.070.316 (8,6% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Francia, Reino Unido, Alemania, Países Bajos, España.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Estados Unidos

Sus exportaciones de jugos representaron en 2009 el 7,8% del volumen exportado en el mundo y el 8,2% del valor. Estas exportaciones están conformadas principalmente por jugos de naranjas, mezclas de jugos, jugos de otras frutas y jugos de uvas, que en conjunto

suman el 85,6% del valor total de las exportaciones de jugos del país en ese año (Cuadro 130).

Un destino muy relevante de estas exportaciones es Canadá, que concentró el 55,7% del valor exportado por Estados Unidos en 2009; otros destinos principales son los Países Bajos (9,5%), Japón (7,4%), Bélgica (3,1%) y la República de Corea (3%).

Cuadro 130. Estados Unidos, exportaciones de jugos

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
200912	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Sin congelar, de valor Brix inferior o igual a 20	299.455	265.818	0,89	48,76
200990	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Mezclas de jugos	126.658	201.950	1,59	7,92
200911	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Congelado	245.649	181.793	0,74	0,96
200980	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza	113.643	161.011	1,42	7,17
200969	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de uva, incluido el mosto: Los demás: Jugo / Mosto (20096910 y 20096920)	35.803	66.040	1,84	6,98
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 1.024.056 (8,2% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Canadá, Países Bajos, Japón, Bélgica, República de Corea.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Alemania

Sus exportaciones de jugos representaron en 2009 el 8,1% del volumen total mundial y el 7,7% del valor. Así, aunque el país es el tercer mayor exportador en términos de volumen, en valor se sitúa en el quinto lugar. Estas exportaciones corresponden principalmente a jugos de naranja, mezclas de jugos, jugos de otras frutas u hortalizas y jugo de manzana. Estos productos representan en conjunto el 82,4% del valor total exportado por Alemania en jugos (2009) (131).

Los principales mercado de destino son países de la Unión Europea: Francia (que concentró el 25,1% del valor exportado por Alemania en 2009), Países Bajos (17,9%), Bélgica (11%), Reino Unido (10,9%) y Austria (5,3%).

Alemania también es un importador relevante de jugos a nivel mundial, con un volumen de 1.122.165 toneladas y un valor de 1.265.891 miles de US\$ en 2009, ambas cifras superiores a sus exportaciones. Las importaciones de jugos de Alemania incluyen, entre sus principales productos, jugos de naranja de diversos tipos por un volumen de 421.730 toneladas (códigos 200919, 200911 y 200912) y jugo de manzana por un volumen de 349.939 toneladas (código 200979), además de jugo de uva por un volumen de 92.802 toneladas (código 200961).

Cuadro 131. **Alemania, exportaciones de jugos**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
200912	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Sin congelar, de valor Brix inferior o igual a 20	293.148	222.339	0,76	13,28
200990	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Mezclas de jugos	163.768	184.302	1,13	14,31
200980	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza	43.637	158.304	3,63	12,53

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
200971	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de manzana: De valor Brix inferior o igual a 20	257.796	135.910	0,53	17,00
200979	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de manzana: Los demás: con valores Brix superior a 20 (incluye 20097910 y 20097920)	58.379	92.477	1,58	-0,53
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 962.717 (7,7% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Francia, Países Bajos, Bélgica, Reino Unido, Austria.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

China

Las exportaciones de jugos de China representaron en 2009 el 7,5% del volumen mundial y el 6,1% del valor. Los principales productos que exporta el país incluyen jugo de manzana de diversos tipos, jugo de otras frutas u hortalizas, jugo de piña y jugo de naranja sin congelar, que en conjunto representan el 98,1% del valor total de sus exportaciones de jugos (2009) (Cuadro 132).

Sus principales mercados de destino son países de distintas regiones, incluyendo a tres grandes exportadores de jugos de frutas a nivel mundial, como son Estados Unidos (que concentró el 46,1% del valor exportado por China en 2009), Alemania (7,3%) y los Países Bajos (6,4%), además de Japón (10,7%) y la Federación Rusa (5,3%).

Cuadro 132. **China, exportaciones de jugos**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
200979	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso	795.347	647.081	0,81	28,96

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
	con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de manzana: Los demás: con valores Brix superior a 20 (incluye 20097910 y 20097920)				
200980	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza	64.362	73.614	1,14	20,00
200949	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de piña (ananá): Los demás	9.688	12.519	1,29	43,36
200971	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de manzana: De valor Brix inferior o igual a 20	4.177	8.425	2,02	161,94
200912	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Sin congelar, de valor Brix inferior o igual a 20	11.479	5.897	0,51	374,19
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 762.362 (6,1% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Estados Unidos, Japón, Alemania, Países Bajos, Federación de Rusia.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE ACEITES DE FRUTAS

Los principales exportadores de aceites de frutas a nivel mundial son Indonesia y Malasia, que concentran respectivamente el 36,2% y el 30,1% del valor exportado de este grupo de productos en 2009. Otros exportadores destacados son tres países de la Unión Europea, España (7,2% del valor exportado en 2009), Italia (4,9%) y los Países Bajos (4,5%). Con

porcentajes entre el 1 y el 2% del total mundial, tienen también relevancia como exportadores Filipinas, Túnez, Grecia, Estados Unidos y Papúa Nueva Guinea.

Los productos de este grupo considerados en este análisis sumaron en 2009 exportaciones a nivel mundial por un valor de 36.629.859 miles de US\$. El valor total exportado incluye, principalmente, los siguientes tipos de aceites:

- el 62,5% corresponde a los aceites de palma y sus fracciones, un mercado en el cual Chile no participa como exportador;
- el 13,2% corresponde a los aceites de oliva y sus fracciones (virgen y los demás), un mercado en el cual Chile es el exportador número trece a nivel mundial
- el 8,7% corresponde a aceites de coco, almendra, palma o babasu y sus fracciones, donde tampoco Chile tiene participación como exportador
- el 6,9% corresponde a las demás grasas y aceites vegetales
- el 6,7% corresponde a aceites esenciales, incluyendo los aceites de cítricos, que son de interés para Chile.

Cada una de estas categorías presenta un panorama diferente en cuanto a los países que son líderes de la exportación a nivel mundial, la proporción del mercado que representan y los mercados de destino los cuales envían sus productos, como se detalla a continuación.

Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar (1511)

Las exportaciones de este grupo de productos totalizaron en 2009 un valor de 22.898.874 miles de US\$ y representaron así el 62,5% del valor total de las exportaciones de aceites de frutas considerados en este análisis. Se trata en todo caso de un mercado en el cual Chile no tiene participación alguna como exportador, por basarse en especies que no se producen en el país.

Las mayores exportaciones a nivel mundial las realizan Indonesia y Malasia, que en 2009 concentraron el 45,3% y el 40,5% del valor total exportado, respectivamente. Con valores que alcanzaron los 10.367.621 miles de US\$ en el caso de Indonesia y los 9.262.838 miles de US\$ en el caso de Malasia, son estos aceites (junto a los de coco) los que otorgan a estos países su condición como los mayores exportadores de aceites de frutas en el mundo. Otros exportadores destacados de aceite de palma son los Países Bajos (4,9% del valor total) y, con una importancia relativa mucho menor, Papúa Nueva Guinea (1,4%) y Singapur (0,9%).

Indonesia

Como se indicó antes, las exportaciones de aceites de palma de Indonesia totalizaron en 2009 un valor de 10.367.621 miles de US\$ y representaron el 45,3% del valor exportado de este grupo de productos en el mundo, convirtiendo al país en el mayor exportador de

aceites de frutas en general (en términos de valor). Del valor exportado, un 55% corresponde a aceite de palma en bruto. Los principales mercados de destino de estos envíos son India y China, que concentran el 32,2% y el 15,7% del valor exportado en 2009. Otros destinos destacados son dos países también líderes de la exportación de aceite de palma a nivel mundial, Países Bajos (que concentra el 7,8% del valor exportado por Indonesia) y Malasia (6,9% del valor). Al mismo tiempo, Bangladesh concentra el 5,1% (Cuadro 133).

Cuadro 133. **Indonesia, exportaciones de aceite de palma y sus fracciones (1511)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
151110	Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Aceite en bruto	9.566.746	5.702.126	0,6	45,0
151190	Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Los demás	7.262.460	4.665.495	0,6	30,4
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 10.367.621 (45,3% del total mundial)					
Principales mercados de destino: India, China, Países Bajos, Malasia y Bangladesh.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Malasia

Sus exportaciones de aceites de palma sumaron en 2009 un valor de 9.262.838 miles de US\$ y representaron el 40,5% del valor exportado de estos aceites en el mundo, cifras que convierten al país en el segundo exportador a nivel mundial no solo de aceites de palma sino también del conjunto de aceites de frutas (en términos de valor). Del valor exportado en 2009, el 18,1% corresponde a aceite en bruto y el resto a los demás aceites de palma.

Sus principales mercados de destino son China (que concentró en 2009 el 25% del valor exportado), Pakistán (12,3%), India (7,5%), Países Bajos (6,8%) y Estados Unidos (4,1%).

Cuadro 134. **Malasia, exportaciones de aceite de palma y sus fracciones (1511)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
151190	Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Los demás	11.334.346	7.586.988	0,7	22,2
151110	Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Aceite en bruto	2.590.057	1.675.850	0,6	27,0
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 9.262.838 (40,5% del total mundial)					
Principales mercados de destino: China, Pakistán, India, Países Bajos, Estados Unidos.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Países Bajos

Sus exportaciones de aceites de palma sumaron en 2009 un valor de 1.127.286 miles de US\$, correspondiente al 4,9% del total mundial. Menos del 9% del valor correspondió a aceite en bruto y el resto a los demás aceites. Los principales mercados de destino de estos envíos son todos países de la Unión Europea: Alemania (29,1% del valor exportado por los Países Bajos en 2009), Bélgica (27,5%), Francia (11,8%), Reino Unido (5,1%) e Italia (4,0%) Cuadro 135).

Cuadro 135. **Países Bajos, exportaciones de aceite de palma y sus fracciones (1511)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
151190	Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Los demás	1.123.753	1.029.197	0,9	31,8
151110	Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Aceite en bruto	135.080	98.089	0,7	36,2
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 1.127.286 (4,9% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Alemania, Bélgica, Francia, Reino Unido, Italia.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar (1509)

En 2009, las exportaciones de aceite de oliva y sus fracciones (código 1509) totalizaron un valor de 4.833.049 miles de US\$. Los principales exportadores son España e Italia, que concentraron el 44,4% y el 27,6% del valor total exportado ese año, respectivamente. Otros exportadores destacados son Túnez (8,2%), Grecia (8%) y Portugal (3,5%).

España

Sus exportaciones de estos aceites sumaron en 2009 un valor de 2.147.524 miles de US\$ (44,4% del total mundial). Estos envíos correspondieron en un 78,2% a aceite de oliva virgen. Entre los mercados de destino de estas exportaciones se incluyen dos países que son también grandes exportadores, Italia, que es el principal destino de España en estos aceites (con el 40,4% del valor exportado por España) y Portugal, que es el tercer mayor destino (con el 9,3%). Otros mercados relevantes son Francia (10,8%), Estados Unidos (7,0%) y el Reino Unido (4,6%) (Cuadro 136).

Cuadro 136. **España, exportaciones de aceite de oliva y sus fracciones (1509)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
150910	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Virgen	517.557	1.679.563	3,2	14,2
150990	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Los demás	143.137	467.961	3,3	14,0
Valor exportado 2009: Miles de US\$ 2.147.524 (44,4% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Italia, Francia, Portugal, Estados Unidos, Reino Unido.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Italia

Las exportaciones de Italia de este grupo de productos totalizaron en 2009 un valor de 1.332.285 miles de US\$ (27,6% del total mundial). Un 78,5% de este valor correspondió a aceite de oliva virgen. Los principales mercados de destino de estos envíos fueron Estados Unidos (33,3% del valor exportado por Italia), Alemania (13,3%), Francia (7,9%), Japón (6,2%) y el Reino Unido (6,2%) (137).

Cuadro 137. **Italia, exportaciones de aceite de oliva y sus fracciones (1509)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
150910	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Virgen	220.621	1.045.206	4,7	11,8
150990	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Los demás	72.087	287.079	4,0	6,3
Valor exportado 2009: Miles de US\$ 1.332.285 (27,6% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Estados Unidos, Alemania, Francia, Japón y Reino Unido.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Túnez

En 2009 Túnez realizó exportaciones por un valor total de 395.740 miles de US\$ (8,2% del total mundial). El 90,5% de este valor correspondió a aceite de oliva virgen. En este caso, los envíos se destinaron también en proporción importante a países que son grandes exportadores a nivel mundial: Italia, principal mercado de Túnez en estos aceites (con el 46,2% del valor exportado) y España, tercer mercado (con el 6,5%). Otros mercados relevantes para Túnez son Estados Unidos (21,7%), Marruecos (6,1%) y Francia (3,7%) (Cuadro 138).

Cuadro 138. **Túnez, exportaciones de aceite de oliva y sus fracciones (1509)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
150910	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Virgen	127.990	358.333	2,8	71,8
150990	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Los demás	13.698	37.408	2,7	4.901,0
Valor exportado 2009: Miles de US\$ 395.740 (8,2% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Italia, Estados Unidos, España, Marruecos y Francia.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Grecia

En 2009 Grecia realizó exportaciones de estos aceites por un valor total de 385.940 miles de US\$ (8% del total mundial). El 97,3% del valor exportado correspondió a aceite de oliva virgen. Una proporción muy alta de las exportaciones (64,3% del valor) se destinó a otro gran exportador de estos aceites a nivel mundial, como es Italia. Los otros mercados principales fueron Alemania (7,1% del valor exportado por Grecia), Estados Unidos (3,8%), Canadá (3,8%) y el Reino Unido (2,0%) (Cuadro 139).

Cuadro 139. Grecia, exportaciones de aceite de oliva y sus fracciones (1509)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
150910	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Virgen	104.990	375.366	3,6	22,0
150990	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Los demás	3.194	10.261	3,2	41,1
Valor exportado 2009: Miles de US\$ 385.940 (8% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Italia, Alemania, Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Portugal

En 2009, sus exportaciones de estos aceites totalizaron un valor de 169.011 miles de US\$ (3,5% del total mundial) y correspondieron en un 59,5% (de ese valor) a aceites de oliva virgen. Los principales mercados de destino fueron Brasil, que concentró el 63,8 del valor exportado y España (a su vez primer exportador a nivel mundial), que concentró el 12,5% del valor. Otros destinos relevantes fueron Angola (6,4%), Venezuela (3,3%) y Estados Unidos (2,9%) (Cuadro 140).

Cuadro 140. Portugal, exportaciones de aceite de oliva y sus fracciones (1509)

PORTUGAL - Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar (1509)					
Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
150910	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Virgen	21.980	100.639	4,6	29,6

PORTUGAL - Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar (1509)					
Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
150990	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Los demás	14.949	68.372	4,6	10,0
Valor exportado 2009: Miles de US\$ 169.011 (3,5% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Brasil, España, Angola, Venezuela y Estados Unidos, Reino Unido.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Aceites de coco (de copra), de almendra de palma o babasu, y sus fracciones (1513)

Las exportaciones mundiales de aceites de coco totalizaron en 2009 un valor de 3.200.327 miles de US\$ y representaron el 8,7% del valor mundial exportado del conjunto de aceites de frutas considerados en este análisis. Como se señaló, se trata de un mercado en el cual Chile no tiene participación como exportador.

Los principales países que realizan estas exportaciones son Indonesia (46,2% del valor exportado en 2009), Filipinas (18,6%), Malasia (18,5%), Países Bajos (6,4%) y Papúa Nueva Guinea (1,7%). Son las exportaciones de estos aceites las que sitúan a Filipinas entre los diez principales exportadores de aceites de frutas a nivel mundial; y los que contribuyen, junto a los aceites de palma, a otorgar el liderazgo que presentan Indonesia y Malasia como los dos principales exportadores del conjunto de aceites

En el caso de Indonesia, sus exportaciones de este grupo, incluyendo aceites de cocos y de palmistes o babasu, totalizaron en 2009 un valor de 1.479.158 miles de US\$ y un volumen de 2.274.420 toneladas, con una relación valor/volumen promedio de 0,7 dólares/kilo. La tasa de crecimiento promedio anual entre 2001 y 2009 fluctúa entre 30% y 38%, dependiendo de los productos específicos de que se trate. Estas exportaciones se destinaron principalmente a Malasia, Países Bajos, China, India y Estados Unidos.

En el caso de Filipinas, estas exportaciones registraron en 2009 un valor de 594.529 miles de US\$ y un volumen de 832.961 toneladas, con una relación valor/volumen promedio de 0,7 dólares/kilo. Estas exportaciones corresponden casi en su totalidad a aceites de coco, mayoritariamente en bruto. Los mercados de destino principales son Estados Unidos, los Países Bajos, Japón, Italia y China.

Malasia sumó en 2009 exportaciones por un valor de 591.713 miles de US\$ y 949.332 toneladas, con una relación valor/volumen promedio de 0,6 dólares/kilo. Estos envíos corresponden a aceites de palmiste o de babasu y aceites de coco y se destinaron principalmente a Estados Unidos, China, Japón, Brasil y Ucrania.

Los Países Bajos, por su parte, realizaron exportaciones por un valor de 206.103 miles de US\$ y un volumen de 206.943 toneladas, con una relación valor/volumen promedio de 1 dólar/kilo. Estas exportaciones corresponden a aceites de palmiste o de babasu y de coco. Todos sus mercados de destino principales son países de la Unión Europea, Alemania, Bélgica, Reino Unido, Francia y Polonia.

Las demás grasas y aceites vegetales fijos (1515)

En este grupo de aceites, los principales productores a nivel mundial son Estados Unidos, India, Bélgica, Francia e Italia. Este grupo de productos tiene interés para Chile por cuanto en él se incluyen los aceites de mosqueta y de pepita de uva; sin embargo, la información disponible sobre comercio internacional no hace posible identificar estos tipos de aceites dentro de las partidas que identifican los códigos.

Los principales exportadores ya nombrados, concentran sus ventas al exterior principalmente en aceites de maíz, linaza, ricino, sésamo y jojoba, con diversa importancia relativa dependiendo del país del cual se trate.

Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los concretos o abstractos (3301)

Los aceites esenciales (desterpenados o no) del código 3301, totalizaron en 2009 exportaciones mundiales por un valor de 2.452.728 miles de US\$, que representaron el 6,7% del valor exportado de aceites de frutas considerados en este análisis. Los principales exportadores de estos aceites son países de diversas regiones del mundo: Estados Unidos exportó en 2009 el 16,5% del valor total, India el 11,3%, Francia el 10,5%, Argentina el 5,8% y Brasil el 5,2%.

Este grupo incluye un conjunto muy amplio de productos, de tal modo que las exportaciones cada país difieren ampliamente en cuanto a su composición, como se detallará a continuación, con un foco en los aceites esenciales de agrios o cítricos.

Al considerar únicamente los aceites de cítricos, se observa que se modifica la importancia relativa de los diversos países exportadores. Adquieren mayor importancia Argentina y Brasil, como primer y tercer exportadores de este tipo de aceites, respectivamente, con Estados Unidos en el segundo lugar. Al mismo tiempo, disminuye la importancia relativa de India.

Estados Unidos

Las exportaciones de aceites esenciales de Estados incluyen aceites de naranja y de limón, con envíos que representan el 13,1% y el 10,4% de su valor exportado de estos aceites, además de otros aceites esenciales agrios (de cítricos), totalizando en conjunto un valor de 132.031 miles de US\$ ese año. Este valor sitúa a Estados Unidos, dentro de los exportadores más relevantes de aceites esenciales, como el segundo exportador de aceites de cítricos, después de Argentina (Cuadro 141).

Cuadro 141. **Estados Unidos, exportaciones de aceites esenciales (3301) de cítricos**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
330112	Aceites esenciales, de naranja	9308	53.293	5,7	10,2
330119	Los demás aceites esenciales de agrios	1765	42.311	23,9	8,9
330113	Aceites esenciales, de limón	1506	36.427	24,2	13,3
Valor exportado 2009 de aceites esenciales: Miles de US\$ 405.792 (16,5% del total mundial). Se incluyen 132.031 miles de US\$ de aceites esenciales de cítricos.					
Principales mercados de destino de los aceites esenciales: Reino Unido, Japón, China, México y Canadá.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

India

Sus exportaciones de aceites esenciales incluyen aceites de limón y de naranja, además de otros aceites de agrios (cítricos). Hasta 2008, el país exportaba también aceites de bergamota y de lima o limeta, pero en 2009 no existe registro de ello. Los aceites de cítricos exportados en 2009 totalizan un valor de 4.915 miles de US\$ (Cuadro 142).

Cuadro 142. **India, exportaciones de aceites esenciales (3301) de cítricos**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
330119	Los demás aceites esenciales de agrios	588	4.785	8,1	68,9
330113	Aceites esenciales, de limón	16	123	7,7	93,9
330112	Aceites esenciales, de naranja	2	7	3,5	115,8
Valor exportado 2009 de aceites esenciales: Miles de US\$ 278.211 (11,3% del total mundial). Se incluyen 4.915 miles de US\$ de aceites esenciales de cítricos.					
Principales mercados de destino de los aceites esenciales: Estados Unidos, China, Alemania, Singapur y Reino Unido.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Francia

Si bien Francia es el tercer exportador de aceites esenciales a nivel mundial, al considerar solo los aceites de cítricos sus exportaciones superan ampliamente a las de India, de modo que el país se ubica entonces en segundo lugar. Francia exporta aceites esenciales de limón, de naranja y otros aceites esenciales de agrios (cítricos), por un valor que representa poco más del 10% de sus exportaciones de aceites esenciales (Cuadro 143).

Cuadro 143. **Francia, exportaciones de aceites esenciales (3301) de cítricos**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
330113	Aceites esenciales, de limón	202	13.403	66,4	52,7
330119	Los demás aceites esenciales de agrios	130	6.184	47,6	29,2
330112	Aceites esenciales, de naranja	262	6.134	23,4	21,2
Valor exportado 2009 de aceites esenciales: Miles de US\$ 256.407 (10,5% del total mundial). Se incluyen 25.721 miles de US\$ de aceites esenciales de cítricos.					
Principales mercados de destino de los aceites esenciales: Estados Unidos, Suiza, Alemania, Reino Unido y Japón.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Argentina

En 2009, las exportaciones de aceites esenciales de Argentina sumaron un valor de 141.061 miles de US\$ y representaron así el 5,8% del valor exportado en el mundo. Estas exportaciones incluyen un alto valor exportado de aceite esencial de limón (133.558 miles de US\$) y un monto menor de aceites esenciales de naranja y otros aceites de cítricos. Estos envíos ubican a Argentina como un exportador muy relevante de aceites esenciales de cítricos, con un valor de 139.609 miles de US\$ en 2009, si bien en el conjunto de los aceites esenciales considerados en este análisis su importancia no es tan alta (Cuadro 144).

Cuadro 144. Argentina, exportaciones de aceites esenciales (3301) de cítricos

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
330113	Aceites esenciales, de limón	4818	133.558	27,7	15,1
330119	Los demás aceites esenciales de agrios	284	5.430	19,1	41,8
330112	Aceites esenciales, de naranja	161	621	3,9	33,0
Valor exportado 2009 de aceites esenciales: Miles de US\$ 141.061 (5,8% del total mundial). Se incluyen 139.609 miles de US\$ de aceites esenciales de cítricos.					
Principales mercados de destino de los aceites esenciales: Estados Unidos, Reino Unido, China, Países Bajos e Irlanda.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

Brasil

Brasil exportó en 2009 aceites esenciales por un valor de 126.441 miles de US\$, que representaron el 5,2% del valor total exportado en el mundo. Sus exportaciones de aceites esenciales de cítricos representan el 52% de ese valor y están compuestas por aceites de naranja, de limón y otros aceites esenciales de agrios. El valor que suman estas exportaciones sitúa a Brasil como el tercer exportador en este tipo de aceites esenciales, después de Argentina y Estados Unidos (Cuadro 145).

Cuadro 145. **Brasil, exportaciones de aceites esenciales (3301) de cítricos**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
330112	Aceites esenciales, de naranja	28409	55.861	2,0	15,5
330113	Aceites esenciales, de limón	265	6.448	24,3	16,0
330119	Los demás aceites esenciales de agrios	203	4.394	21,6	20,9
Valor exportado 2009 de aceites esenciales: Miles de US\$ 126.441(5,2% del total mundial). Se incluyen 62.555 miles de US\$ de aceites esenciales de cítricos.					
Principales mercados de destino de los aceites esenciales: Estados Unidos, Alemania, Países Bajos, Japón y China.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

4.6 Informe sobre los modelos de desarrollo implementados en países líderes en esa actividad

En esta sección se entrega una descripción de los modelos que constituyen el entorno en que se ha desarrollado la industria de productos hortofrutícolas procesados en España, Bélgica, Perú, Australia y los estados de California y Oregon en Estados Unidos. A fin de proporcionar una visión de contexto que permita situar la descripción del entorno en que se desarrolla esta industria en cada país, se presenta en primer lugar una síntesis comparativa de las exportaciones de esos países y de Chile²³, del total de procesados y de cada uno de los grandes grupos de productos.

PAÍSES BENCHMARKING Y CHILE: UNA VISIÓN GLOBAL

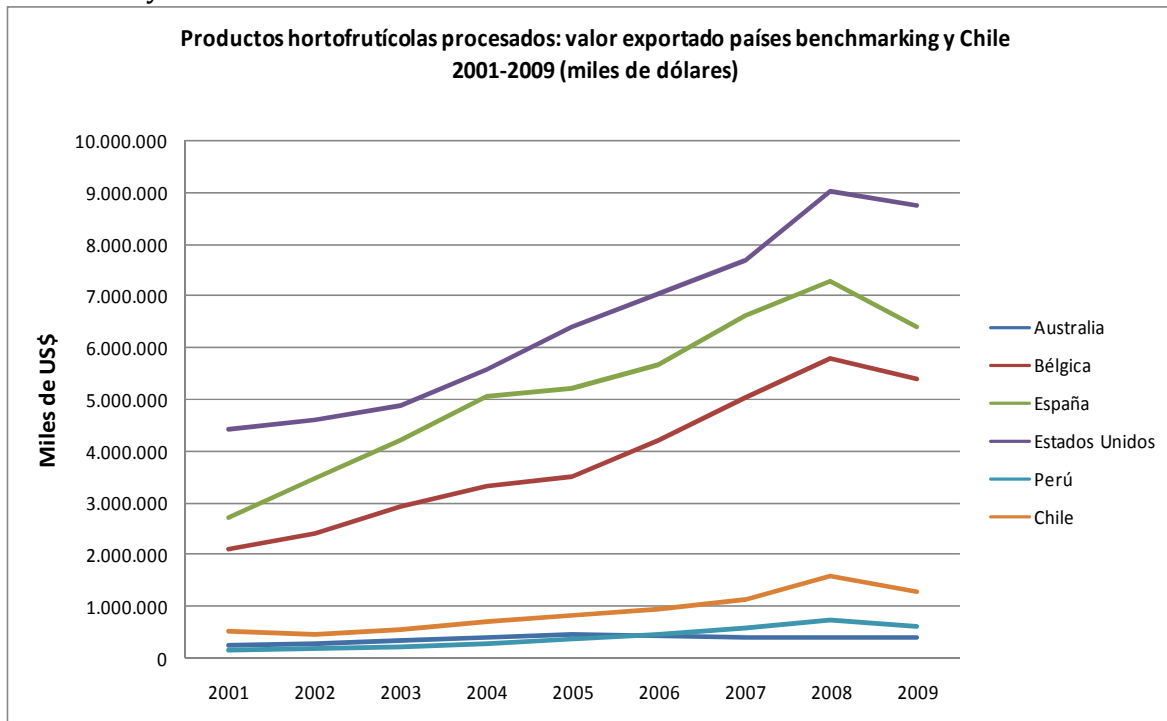
En la exportación del conjunto de productos hortofrutícolas procesados, Estados Unidos es claramente –entre los países considerados en este análisis– el que concentra el mayor valor exportado, que en 2009 fue de 8.743.603 miles de US\$, es decir, el 8% del total exportado en el mundo ese año (Gráfico 116).

Se ubican luego como exportadores también muy relevantes España, con exportaciones por 6.412.490 (5,9% del total), y luego Bélgica con un valor exportado de 5.349.141 miles de US\$ (4,9%). Los otros dos países, además de Chile, registran en 2009 un valor exportado que representa una proporción mucho menor del total mundial: Chile con un monto de 1.270.441 miles de US\$ (1,2%), Perú con 613.486 miles de US\$ (0,6%) y Australia con 408.810 miles de US\$ (0,4%).

Como se observa en el gráfico, el valor exportado del conjunto de procesados hortofrutícolas entre 2001 y 2009 presenta en todos los países una tendencia de crecimiento positivo: el mayor promedio de crecimiento anual lo registra Perú, con un 18,6% a lo largo del período, luego Chile con un 13,5%; Bélgica con un 12,8%; España un 12%; Estados Unidos un 9,1%; y Australia un 6,1%. Como crecimiento acumulado entre 2009 y 2001, Perú registra un 261,8%, Bélgica un 155%, España un 135%, Chile un 144%, Estados Unidos un 98,3% y Australia un 54,9%.

²³ Como se ha señalado en otras secciones, las cifras sobre Chile que se entregan en esta visión comparativa con otros países se han tomado de fuentes de información internacionales que hacen posible contar con cifras comparables para el conjunto de países. Es por eso que los valores pueden diferir de los que se entregan en otras secciones en las que se realiza un análisis en mayor profundidad del comercio de Chile, en base a estadísticas nacionales detalladas.

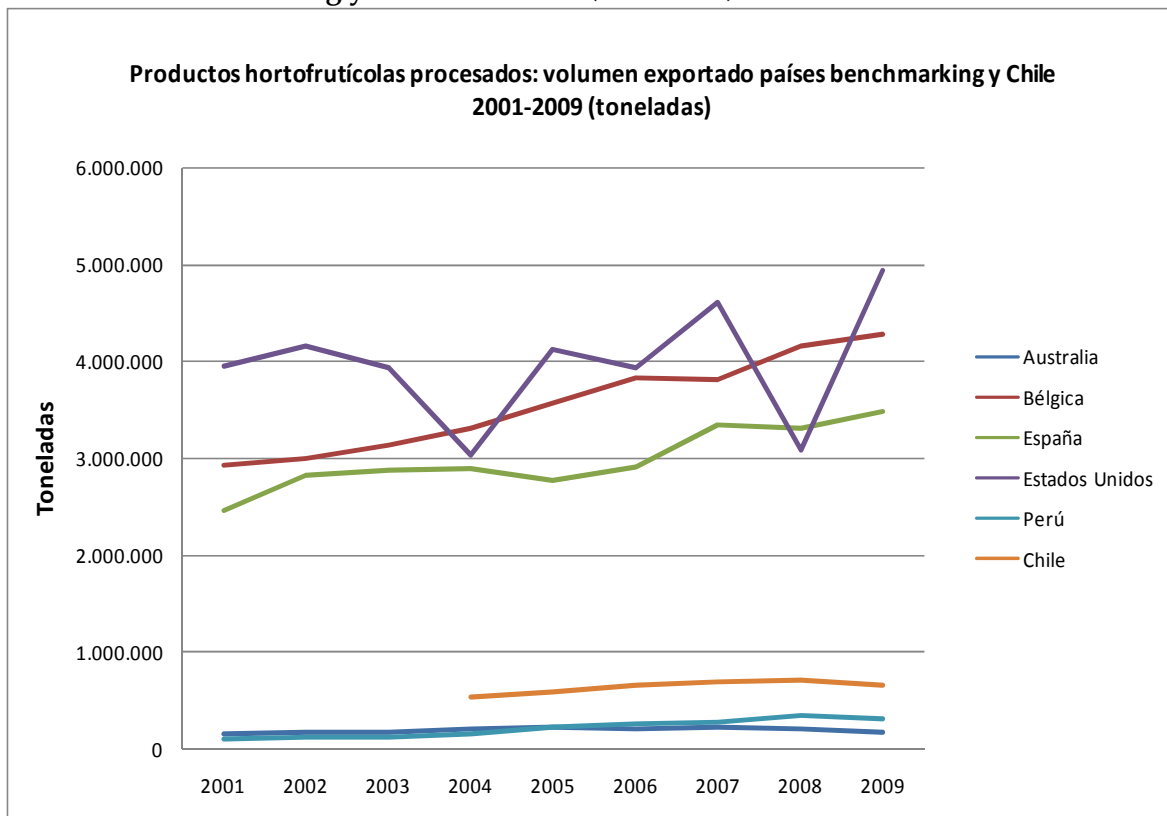
Gráfico 116. Productos hortofrutícolas procesados: valor exportado países benchmarking y Chile 2001-2009 (miles de US\$)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Los volúmenes exportados por cada país del conjunto de procesados hortofrutícolas (Gráfico 117) muestran una evolución más irregular a través del tiempo, particularmente en el caso de Estados Unidos. De todas formas, los volúmenes exportados no muestran en ningún caso una evolución tan positiva como los valores de exportación: el mayor crecimiento acumulado del volumen lo registra Perú, con un 182,9%; en segundo lugar Bélgica con un 46,6%; España un 41,9%; Chile un 32,7%; Estados Unidos un 25,2%; y Australia un 9,9%.

Gráfico 117. Productos hortofrutícolas procesados: volumen exportado países benchmarking y Chile 2001-2009 (toneladas)

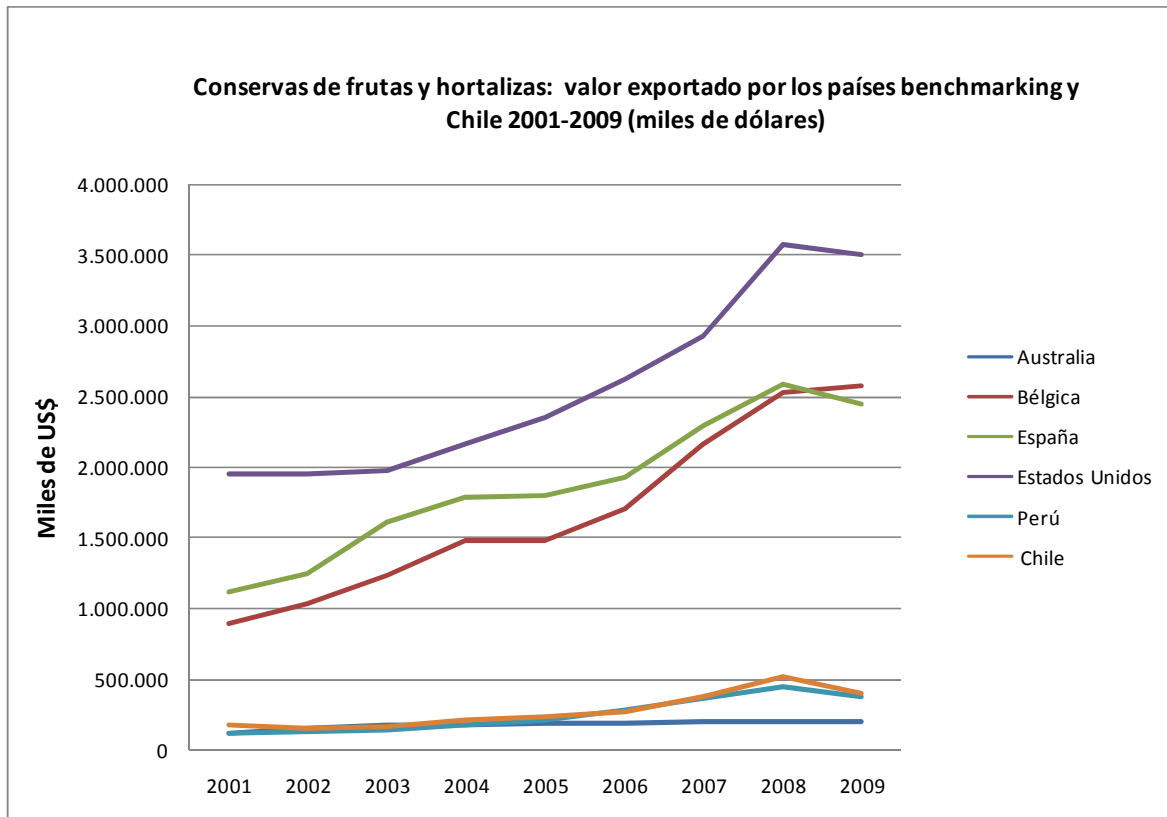


Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Conservas

En el conjunto de países analizados, Estados Unidos es –a mucha distancia del resto– el mayor exportador de conservas de frutas y hortalizas, con una proporción que en 2009 llegó al 8,3% del valor total exportado en el mundo (hay que recordar que se trata del tercer exportador a nivel mundial, después de China y los Países Bajos). Ese año las exportaciones de Bélgica llegaron a superar a las de España, al alcanzar a un 6,1% del total; las de España representaron el 5,8%; las de Chile el 1%, las de Perú el 0,9% y las de Australia el 0,5%

Gráfico 118. Conservas de frutas y hortalizas: valor exportado países benchmarking y Chile 2001-2009 (miles de US\$)

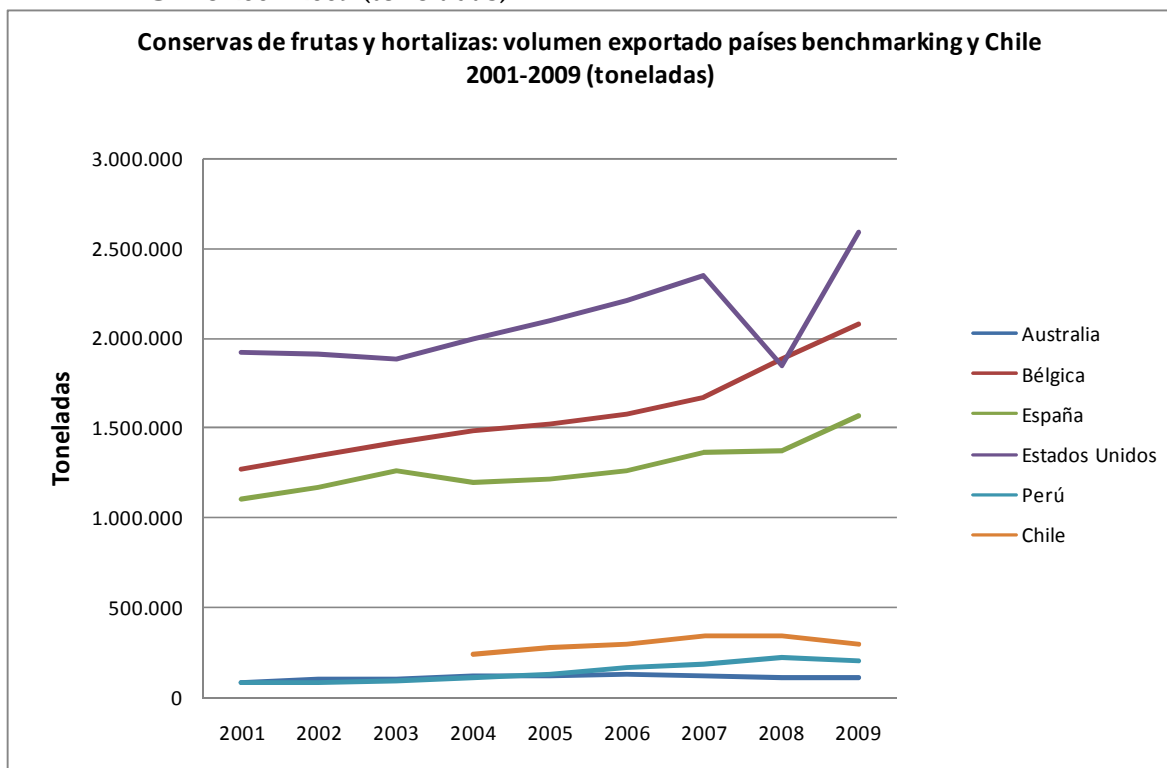


Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

La evolución de los valores exportados fue en todos los casos muy favorable: el mayor crecimiento acumulado del valor exportado lo registra Perú con un 222,6%, luego Bélgica con un 188,2%; Chile con un 124,1%; España con un 119,2%; Estados Unidos con un 79,9% y Australia con un 67,2%.

En el caso del volumen, se observa que España es a lo largo del período el tercer mayor exportador, pero su valor exportado lo sitúa sin embargo en el segundo lugar, hasta el año 2008, cuando su valor exportado es superado por el de Bélgica (Gráfico 119). En términos del volumen, las exportaciones de Estados Unidos representan en 2009 el 7,8% del total mundial, las de Bélgica el 6,2%, las de España el 4,7%, las de Chile el 0,9%, las de Perú el 0,6% y las de Australia el 0,3%.

Gráfico 119. Conservas de frutas y hortalizas: volumen exportado países benchmarking y Chile 2001-2009 (toneladas)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Congelados

Bélgica es el principal exportador de congelados hortofrutícolas a nivel mundial (Gráfico 120), con un valor exportado que en 2009 representó el 18,8% del total mundial. En el conjunto de países analizados el segundo exportador es España, con el 5,7% del total mundial. El valor exportado por Estados Unidos equivale al 4,2% del total, el de Chile al 3,5%, el de Perú al 0,9% y el de Australia al 0,1%.

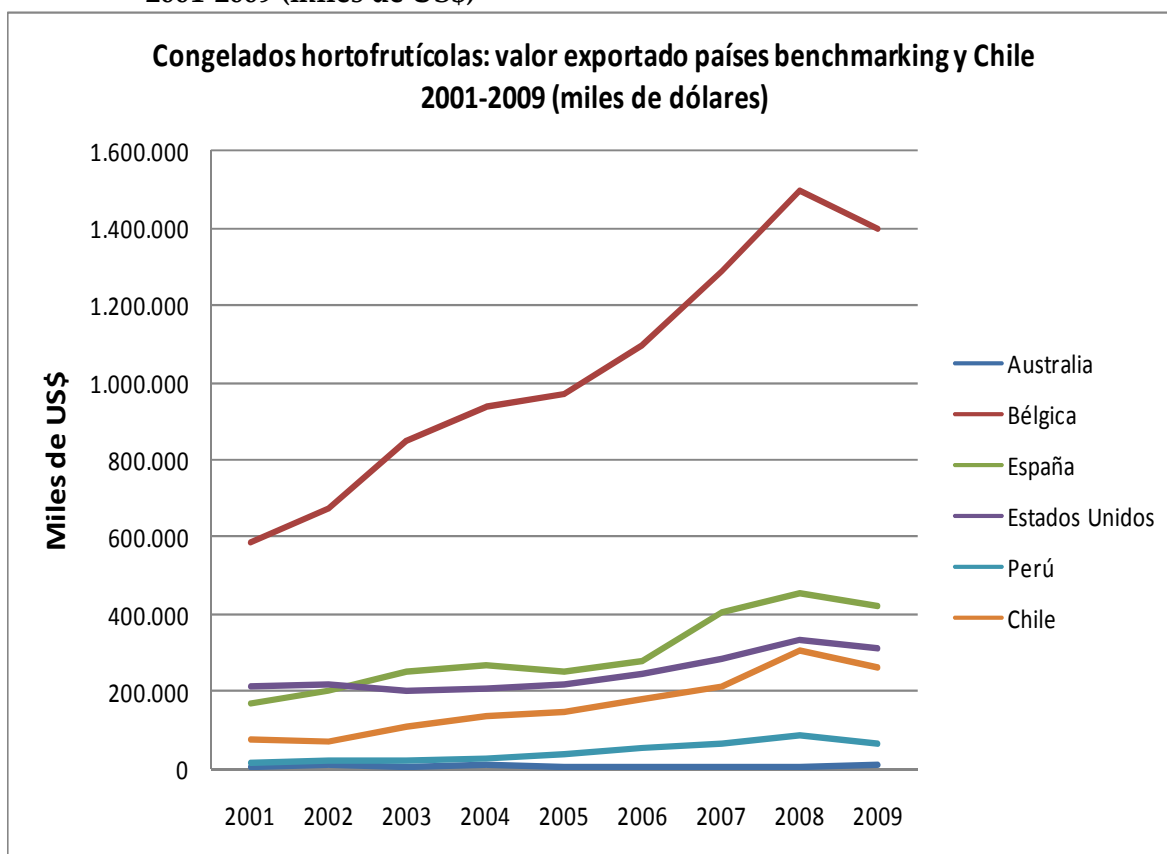
Estas exportaciones registran en todos los casos un aumento sostenido y muy considerable a lo largo del período analizado. Perú, aun cuando registra un valor exportado menor, es el que presenta el mayor promedio de crecimiento anual, un 20,8%, junto a un crecimiento acumulado a lo largo de todo el período de 285,6%. En segundo lugar, Chile registra un promedio de crecimiento anual de 18,9% y un crecimiento acumulado de 244,4%. España, en tercer lugar en términos del crecimiento exhibido a lo largo del período, registra un promedio de crecimiento anual de 12,8% y un crecimiento acumulado de 143,2%.

Bélgica, si bien registra un valor exportado que supera con mucho a todos los demás y conserva un claro liderazgo a lo largo de todo el período, muestra un promedio de

crecimiento anual más moderado, de 11,8% y un crecimiento acumulado de 137,4%. Finalmente Australia registra un crecimiento anual promedio de 5,9% y un crecimiento acumulado de 26,8% entre 2001 y 2009.

Como tendencia general, los valores exportados de todos los países aumentan año a año, hasta 2009, cuando se produce una baja generalizada como efecto de la crisis financiera internacional.

Gráfico 120. Congelados hortofrutícolas: valor exportado países benchmarking y Chile 2001-2009 (miles de US\$)

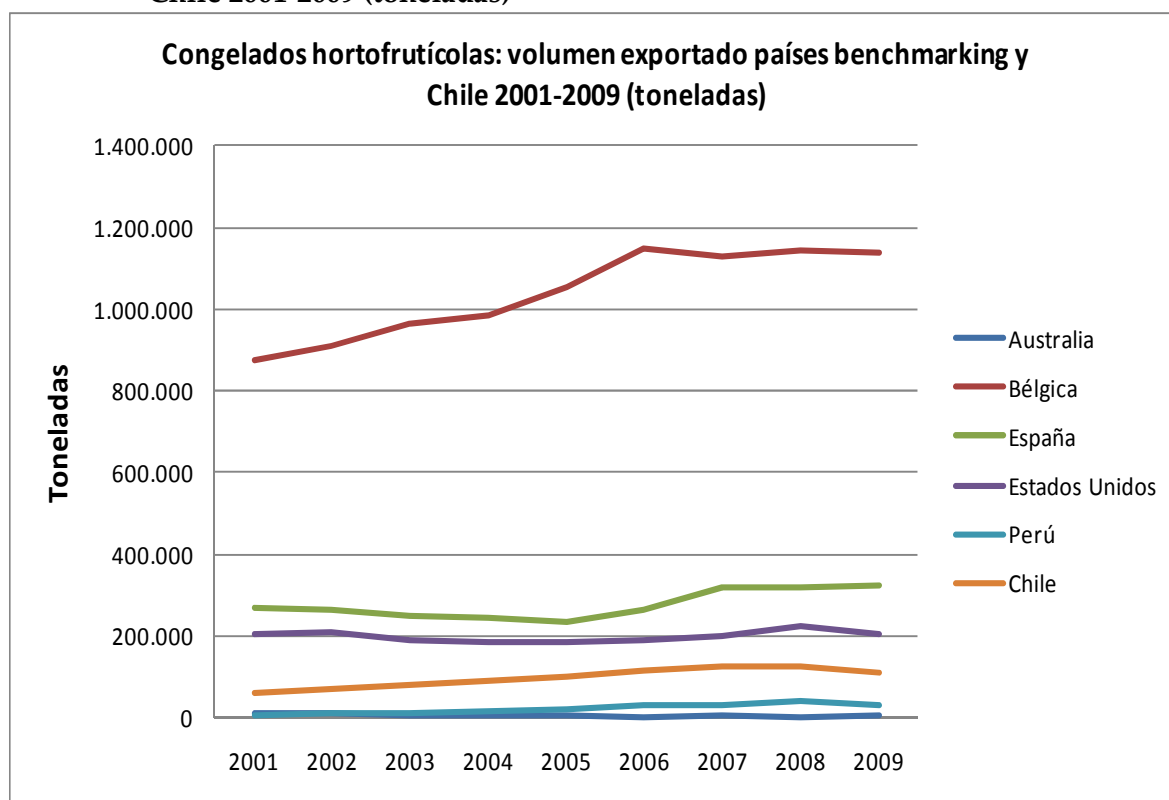


Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Los volúmenes exportados también muestran (salvo en el caso de Australia) una tendencia de crecimiento sostenido, pero claramente más moderada que la del valor correspondiente (Gráfico 121). Como variación entre el año 2001 y 2009, los crecimientos acumulados que registra el volumen exportado de congelados hortofrutícolas son para Perú de 251%; Chile 78,4%; Bélgica 30,4%; España 20,9%; y Estados Unidos 1,6%; Australia registra en cambio una baja de 53% entre 2001 y 2009.

Al comparar la evolución de los volúmenes exportados y los valores generados, es notable la proporción en que los valores aumentan mucho más allá del crecimiento de los volúmenes, como efecto de la creciente colocación en el mercado de productos de mayor valor, lo que es particularmente evidente en el caso de Bélgica y también de Chile.

Gráfico 121. Congelados hortofrutícolas: volumen exportado países benchmarking y Chile 2001-2009 (toneladas)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

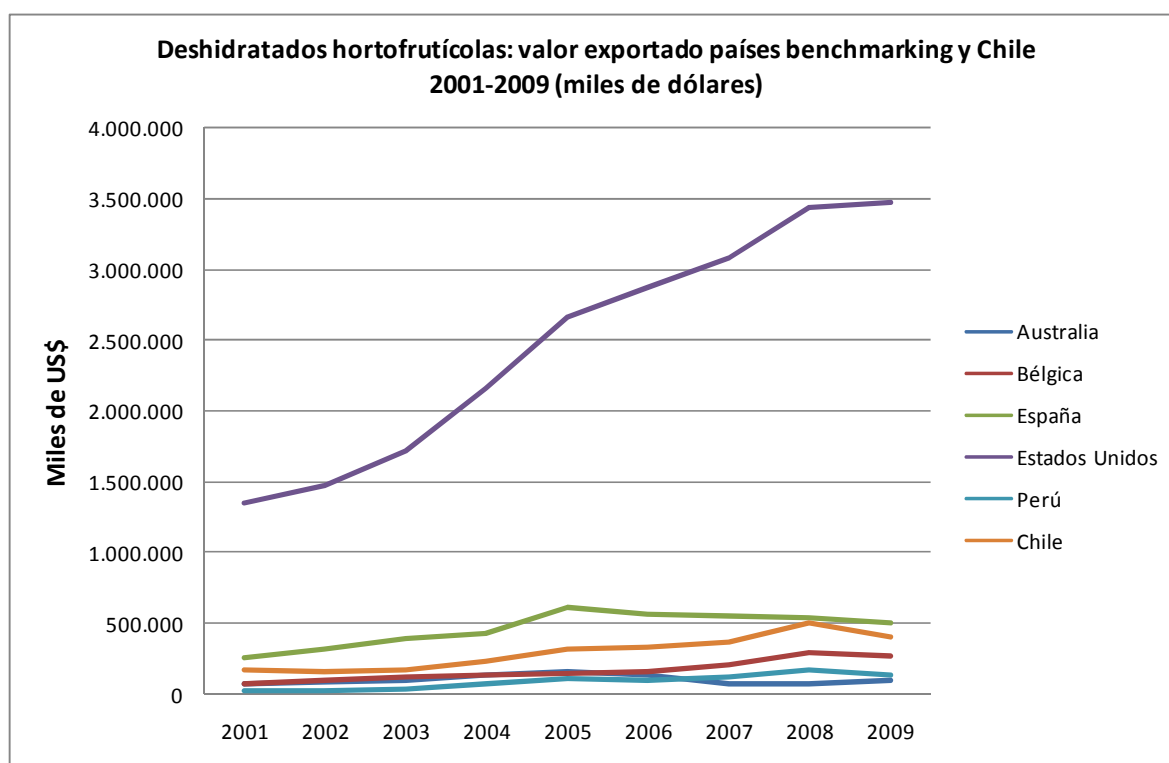
Deshidratados

Estados Unidos, principal exportador de deshidratados a nivel mundial, registra un valor exportado muy superior al de resto de los países que integran este grupo y su distancia con respecto a ellos aumenta además a lo largo de los años (Gráfico 122). En 2009, el valor de las exportaciones de Estados Unidos fue equivalente al 24,3% del total mundial, en tanto que España concentró el 3,5% del total mundial; Chile el 2,8%; Bélgica el 1,9%; Perú el 0,9% y Australia el 0,7%.

En términos porcentuales, sin embargo, el país que registra el mayor crecimiento es Perú, con un promedio de crecimiento anual de 25,9% y un crecimiento acumulado entre 2001 y 2009 de 370%. En segundo lugar, Bélgica registra un promedio de 17,6% y un crecimiento acumulado de 241,8%. Chile registra el tercer mayor crecimiento, con un promedio anual

de 13,3% y un total acumulado de 136,9%. Estados Unidos muestra un promedio de crecimiento anual de 12,8% y un crecimiento acumulado de 156,3%. España, si bien en términos absolutos muestra el segundo mayor valor de exportaciones, exhibe un crecimiento más moderado, con un promedio anual de 9,8% y un porcentaje acumulado de 93,2%. Australia, por último, registra un promedio anual de crecimiento de 6,6% y un crecimiento acumulado de 23,9%.

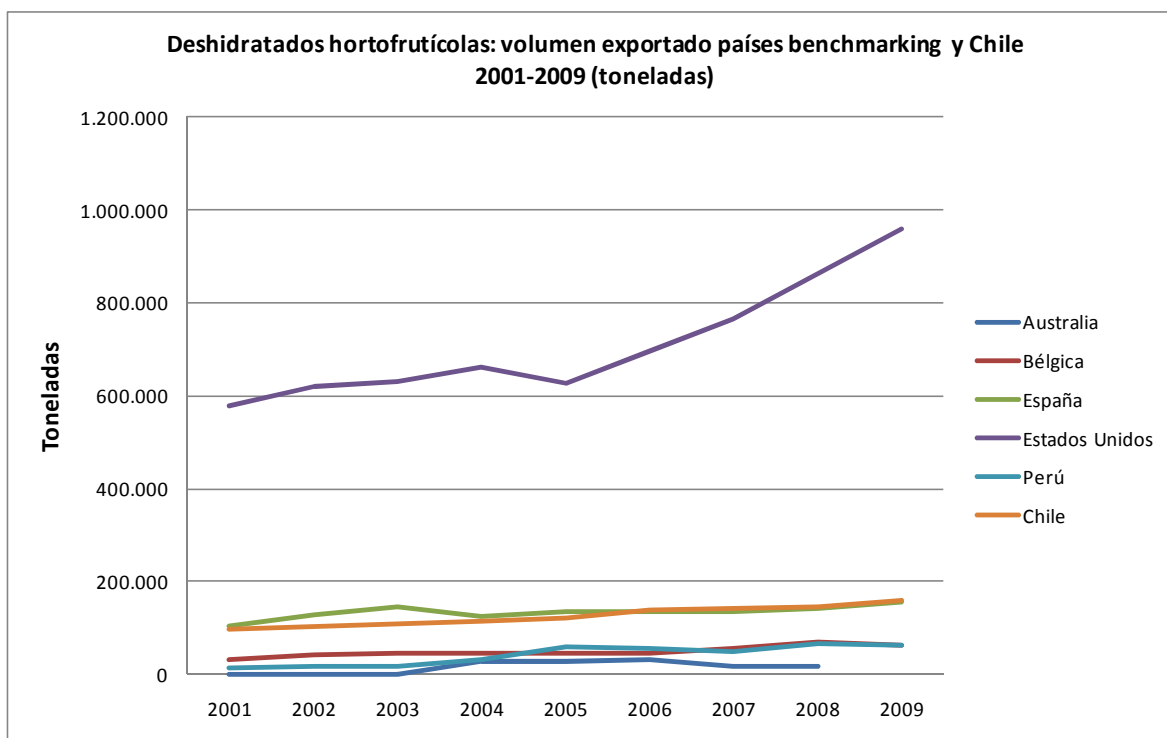
Gráfico 122. Deshidratados hortofrutícolas: valor exportado países benchmarking y Chile 2001-2009 (miles de US\$)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Al comparar el crecimiento acumulado del valor con el del volumen (Gráfico 123), se observa que los valores de exportación crecen a lo largo del período en mucho mayor medida que los volúmenes (con la excepción de Perú), como efecto de la exportación creciente de productos con mayor valor. Así, el crecimiento acumulado del volumen exportado por Bélgica es de 89% (pero llega a 242% en el caso del valor); para Estados Unidos de 65,7% (frente a un 156% en el caso del valor); para Chile de 61,8% (frente a un 137% en valor); y para España de 47,1% (frente a 93,2% en valor). En el caso de Perú, el volumen registra un crecimiento acumulado de 384% entre 2001 y 2009, algo superior al crecimiento acumulado del valor correspondiente, de 370% (para Australia no es posible calcular este valor, pues se carece de los volúmenes de exportación al inicio y al final de la serie de años).

Gráfico 123. Deshidratados hortofrutícolas: volumen exportado países benchmarking y Chile 2001-2009 (toneladas)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

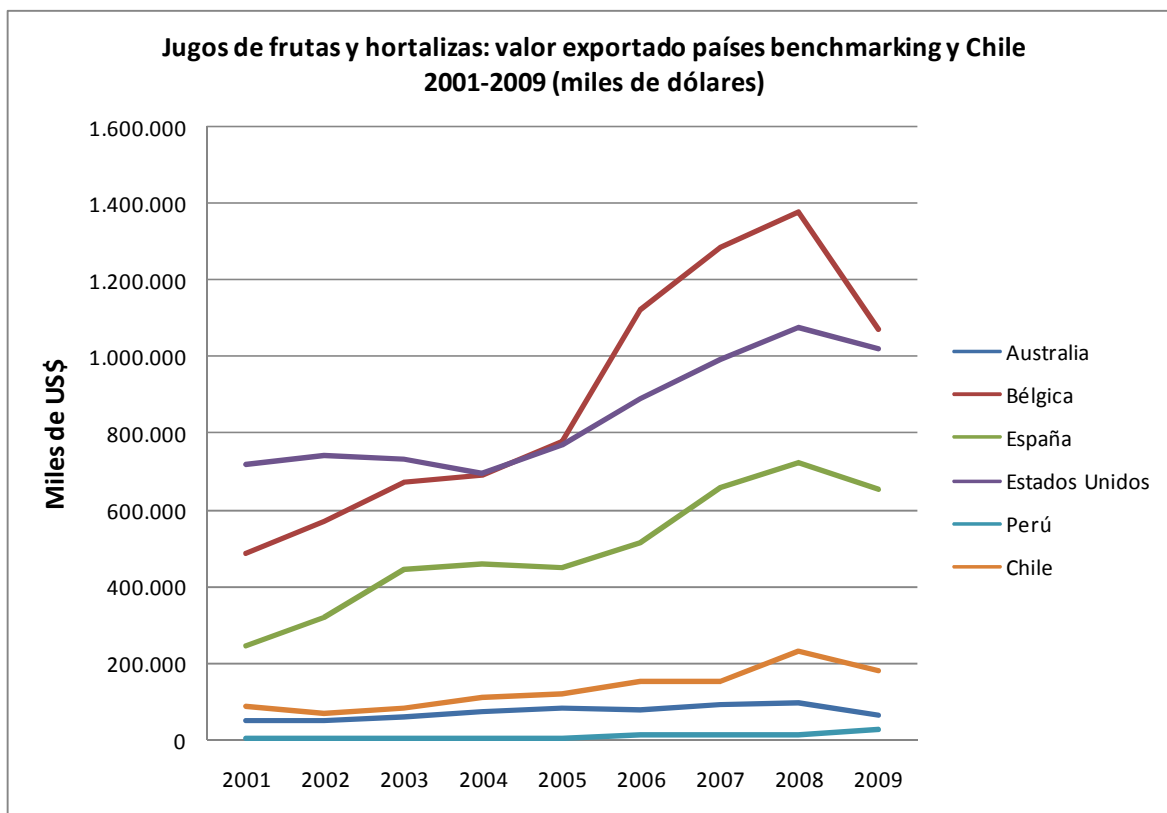
Jugos

En el conjunto de países analizados, el principal exportador de jugos es Bélgica (tercer mayor exportador a nivel mundial), que a partir de 2005 supera las exportaciones de Estados Unidos, hasta entonces el principal exportador dentro del grupo en análisis (Gráfico 124). El volumen exportado por Bélgica fue equivalente en 2009 al 8,6% del valor total exportado en el mundo; el de Estados Unidos al 8,2%, España 5,3%, Chile 1,5%, Australia 0,5% y Perú 0,2%.

Los valores exportados muestran una tendencia general de crecimiento hasta el año 2009, cuando los valores de todos los países disminuyen de manera notoria, como efecto de la crisis económica internacional. Tal como en el caso de otros grupos de productos analizados antes, el mayor promedio de crecimiento anual lo registra Perú, con un 31,8% y un crecimiento acumulado entre 2001 y 2009 superior al 580%. España registra un crecimiento anual promedio de 14,1% y un crecimiento acumulado de 165%. Bélgica, en tercer lugar, presenta un promedio de crecimiento anual de 11,7% y un crecimiento acumulado de 120%; Chile, un crecimiento anual promedio de 11,4% y un acumulado de 97% Estados Unidos un promedio anual de 4,7% y un crecimiento acumulado de 42% ; y

finalmente Australia un promedio anual de 4,1% y un crecimiento acumulados de 23,9% entre 2001 y 2009.

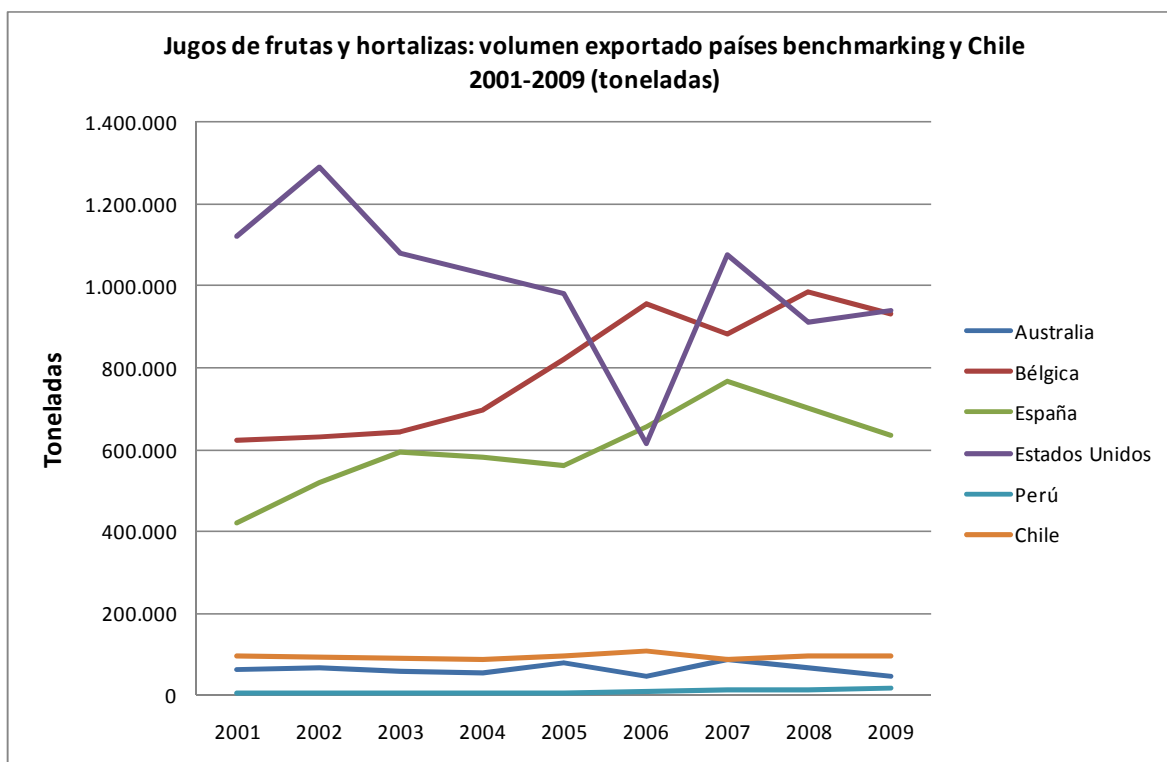
Gráfico 124. Jugos de frutas y hortalizas: valor exportado países benchmarking y Chile 2001-2009 (miles de US\$)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En el caso de los volúmenes exportados, se observa una evolución más diversa entre países. Los volúmenes exportados de Estados Unidos y de Australia muestran una tendencia de decrecimiento a lo largo del período. En los casos de España y Bélgica se observan disminuciones puntuales, pero en el marco de una tendencia de crecimiento, como ocurre en el primer país en 2004 y 2005, y en el segundo en 2007. El volumen exportado por Chile se mantiene en un nivel muy estable a lo largo del período. El crecimiento acumulado del volumen exportado de jugos entre 2001 y 2009 fue de 271% para Perú, de 51,6% para España, de 49,6% para Bélgica, y de 1,4% para Chile. Los volúmenes exportados por Australia y Estados Unidos, en tanto, disminuyeron en 26,4% y 16,4% entre 2001 y 2009.

Gráfico 125. Jugos de frutas y hortalizas: volumen exportado países benchmarking y Chile 2001-2009 (toneladas)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

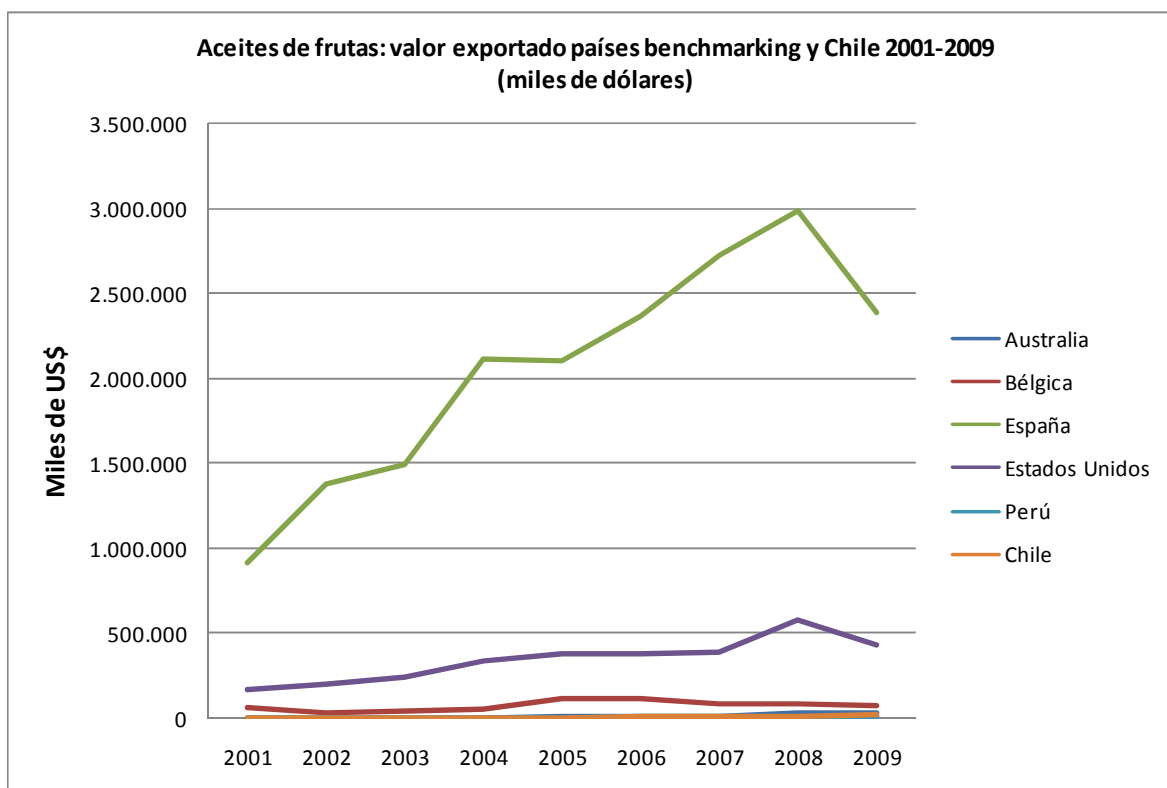
Aceites

España, tercer exportador de aceites de frutas a nivel mundial, es naturalmente el mayor exportador dentro del grupo de países considerados y muestra a lo largo de todo el período un valor exportado mucho más alto que el resto y fuertemente creciente. En el conjunto de aceites incluidos en este análisis, las exportaciones de los países considerados en esta sección representan porcentajes bajos en el valor exportado mundial y mucho más bajos aún en el volumen exportado, debido a que los mayores niveles en el mundo corresponden al comercio de aceites de palma, en el cual estos países no participan. Así, el valor exportado por España corresponde al 7,2% del total mundial; el de Estados Unidos al 1,3%; el de Bélgica al 0,2%; el de Australia el 0,1%; el de Chile al 0,06%; y el de Perú al 0,04.

Salvo en el caso de Bélgica, los valores exportados de los demás países muestran una tendencia de crecimiento clara entre 2001 y 2008 y en 2009 disminuyen (con excepción los aceites de Australia y Chile), por efecto de la crisis internacional. España registra un crecimiento anual promedio de 14,5% y un crecimiento acumulado de 160%; Estados Unidos, niveles de 14,8% (promedio) y 157% (acumulado); Bélgica de 8% (promedio) y

14,3% (acumulado); Australia, de 32,3% (promedio) y casi 650% (acumulado); Chile de 31,6% (promedio) y 697% (acumulado); y Perú 18,3% (promedio) y 225% (acumulado).

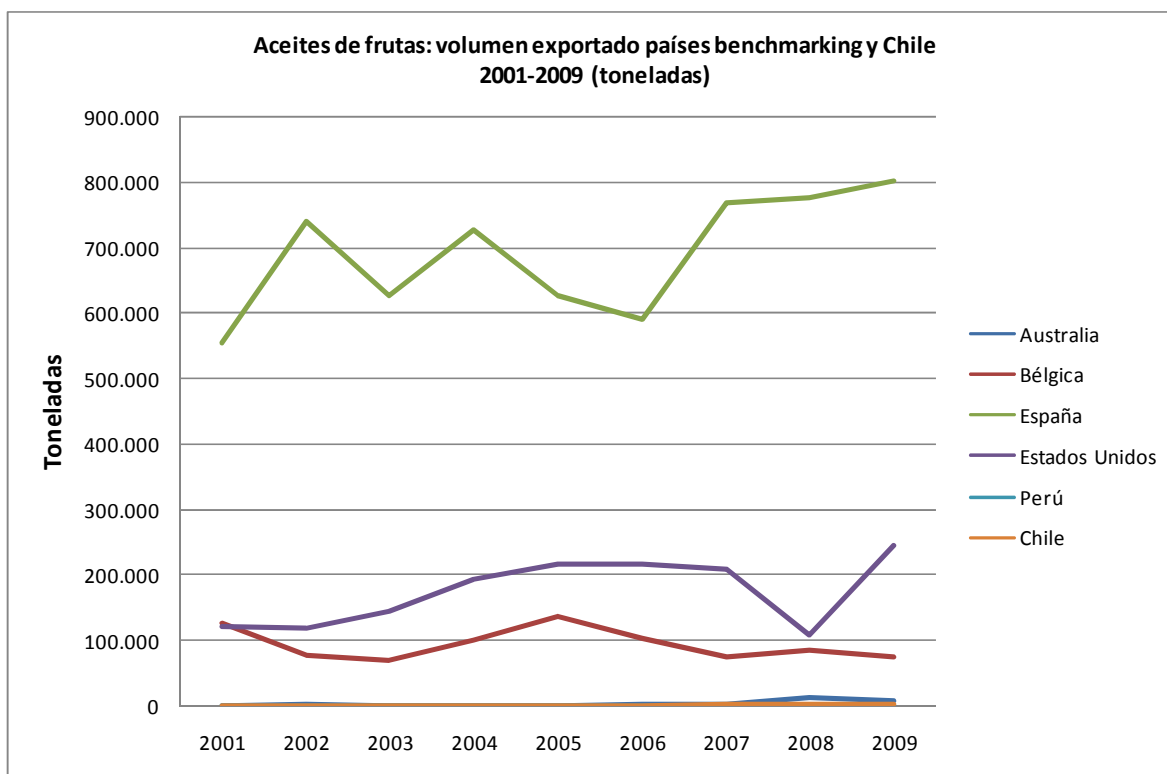
Gráfico 126. Aceites de frutas: valor exportado países benchmarking y Chile 2001-2009 (miles de US\$)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Los volúmenes exportados muestran tendencia más irregulares que los valores correspondientes. En el caso de España, el volumen muestra altas y bajas a lo largo del período, lo cual no se expresa en la evolución ya comentada del valor, que muestra una tendencia mucho más clara de crecimiento. El volumen exportado por este país registra un crecimiento acumulado de 45% (frente a un 160% en el caso del valor). Estados Unidos registra un crecimiento acumulado de 100%, como consecuencia de la recuperación que muestra su volumen en 2009, después de haber disminuido notoriamente en 2008. El volumen de Bélgica, después de alcanzar su nivel más alto en 2005 disminuye en los años siguientes, registrando una disminución acumulada de 40% entre 2001 y 2009. Australia, aunque con un volumen muy bajo, registra un crecimiento acumulado de 218% a lo largo del período; el volumen exportado de Australia se incrementa un 110% y el de Chile un 676%, al aumentar desde 555 toneladas en 2001 a 4.310 toneladas en 2009.

Gráfico 127. Aceites de frutas: volumen exportado países benchmarking y Chile 2001-2009 (toneladas)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

ESPAÑA

En el contexto europeo, la industria de productos alimentarios es una de las ramas más importantes de la industria manufacturera en términos del valor de la producción y una de las más importantes en valor agregado. En estos términos, la industria agroalimentaria española ocupa hoy por su nivel de ventas el quinto lugar en Europa y por su nivel de empleo el segundo lugar en la Unión Europea.

Dentro de la economía española, la agroindustria juega un rol fundamental y es un sector fuertemente dinamizador y generador de empleo y de riqueza. En los últimos años, la industria alimentaria española ha realizado importantes esfuerzos para su desarrollo y crecimiento, lo que le ha permitido ocupar esta posición líder en el contexto europeo. Sus esfuerzos han estado dirigidos a un creciente proceso de apertura e internacionalización, un fuerte proceso de modernización y una apuesta por la calidad, la seguridad alimentaria y el respeto al medioambiente.

El proceso de internacionalización ha estado marcado por una constante preocupación de apertura de nuevos mercados y por la inversión de las industrias alimentarias españolas en el exterior.

El proceso de modernización de la industria ha puesto su foco de preocupación y de prioridad en las siguientes áreas: seguridad alimentaria, trazabilidad, calidad, normas ISO, denominaciones de calidad, medioambiente, formación continua en el sector de alimentación, investigación y desarrollo e innovación (I+D+i), e información.

En este contexto, un análisis reciente del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino de España permite señalar que las principales fortalezas de la industria agroalimentaria española están representadas por su carácter estratégico, generador de empleo y motor económico; por su gran vocación exportadora; por su prestigio en la elaboración y exportación de productos de calidad; por la existencia de sinergias con otros sectores de la economía, como son la gastronomía, el turismo y la cultura, entre otros; por la utilización de tecnologías limpias y seguras; y por la aplicación de un modelo de producción basado en las normas europeas de seguridad alimentaria, trazabilidad y responsabilidad con el medio ambiental en su trabajo.

Sin embargo, la industria agroalimentaria en España presenta algunas debilidades que frenan su proceso de desarrollo, referidas particularmente a los siguientes aspectos: existencia de una fuerte atomización de la industria (99% son PYMES); existencia de desequilibrio en las relaciones comerciales; bajos niveles de productividad (por debajo de los promedios de la UE); bajos niveles de inversión en I+D+i; escasa mentalidad empresarial en el sector; poca integración horizontal y vertical; un nivel de valor agregado a la producción que aún es bajo; y baja visibilidad del sector en el contexto nacional.

Estas fortalezas y debilidades identificadas para el sector están siendo abordadas en la actual estrategia de desarrollo sectorial, cuyos principales aspectos están orientados a continuar con el proceso de internacionalización y promoción; al fortalecimiento de la orientación de la industria hacia el mercado internacional; aumentar la profesionalización y la formación a lo largo de los diferentes eslabones de la cadena productiva; mejorar la visión y la gestión empresarial; aumentar y concentrar los esfuerzos de I+D+i; favorecer el aumento del valor agregado y la diferenciación de los productos.

La industria alimentaria española se encuentra fuertemente organizada y representada por la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB). Esta federación se creó en 1977 para representar a la industria española de alimentación y bebidas y actualmente integra a 47 asociaciones sectoriales que representan cerca del 90% del volumen de negocio del sector.

La actividad fundamental de la FIAB consiste en informar al sector de las novedades que puedan afectar su funcionamiento y representar sus intereses ante las diferentes

administraciones y órganos de decisión, tanto en el ámbito nacional como a nivel europeo e internacional. Su labor se centra en las siguientes áreas: Derecho Alimentario, Internacionalización, Técnico y Medio Ambiente, Innovación y Tecnología, Competitividad, Formación Profesional y Comunicación.

La FIAB cuenta desde 1983 con una delegación permanente en Bruselas y desde 1986 es miembro de la Confederación de Industrias Agroalimentarias de la Unión Europea (CIAA), organización empresarial del sector de ámbito europeo.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) y otras entidades de gobierno como Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), las Oficinas Económicas y Comerciales de España, el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino (MARM), entre otras, mantienen un articulado trabajo con el sector alimentario industrial, representado por la FIAB.

A continuación se describen las principales estrategias abordadas por la industria alimentaria española en los últimos años en materias de su internacionalización y los principales hitos y preocupaciones de su proceso de modernización.

Internacionalización de la industria alimentaria española

Como ya señaló, el desarrollo de la industria alimentaria española ha estado marcado por un intenso proceso de internacionalización que ha estado mantenido una constante preocupación por la apertura de nuevos mercados y la inversión de las industrias alimentarias españolas en el exterior. Es así como la inversión española del sector alimentario en el exterior ha aumentado significativamente en los últimos años, representando actualmente cerca del 10% de la inversión exterior de la toda industria española en su conjunto. Este proceso se ha realizado con un esfuerzo conjunto de las instituciones públicas y privadas (principalmente la FIAB y sus asociaciones).

La promoción exterior de los productos agroalimentarios españoles ha buscado posicionar los siguientes valores: calidad de sus productos; variedad y riqueza de su gastronomía; e innovación y el desarrollo tecnológico en sus procesos y productos.

Los principales organismos de apoyo a la promoción exterior de los productos agroalimentarios en España, que han tenido activa participación en este proceso son los siguientes:

- Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), organismo encargado de fomentar la internacionalización de las empresas españolas. El ICEX es una entidad pública, adscrita a la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio del Ministerio de Economía, que apoya a las empresas españolas en el fomento de sus exportaciones y su instalación en el exterior. Para el desarrollo de su actividad utiliza la red de

Oficinas Económicas y Comerciales de España en el exterior y la de las Direcciones Regionales y Territoriales de Comercio en España.

- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), a través de la Subdirección General de Promoción de Productos Agroalimentarios, desarrolla también acciones de promoción exterior.
- Cámaras de Comercio, Industria y Navegación: las cámaras son la primera institución, después de la administración central, que más recursos dedica a fomentar la internacionalización de las empresas y ofrecer apoyo logístico en las acciones exportadoras.
- Organismos y Oficinas de Promoción Exterior de las Comunidades Autónomas: la mayoría de las Comunidades Autónomas han creado sus propios organismos de promoción exterior que tienen en muchos casos oficinas propias en el extranjero, organizan participación en ferias internacionales, promociones en punto de venta, tienen programas de becas para la formación de técnicos en comercio exterior y en general desarrollan actividades de apoyo a la internacionalización de sus empresas.
- Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) y sus asociaciones.
- Comisión Europea: la Comisión Europea tiene un protagonismo cada vez mayor en la política de promoción de productos agroalimentarios. La Comisión ha desarrollado diversos programas que fomentan la promoción de joint-ventures y la cooperación empresarial con empresas de otras áreas del mundo, como son el Programa Al - Invest (Latinoamérica) y Asia - Invest (Asia), donde las empresas alimentarias españolas tienen una importante participación.

Considerando que las acciones promocionales representan un factor fundamental en el marco de la estrategia de desarrollo e internacionalización de la industria alimentaria española, la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) mantiene un activo programa de actividad en ese ámbito. Es así como ya ha definido para 2011 un Plan de Acciones de Promoción Exterior con la organización de cerca de cuarentas acciones promocionales en el exterior, acciones específicas que agrupan a más de un sector alimentario y segmentadas por canales de venta.

Este plan contempla la participación en Ferias Internacionales; acciones de venta e invitación a compradores de gran distribución; generación de informes de distribución alimentaria; jornadas de alimentación y gastronomía española en el exterior; Cooperación empresarial; continuación de las acciones del “Plan China” y del “Plan India”.

Estas actividades promocionales realizadas por FIAB cuentan con una amplia y fuerte colaboración institucional, con el conjunto de instituciones anteriormente mencionadas.

En la actualidad las acciones de promoción en el exterior han priorizado la apertura de áreas de negocio en un grupo de cuatro países considerados emergentes dado el alto crecimiento de su economía, también llamados los países BRIC (por sus iniciales): Brasil, Rusia, India y China.

La industria alimentaria española ha mejorado durante los últimos años su presencia en los mercados emergentes particularmente en el brasileño, que se ha convertido en el principal mercado de América Latina, líder de la región y con un gran potencial de crecimiento económico. La presencia de productos alimentarios españoles en los últimos cinco años en Brasil se ha incrementado un 86%, aun con un volumen total de exportación pequeño; sin embargo, se visualiza que este país presenta un gran potencial para el futuro de la industria de España, basado en el incremento que está experimentando el poder adquisitivo de la población, la preocupación por una alimentación más equilibrada, así como su mayor interés por la gastronomía.

Para países como India y Chile ha desarrollado estrategias y planes de acción específicos. El “Plan India”, por ejemplo, corresponde a una estrategia promocional dirigida a posicionar al sector agroalimentario español en India, es trienal y cuenta con la participación de ICEX, MARM, FIAB y los Organismos de Promoción de 11 Comunidades Autónomas. Sus objetivos específicos son: duplicar el total de exportaciones españolas agroalimentarias a India en tres años; aumentar el número de empresas exportadoras españolas; aumentar el conocimiento de la oferta agroalimentaria española; fomentar el consumo de productos agroalimentarios españoles; y potenciar las relaciones comerciales entre la industria alimentaria española y los operadores comerciales indios

Principales hitos en el proceso de modernización de la industria alimentaria española

A continuación se reseñan las principales estrategias y áreas consideradas en el marco de la modernización de la industria alimentaria española.

La Seguridad alimentaria, trazabilidad, calidad y normas ISO

Desde los años 90 la industria española de alimentos ha implantado sistemas de autocontrol basados en el análisis de peligros y puntos críticos de control (HACCP).

En ese contexto, el Ministerio de Sanidad y Consumo está trabajando conjuntamente con la industria, a través de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB); fue así como impulsaron desde 1990 la elaboración y aplicación de más de 20 modelos sectoriales de aplicación del sistema de APPCC en las empresas.

La trazabilidad de los alimentos y de sus ingredientes a lo largo de la cadena alimentaria representa una importante herramienta de apoyo para garantizar la seguridad alimentaria. El Reglamento (CE) nº 178/2002, que establece los principios y requisitos de la legislación alimentaria en el ámbito de la Unión Europea, dispone la obligatoriedad (desde el 1 de enero de 2005) para todos los eslabones de la cadena de implantar sistemas de trazabilidad.

Las empresas alimentarias españolas se adaptaron a este reglamento y han trabajado conjuntamente con la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) en la elaboración de guías básicas para todos los eslabones de la cadena.

A su vez, con la finalidad de garantizar un elevado nivel de protección de los consumidores en relación con la seguridad alimentaria se adoptaron un conjunto de reglamentos que componen el llamado Paquete de higiene y que armonizan las normas en materia de higiene de los productos alimenticios en el ámbito de la Unión Europea.

Las industrias alimentarias españolas han invertido importantes esfuerzos en la implantación y certificación de sistemas de gestión de la calidad y de sistemas de gestión ambiental: Normas ISO 9000; y más recientemente Norma ISO 14001 y Norma ISO 22000:2005.

A su vez, estas empresas mantiene un seguimiento de las disposiciones del Codex Alimentarius en el ámbito del análisis de riesgos (en sus tres ámbitos: evaluación científica, gestión del riesgo y comunicación del mismo).

Las Denominaciones de Calidad

Desde hace unos años, una de las líneas estratégicas de la industria alimentaria española ha sido la obtención de productos de alta calidad, diferenciados, controlados, con trazabilidad, y con valor agregado. Es así como, en el marco de la legislación UE y del propio M.A.P.A., las industrias alimentarias españolas trabajan fuertemente en el desarrollo de productos amparados por diferentes Denominaciones de Calidad (Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas), que reconocen la calidad y la especificidad de diversos productos por su origen, medio geográfico y agroclimático o sistemas de elaboración. Existen en la actualidad diversos productos que están acogidos a denominaciones y controles de calidad.

En el año 1992 la Comunidad Europea creó los siguientes sistemas de valorización y protección de las denominaciones geográficas y de las especialidades tradicionales: denominación de origen protegida (D.O.P.), Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.) y Especialidad Tradicional Garantizada (E.T.G.):

- la DOP designa “la denominación de un producto cuya producción, transformación y elaboración deben tener lugar en una zona geográfica determinada, con una especialización reconocida y comprobada”.
- La IGP indica “el vínculo con el territorio en, al menos, una de las fases de producción, transformación o elaboración”.

Cabe mencionar que durante los últimos años, la agricultura ecológica ha experimentado un importante desarrollo dentro de la industria de alimentos en España y se visualizan importantes oportunidades. La agricultura ecológica se encuentra regulada legalmente en España desde 1989, en concordancia con la reglamentación de la EU sobre la materia.

La formación continua en el sector de alimentación

Esta área de trabajo se realiza en forma coordinada entre la industria, representada por FIAB y el Ministerio de Educación, el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (INEM) y la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo.

Estos programas de formación han contado con subsidios públicos y se imparte en cuatro modalidades: Presencial, Teleformación, Distancia y Mixta, facilitando así la integración de un alto número de trabajadores.

La Investigación y Desarrollo e Innovación (I+D+i)

“Preocupación permanente y gran desafío actual de la industria alimentaria en España es avanzar en la mejora de los procesos, de los productos a través de la investigación, el desarrollo y la innovación”. Es así como la innovación, concebida como el impulso del crecimiento económico, se ha convertido en los últimos años en una prioridad política y empresarial para la industria alimentaria.

En los últimos años, en el sector público, tanto en la administración española como en la europea, se vienen incrementando los esfuerzos y recursos destinados a I+D+i, acompañados por un interés creciente del sector empresarial, donde se han identificado un alto número de empresas innovadoras.

Algunos de los principales programas que han apoyado y acompañado este proceso son los siguientes:

- El Plan Nacional Español de I+D+i 2008-2011 presenta una estructura basada en cuatro áreas principales, una de ellas es el área de “Desarrollo e Innovación Tecnológica Sectorial”, en donde se concentrarán en 10 sectores claves, entre los que se encuentra en primer término el de Alimentación, Agricultura y Pesca.

- El Séptimo Programa Marco para acciones de Investigación, Desarrollo Tecnológico y Demostración (2007-2013) de la Comisión Europea.
- En el marco de la construcción del Espacio Europeo de Investigación (EEI), iniciado en el Sexto Programa Marco, se mantiene como una prioridad la cooperación en el sector de alimentos, agricultura y biotecnología.
- En el año 2002 se instalan las plataformas tecnológicas donde se incorpora fuertemente la industria en materias de I+D+i, en el marco de las cuales se desarrollan importantes proyectos europeos de I+D+i.
- En el año 2005 se instala la Plataforma Tecnológica Europea Food for Life con el objetivo de “integrar la investigación sobre nutrición, alimentos y gestión de la cadena alimentaria, productos alimenticios innovadores y mejorados que estén en línea con las necesidades y expectativas de los consumidores”.
- La Plataforma Food For Life-Spain se inicia a mediados del año 2005.
- Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación en España (OTRI-FIAB) pone a disposición de las empresas, los resultados obtenidos en los proyectos de I+D de financiación pública tanto por los centros públicos como por los centros privados de investigación.

Cabe destacar la iniciativa Plataforma Tecnológica Food for Life-Spain (PPT FFL-Spain) creada en España Bajo el paraguas de la plataforma europea. A esta Plataforma se integran un conjunto de entidades académicas, de investigación, tanto públicas como privadas, y un conjunto de empresas en su consejo rector.

La misión de la Plataforma consiste en la presentación de proyectos nacionales e internacionales de colaboración entre empresas, centros u organismos de investigación tanto públicos como privados y universidades.

La Plataforma Tecnológica Food for Life-Spain está abierta a todos los miembros de la cadena alimentaria que quieran participar en ella desde la industria a la academia, pasando por la administración central y autonómica, reguladores de la sociedad civil, consumidores y observadores.

Para ello, se han constituido 6 grupos de trabajo: Formación y Transferencia de Tecnología; Alimentación y Salud; Calidad, Producción y Sostenibilidad; Alimentos y Consumidor; Seguridad Alimentaria y Gestión de la Cadena Alimentaria.

Esta iniciativa ha desarrollado una agenda estratégica donde se definen en forma consensuada con la industria las líneas estratégicas de investigación prioritarias para el

desarrollo de la industria alimentaria española. Esta agenda coordinada por el Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA) se ha estructurado en torno a 6 ejes que se describen a continuación:

- Formación y Transferencia de tecnología
 - ✓ Ofrecer servicios de formación y disseminación a los diversos agentes del sector agroalimentario.
 - ✓ Desarrollar un diálogo efectivo con la sociedad.
 - ✓ Disseminación de los resultados y nuevos desarrollos logrados.
 - ✓ Estimular, promover y asesorar iniciativas emprendedoras.
 - ✓ Identificar mecanismos y medidas para facilitar la formación.
 - ✓ Completar y reforzar los canales de comunicación actuales.
 - ✓ Integrar socios industriales y agentes de I+D en la formación y transferencia de tecnología.
 - ✓ Desarrollar nuevos métodos sencillos para estructurar la información existente de tal manera que pueda ser fácilmente accesible por las pymes.
 - ✓ Fortalecer y mejorar los sistemas actuales de movilidad de personal en un ámbito transectorial dentro de la I+D.
 - ✓ Apoyar y fortalecer la creación de asociaciones de productores agroalimentarios y organizaciones de I+D.
 - ✓ Promover los beneficios que tiene la formación de consorcios para la investigación colectiva promovidos por las PYMES.
 - ✓ Crear y establecer bases de datos sobre comunicación, formación y transferencia de tecnología.
- Alimentación y salud
 - ✓ Nuevas y efectivas estrategias para optimizar el crecimiento y desarrollo físico, mental y emocional de los niños.
 - ✓ Nuevas y efectivas estrategias para la prevención de la obesidad, incluyendo la optimización de la masa corporal y el mantenimiento de la función muscular.
 - ✓ Nuevas y efectivas estrategias para optimizar la función inmunológica y el rendimiento intelectual.
 - ✓ Nuevas y efectivas estrategias para desarrollar alimentos que mejoren el sistema inmune.
 - ✓ Nuevas y efectivas estrategias en relación con la investigación en alimentación y salud; descubrimiento y validación de biomarcadores.
 - ✓ Nuevas y efectivas estrategias para prevenir y reducir las enfermedades relacionadas con la dieta.
 - ✓ La influencia de la dieta en el proceso del envejecimiento.
- Gestión de la cadena alimentaria
 - ✓ Ciencias técnicas: implementar nuevas tecnologías (tic) y adoptar herramientas de nueva generación

- ✓ Economía industrial y políticas institucionales de apoyo.
- ✓ Ingeniería industrial y gestión de la producción.
- Alimentos y consumidor
 - ✓ Entender, predecir y estimular la selección y consumo de alimentos para una dieta sana, segura y de calidad.
 - ✓ Diseño y validación de nuevas vías de comunicación para promocionar una dieta sana
 - ✓ Diseño del mapa de los hábitos alimenticios de las poblaciones inmigrantes y aplicar este conocimiento de una manera efectiva.
 - ✓ Diseño del mapa de la cultura alimenticia europea y su posicionamiento en el mercado global.
 - ✓ Analizar cuáles son los principales factores que inducen la decisión de compra en grupos específicos.
 - ✓ Desarrollo de productos testados por el consumidor: trasladar la información recibida del consumidor a alimentos específicos.
 - ✓ Comprender qué determina la aceptación del consumidor hacia las nuevas tecnologías.
- Seguridad Alimentaria
 - ✓ Sistemas para mejorar la seguridad alimentaria y evitar el deterioro de los alimentos.
 - ✓ Métodos innovadores para el análisis cuantitativo de riesgos y modelos predictivos para la seguridad alimentaria y el deterioro de los alimentos a lo largo de la cadena de distribución.
 - ✓ Sistemas innovadores de trazabilidad desde origen.
 - ✓ Epidemiología y vigilancia, incluyendo técnicas predictivas sobre la prevalencia y desarrollo de microorganismos.
 - ✓ Estudio de los microorganismos causantes de enfermedades alimentarias, su fisiología y su epidemiología a lo largo de toda la cadena alimentaria.
 - ✓ Virus, parásitos y nuevos patógenos: mecanismos moleculares y de emergencia.
 - ✓ Desarrollo y validación de nuevas tecnologías que mejoren la seguridad alimentaria.
 - ✓ Estudio de la percepción que tiene el consumidor sobre la seguridad alimentaria.
 - ✓ Búsqueda de alternativas que permitan reducir, e incluso eliminar, la experimentación con animales
 - ✓ Tecnologías de limpieza, desinfección, desinsectación y desratización.
- Calidad, fabricación y sostenibilidad:
 - ✓ Tecnologías para reducir de forma equilibrada el azúcar, la sal y el nivel de grasa de los alimentos tradicionales sin afectar sus propiedades sensoriales.

- ✓ Comprender el proceso de percepción sensorial.
- ✓ Tecnologías para desarrollar nuevos productos sensorialmente atractivos para grupos específicos como los niños y ancianos.
- ✓ Tecnologías para minimizar residuos y mejora del aprovechamiento de subproductos.
- ✓ Métodos rápidos on-line de análisis de propiedades de la materia prima en todo el proceso productivo.
- ✓ Desarrollo de procesos competitivos de bajo costo.
- ✓ Innovación e industrialización de la gastronomía regional.
- ✓ Tecnologías para procesos flexibles, activos e inteligentes en el envasado.
- ✓ Bioprocesamiento y tecnologías de separación mejoradas para nuevos ingredientes, reducción y aprovechamiento de residuos.
- ✓ Tecnologías para alimentos “cómodos” (fáciles de usar y que ahorren tiempo; ready-to-eat, heat-to-eat).
- ✓ Desarrollo de nuevos modelos, herramientas e indicadores para los procesos operativos en la industria agroalimentaria.
- ✓ Estudio de posibles escenarios en función de eventuales cambios medioambientales, económicos y sociales.
- ✓ Análisis del ciclo de vida de la cadena alimentaria, con el fin de disminuir los residuos y el consumo de productos químicos, y reducir el consumo de agua y energía.
- ✓ Desarrollo de tecnologías que faciliten la innovación en la industria agroalimentaria.
- ✓ Avanzar en las tecnologías de producción en sus diversas variantes: ecológica, integrada, etc.
- ✓ Gestión del conocimiento para identificar e involucrar a los agentes de la cadena agroalimentaria y promover el fortalecimiento de una industria agroalimentaria sostenible en Europa.

La Información

El manejo de información constituye una prioridad clara en el marco de la UE, en particular en el sector alimentario, donde se ha definido la instalación de un observatorio económico de la industria agroalimentaria y de la agroindustria.

En España al amparo de dicha iniciativa surge el Barómetro de la Alimentación y Bebidas, donde la FIAB busca entregar una herramienta que recoja la evolución de los índices más representativos del sector y proporcione una radiografía de la industria.

BÉLGICA

Bélgica, a pesar de su pequeño tamaño y de su número de habitantes (10,5 millones) está dentro de los más importantes países en el comercio mundial de productos agrícolas. La economía belga es muy abierta y gracias a su ubicación geográfica (entre Alemania y Francia), a sus puertos marítimos, sus carreteras y su amplio tráfico aéreo, desempeña un importante rol como centro logístico de Europa.

A raíz de su fuerte tradición gastronómica y de su diversidad cultural, frecuentemente las grandes empresas internacionales toman a Bélgica como un mercado de prueba para los nuevos productos alimentarios. En Bélgica el 50% de la producción alimentaria tiene como destino la exportación y a su vez más del 50% de los productos alimentarios disponible en el país son importados.

El consumidor de alimentos belga es muy exigente en materia de calidad, comodidad, diversidad de productos y salud. El mercado de los productos orgánicos o biológicos tiene una tasa crecimiento muy alta, del orden del 25% anual.

La inversión realizada en la industria alimentaria en Bélgica en los últimos años está por sobre el promedio de inversión en la industria en su globalidad. Esta inversión ha aumentado significativamente desde el año 2006 con una leve baja en los años 2008 y 2009.

La mayor parte de las importaciones de productos alimentarios en Bélgica proviene de países vecinos como Francia, Países Bajos, Alemania e Italia, por lo que la competencia es muy grande.

La industria agroalimentaria belga tiene vínculos con otros sectores económicos como la agricultura, el comercio detallista, la industria farmacéutica, la industria química, la logística. Se trata de una industria especializada en la transformación de materias primas o bienes intermedios importados (por ejemplo, chocolate, café, té, entre otros), que son transformados luego y distribuidos en Bélgica o exportados.

La industria alimentaria belga juega un rol muy relevante en el sector privado y en la industria de manufactura en particular. Ocupa el segundo lugar dentro de las industrias belgas en cuanto a volúmenes de negocio. De las exportaciones de productos alimentarios, el 85,6% tienen como destino países de la Unión Europea y sólo el 14% países fuera de la UE.

La industria alimentaria en Bélgica está organizada en la Federación de Industrias Alimentarias de Bélgica (FEVIA). Dentro de las prioridades de trabajo de FEVIA en el año 2010 destacan:

- La salud del consumidor representa un factor fundamental para la industria alimentaria belga, por lo que la FEVIA y sus miembros trabajan en dos ámbitos: valorizar los esfuerzos de la industria en materia de nutrición y salud; colaborar en proyectos de promoción de un estilo de vida sana (prevención de la obesidad).
- Mejoramiento de la colaboración en la cadena agroalimentaria, considerando que las fluctuaciones de los precios de las materias primas agrícolas han traído grandes tensiones entre los diferentes actores de la cadena alimentaria. En ese marco trabaja en la preparación de códigos de buenas prácticas comerciales a nivel nacional, en colaboración con los diferentes miembros de la cadena alimentaria.

Bélgica tiene una importante red de investigación y desarrollo tecnológico e innovación en materia alimentaria, integrada por las universidades de Gembloux y de Gent y los siguientes polos de competitividad, en los cuales participa activamente el sector empresarial agroindustrial:

El Polo Agroindustrial Wallon: creado en 2006, estimula y financia proyectos de carácter innovador permitiendo a las empresas ser competitivas en el ámbito de la investigación aplicada, innovación, formación y exportación. Las prioridades estratégicas del polo se enmarcan en las siguientes cuatro líneas:

- Alimentación y salud (calidad nutricional)
- Desarrollo tecnológico y eficiencia industrial (mejoramiento de procesos y métodos de conservación de alimentos)
- Bio-envases para alimentos
- Desarrollo de la cadena productiva (valor agregado, gestión, productos orgánicos, entre otros)
- Flanders' FOOD: Polo de competitividad agroalimentario, es un centro de conocimiento donde las empresas pueden concurrir para innovar.
- El Polo Agro-Alimentario de Bruselas: El polo se creó al alero de l'Agence Bruxelloise pour l'Entreprise (ABE), colaborando con las industrias en áreas como productos alimentarios frescos, congelados y preparados; biotecnología aplicada al sector alimentario; aditivos para la industria alimentaria; embalajes, equipos (análisis y producción) o servicios para la industria alimentaria.

En materia de investigación Bélgica cuenta con la Oficina Federal Belga de Políticas en Ciencia (Belgian Federal Science Policy Office). En el marco de su acción se desarrollan en el país nueve grandes programas de investigación; uno de ellos "Ciencia para el Desarrollo Sustentable" (Science for a Sustainable Development, SSD) incluye los agro-alimentos entre sus ocho áreas prioritarias de investigación. El área de agro-alimentos incluye: seguridad de los alimentos, alergias e intolerancias alimentarias, alimentos y 'nuevos

alimentos" (*food novels*), sistemas integrados para el manejo de la calidad, métodos de producción futuros y multifuncionalidad de la producción. A través de proyectos con una extensión de cinco años, se están abordando áreas como "Multifuncionalidad e identidad local como paradigmas para una agricultura sustentable y competitiva" e "Interacciones de los alimentos: efectos sobre la salud, percepción de los consumidores e impacto sobre las industrias agro-alimentarias".

PERÚ

El sector agroindustrial peruano ha experimentado un importante desarrollo en los últimos diez años y se vislumbran aún grandes espacios futuros de crecimiento.

En la visualización del potencial de crecimiento del sector agroindustrial peruano destacan los espacios existentes para la profundización de las estrategias de desarrollo en torno a los siguientes ejes principales:

- Crecimiento de sus volúmenes de producción (diversificación y ampliación de las actuales zonas de producción, generación de nuevos emprendimientos, entre otras formas)
- Diversificación de productos y agregación de valor
- Crecimiento en sus volúmenes de exportaciones
- Ampliación de los países de destino de la producción
- Posicionamiento de los productos en nichos de mayor poder adquisitivo

El desarrollo agroindustrial está siendo realizado principalmente por los pequeños y medianos productores, los cuales poseen aún reducida capacidad empresarial y escaso acceso a información de mercado. Es por eso que las agroindustrias grandes, exportadoras y otras empresas comerciales, juegan un rol de intermediarios muy relevante en el proceso de comercialización.

El sector agroindustrial peruano presenta claras ventajas y fortalezas desde el punto de vista de sus riquezas y su diversidad de recursos biológicos y diversidad climática. Sin embargo, a pesar de los significativos esfuerzos realizados en los últimos años, persisten grandes debilidades sobre las cuales el país hoy trabaja, aspectos como: bajas productividades y manejo productivo con bajos niveles de tecnificación, fragilidad en los sistemas de comercialización, limitada oferta exportable, limitada infraestructura de servicios, limitado conocimiento sobre los mercados de destino y la competencia, y baja capacidad empresarial, entre otros.

Tal como lo destacan estudios realizados por FAO, el sector público de Perú ha jugado un rol muy relevante en la creación de condiciones favorables para el desarrollo competitivo de la agricultura y de la agroindustria en particular. Los principales esfuerzos han estado orientados a la generación de políticas públicas e instituciones sólidas y estables, y a favorecer la instalación de servicios de apoyo que faciliten el desarrollo agroindustrial.

La gestión de estos programas, proyectos e instrumentos de política que han sido puestos en marcha ha contado con una activa participación del sector privado, a través de representantes de cadenas agroalimentarias, empresarios y representantes de organizaciones gremiales y/o productivas, entre otros.

Un factor destacable en la estrategia de desarrollo agroindustrial de Perú ha sido la promoción de la formación de cadenas agroalimenticias, propiciando el diálogo, la cooperación, compromisos de competitividad y la organización empresarial entre los actores económicos y las instituciones públicas, privadas y académicas, en beneficio de la competitividad, comprendiendo a todas las fases de producción, comercio y servicios. La generación de vínculos de negocios entre las grandes y pequeñas industrias agrícolas ha permitido aprovechar las economías de escala, mercado y reducir los intermediarios en el proceso de comercialización.

A continuación se reseñan las principales orientaciones definidas en este contexto.

Perú ha definido de interés prioritario la inversión en el sector agrario y en ese marco promulgó el año 2000 la **Ley de Promoción Agraria** (actualmente en revisión). Esta ley, junto a un conjunto de acciones de promoción de la formalización y la acción empresarial en el sector agrario, ha sido fundamental para el desarrollo de la pequeña y mediana agroindustria.

La Ley de Promoción Agraria (Ley 27.360), vigente desde el 1 de noviembre de 2000 hasta el 31 de diciembre de 2021, tiene por objetivo promover la inversión en el agro y la agroindustria para el desarrollo del sector agrario a través de incentivos tributarios, laborales y de seguridad social.

Esta ley ha aportado importantes beneficios, tal como se muestra en el cuadro siguiente, que compara las condiciones otorgadas por esta ley con el régimen general en materia de impuesto a la renta, depreciación anual, impuestos generales a las ventas y aspectos laborales:

Cuadro 146. Perú: Ley de Promoción Agraria (Ley 27.360)

Beneficio	Ley de Promoción Agraria	Régimen General
Impuesto a la Renta	Tasa anual de 15%	Tasa anual de 30%
	Pago a cuenta mensual 1% Cuando se inicien actividades o no se tenga renta imponible del ejercicio anterior	Pago a cuenta mensual de 2%
Depreciación Anual	20% anual de inversiones en obras de infraestructura hidráulica y obras de riego	10% anual en maquinaria y otros bienes y 3% en construcciones

Beneficio	Ley de Promoción Agraria	Régimen General
Impuesto General a las Ventas	Recuperación anticipada del IGV durante la etapa preproductiva de las inversiones por adquisiciones de bienes de capital, insumos, contratos de construcción y servicios	Recuperación anticipada del IGV antes de inicio de actividades por adquisición de bienes de capital
	La etapa preproductiva no puede exceder de 5 años	
Laboral	Remuneración diaria (RD) no menor de S/. 16.00 que incluye CTS, gratificaciones y ajustable a la Remuneración Mínima Vital (Actual. la RD es de S/. 19.51)	Se paga Remuneración , CTS y gratificación de manera independiente
Seguro de Salud	Aporte reducido de 4% mensual a cargo del empleador	Aporte de 9% de la remuneración mensual a cargo del empleador.

Fuente: América Latina y el Caribe: Entornos favorables para el desarrollo del sector agroindustrial. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, Chile, octubre 2007.

El desarrollo de la agroindustria en Perú se ha localizado en zonas geográficas fundamentalmente en la franja costera, donde se desarrolla una agricultura con riego tecnificado (superando las limitaciones hídricas) que cultiva, procesa y exporta productos frescos y procesados, en pequeñas, medianas y grandes agroindustrias

En la ampliación de la frontera productiva se han realizado importantes esfuerzos en el desarrollo de proyectos de riego que han permitido la incorporación de vastas zonas a la producción agrícola.

Perú cuenta con una **Política y Estrategia Nacional de Riego** definida el año 2003 (con una proyección de 10 años), con el trabajo de una Comisión Técnica Multisectorial (Ministerios de Agricultura, Vivienda y Construcción, Economía y Finanzas, Junta Nacional de Usuarios). Esta Política tiene los siguientes lineamientos generales:

- Fomentar la difusión y adopción de cambios tecnológicos sostenibles para incrementar la eficiencia de aprovechamiento del agua de riego y uso de los suelos.
- Promover programas y proyectos de fortalecimiento institucional, asistencia técnica y financiera, concertados por las organizaciones locales y la inversión privada, para lograr la gestión eficiente del agua de riego.
- Procurar una adecuada viabilidad económica, social y ambiental de los proyectos de inversión a ejecutarse con recursos del Estado en el Subsector Riego, de acuerdo a las exigencias metodológicas para la formulación y evaluación de proyectos del Sistema Nacional de Inversión Pública, y los lineamientos de Política Agraria.

La **Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación (I+D+i)** ha sido una materia de fundamental preocupación en la estrategia de desarrollo agroindustrial en Perú y se ha realizado un proceso de articulación y fortalecimiento de su Sistema Nacional de Innovación. En ese marco, destacan algunos los instrumentos e instituciones que se han puesto en marcha en la última década:

- El Programa de Innovación y Competitividad para el Agro Peruano (INCAGRO), puesto en marcha por el Ministerio de Agricultura en 2001, diseñado para ser ejecutado en un período de 12 años.
INCAGRO ha buscado contribuir al establecimiento de un sistema moderno de ciencia, tecnología e innovación para el desarrollo del sector agrario, descentralizado, orientado por la demanda y liderado por el sector privado, con el propósito de incrementar la rentabilidad y mejorar la competitividad del sector, mediante la generación y adopción de tecnologías sostenibles y ambientales seguras.
- El Instituto de Desarrollo Agroindustrial (INDDA), institución especializada de la Universidad Nacional Agraria La Molina, que tiene por objetivo desarrollar, investigar y proporcionar los recursos tecnológicos, humanos y los servicios que requiere la agroindustria, para contribuir al mejoramiento de la producción agroindustrial. INDDA orienta a los agricultores, industriales e investigadores a satisfacer las necesidades del mercado nacional e internacional con nuevos productos agroindustriales, identificación de mercados, preparación de muestras y fabricación de pequeños volúmenes comerciales.

De acuerdo con la documentación revisada, en la actualidad las principales requerimientos del sector agroindustrial peruano en materia de I+D+i se concentran en los siguientes aspectos:

- ✓ Aumentar el valor agregado de su producción
- ✓ Mejorar la productividad
- ✓ Mejorar la calidad y seguridad alimentaria, incluyendo estandarización y legislación
- ✓ Diversificación y mejoramiento de la transformación y conservación de alimentos
- ✓ Desarrollo de nuevos productos
- ✓ Desarrollo de mercados de consumo y estrategias para la promoción comercial
- ✓ Coordinación de actividades de las cadenas de valor

En materia de **gestión de la calidad, materias ambientales y trazabilidad**, se puede mencionar que el sector agrícola peruano en su conjunto viene adoptando las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y también la Buenas Prácticas de Manufactura (BPM); se abordan en forma creciente temas ambientales y de la trazabilidad de los productos

alimentarios, como instrumentos que permitirán mejorar la calidad de los productos, fortalecer la competitividad sectorial y favorecer el acceso a los mercados.

En **materia financiera** destaca el Banco Agropecuario: puesto nuevamente en operación en 2001, es un banco especializado, integrante del sistema financiero nacional, dedicado a otorgar créditos al agro, la ganadería, la acuicultura y las actividades de transformación y comercialización de los productos del sector agropecuario y acuícola.

En el marco de su política comercial, Perú ha priorizado su apertura comercial, para lo cual el gobierno se ha propuesto facilitar el acceso de los productos peruanos a los principales mercados del mundo. Es así como se ha puesto en marcha:

- La Comisión para la Promoción de las Exportaciones (PROMPEX), que proporciona el servicio de facilitación del comercio exterior con el objetivo de brindar apoyo en la solución de problemas puntuales con las entidades estatales, respecto a la realización de trámites, certificados y otros, relativos a la gestión de exportación.
- El Programa de Servicios de Apoyo para Acceder a los Mercados Rurales PROSAAMER, una organización del Ministerio de Agricultura que busca mejorar el acceso de los productores rurales a mercados de bienes y servicios, nacionales e internacionales, mediante el suministro de servicios tales como la información, la capacitación empresarial, así como la modernización de la gestión del sector público agrario. La dirección de PROSAAMER está a cargo de un Comité Directivo, integrado por representantes de los sectores público y privado.

PROSAAMER tiene los siguientes tres componentes: Información para el Desarrollo Rural; Servicios de Asesoría Empresarial; Fortalecimiento de la Gestión del Servicio Público Agrario, que se describen a continuación:

- ✓ Información para el Desarrollo Rural: propone mejorar la generación, acceso y uso de información agropecuaria apropiada para la toma de decisiones de los productores, las empresas y demás agentes del sector agrario. Consiste en la modernización del Sistema de Información Agraria, mediante el mejoramiento de las estadísticas, el procesamiento de datos y la amplia difusión de la información a través de diferentes medios. El mejoramiento incluye la creación de una Red Nacional para el acceso e intercambio electrónico de datos entre las instituciones y usuarios del Sistema.
- ✓ Servicios de Asesoría Empresarial: consiste en el financiamiento de la provisión de servicios de asesoría empresarial a grupos de productores rurales organizados, para la generación y consolidación de nuevos negocios rurales en ocho regiones del país: Piura, Lambayeque, Cajamarca, La Libertad, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna.

- ✓ Fortalecimiento de la Gestión del Servicio Público Agrario: busca fortalecer la gestión del sector público agropecuario, incrementando las capacidades de formulación, análisis, gestión, seguimiento y evaluación de políticas, programas, servicios y proyectos.

AUSTRALIA

La **política del gobierno de Australia en materia de horticultura** (a través del 'Department of Agriculture, Fisheries and Forestry', DAFF) tiene por objetivo apoyar y facilitar el crecimiento y desarrollo de una industria hortícola autosuficiente, competitiva e innovadora en Australia, en el marco de un mercado global en rápida evolución. Las estrategias para lograrlo incluyen:

- el desarrollo de cadenas hortícolas de abastecimiento competitivas a nivel internacional
- la eliminación de los obstáculos al acceso a los mercados de exportación, y la facilitación de las exportaciones
- el apoyo para la propiedad por parte de la industria de los servicios clave
- la asistencia a proyectos de desarrollo de mercados y programas del mercado para aumentar el consumo de productos hortícolas, y
- el fomento a la innovación a lo largo de toda la cadena de valor.

Esta política sostiene que para ser competitiva, la industria hortícola requiere técnicas de producción eficientes, la gestión sostenible de los recursos naturales, el desarrollo de alianzas de abastecimiento y comercialización, productos de alta calidad y esfuerzos de marketing para responder a las tendencias del mercado y a las preferencias de los consumidores.

En este marco, como una forma central de financiamiento, el DAFF opera un **sistema de gravámenes por exportación** que busca hacer posible que las industrias trabajen en conjunto orientando sus esfuerzos y recursos a materias prioritarias: investigación y desarrollo, promoción y marketing, evaluación de residuos y programas sanitarios para plantas y animales²⁴. Una de las entidades que recibe estos recursos es Horticulture

²⁴ Una industria identifica la necesidad de un gravamen para responder a un problema u oportunidad que requiera el financiamiento colectivo de la industria y hace una propuesta a sus miembros para discutirla con este Departamento. Si la propuesta es aprobada, el gravamen se aplica y se recolecta de acuerdo con la ley. El rol del gobierno, a través del DAFF, es implementar un sistema efectivo de recolección con un costo mínimo; el DAFF cuenta con un departamento específico que administra, colecta y distribuye estos recursos a nombre de las industrias. En ciertos casos, el gobierno aporta sobre la base de "dólar por dólar".

Australia Ltd. (HAL). Más de 20 industrias del área hortícola tienen un gravamen por exportación, para estos fines.

Horticulture Australia Limited (HAL) es una entidad sin fines de lucro que tiene el propósito de desarrollar la horticultura en Australia, proporcionando servicios de investigación y desarrollo y de marketing integrales y profesionales, a más de 30 organizaciones diferentes de las industrias de la fruta y las hortalizas (además de los viveros). HAL se creó en febrero de 2001 (a partir de dos entidades existentes entonces); es una empresa de propiedad de la industria, que está contratada por el Gobierno de Australia para proporcionar servicios de marketing y de I+D a la industria hortícola.

HAL trabaja en asociación con las industrias hortícolas de Australia para invertir en programas de investigación, desarrollo y marketing en beneficio de la industria. Invierte en programas diseñados para alinearse con las prioridades de inversión estratégicas de estas industrias y las prioridades de investigación y desarrollo agrícola del Gobierno de Australia. HAL recibe para ello las recomendaciones de Consejos Asesores de la Industria, que aportan su expertise, a través de miembros que son propuestos por el máximo organismo (Peak Industry Body, PIB) de cada industria.

Cada una de las industrias realiza una convocatoria de propuestas de proyectos, señalando sus prioridades así como las Prioridades del Gobierno de Australia en I+D Agrícola, con las cuales todas las propuestas deben ser concordantes. Estas prioridades incluyen, en algunos casos, aspectos de producción primaria e industrialización. Las Prioridades de Gobierno, en este sentido, son:

1. Productividad y Agregación de Valor – Mejorar la productividad y la rentabilidad de las industrias existentes, y apoyar el desarrollo de nuevas industrias viables.
2. Cadenas y Mercados de Abastecimiento – Mejorar la comprensión y respuesta a los requerimientos internos e internacionales y mejorar el flujo de esa información a través de toda la cadena de abastecimiento, incluyendo los consumidores.
3. Manejo de los Recursos Naturales – Apoyar el manejo efectivo de los recursos naturales de Australia, para asegurar que las industrias primarias sean tanto económicamente como ambientalmente sustentables.
4. Variabilidad Climática y Cambio Climático – Construir capacidades frente a la variabilidad climática y adaptarse y mitigar los efectos del cambio climático.
5. Bioseguridad – Proteger a la comunidad, la industria primaria y el medioambiente de Australia de amenazas a la bioseguridad.
6. Habilidades para la Innovación – Mejorar las habilidades para desarrollar investigación y aplicar sus hallazgos.
7. Tecnología – Promover el desarrollo de tecnologías nuevas y existentes.

En la industria de alimentos procesados, en particular, el gobierno de Australia, reconociendo la necesidad de este sector de contar con la capacidad para hacer frente a la

competencia con las importaciones y expandir su rentabilidad en los mercados internacionales, puso en marcha entre 2002 y 2007 la **Estrategia Nacional para la Industria de Alimentos** (National Food Industry Strategy, NFIS), una iniciativa que buscó involucrar a toda la cadena de alimentos, incluyendo los alimentos procesados y los servicios relacionados.

La NFIS fue una iniciativa conducida por la industria, con el objetivo de llevar a la industria de alimentos de Australia a ser un actor significativo a nivel global con un rol sostenible y rentable en el sistema global de los productos alimentarios. Tuvo un financiamiento de \$114 millones del gobierno de Australia, para apoyar en un plazo de cinco años el impulso a la ciencia, la tecnología, la educación y la capacitación en Australia, mediante la innovación; crear una estrategia de entrada al mercado internacional de alimentos; proporcionar un mejor entorno para el desarrollo de negocios; y promover la sustentabilidad ambiental.

El Consejo de la Industria Nacional de Alimentos tuvo a su cargo la supervisión de la NFIS. Algunos de sus componentes estuvieron a cargo del DAFF, mientras la mayoría de los otros programas fueron administrados por NFIS Ltd., una empresa privada de propiedad de la industria. Los programas incluyeron un Programa de Aportes para Innovación en Alimentos (*Food Innovation Grants*), los Centros de Excelencia en Alimentos y el Programa de Desarrollo del Mercado de los Alimentos.

La Estrategia se puso en marcha en 2002 e incluía:

- el establecimiento de un Consejo de la industria de alto nivel, para supervisor el desarrollo de la industria y la implementación de la estrategia
- una estrategia de innovación de productos y servicios, que emprendería actividades de I+D e infraestructura y establecería un Programa de Food Innovation Grants (FIG)
- una iniciativa de comercio de alimentos, para desarrollar e implementar una estrategia de entrada al mercado internacional de alimentos, con foco en el acceso a mercados, el desarrollo del comercio y la promoción, y
- una estrategia para construir cadenas de abastecimiento más competitivas y mejorar los sistemas de inocuidad y calidad de los alimentos.

Centros de Excelencia en Alimentos: el Programa (una iniciativa en el marco de la National Food Industry Strategy, conducida por NFIS Ltd. en contrato con el DAFF) buscó establecer a Australia como un centro de excelencia internacional en innovación en la industria de alimentos, atrayendo y desarrollando capacidades humanas de clase mundial en estos centros de I+D. Se establecieron ya dos centros: el Centro de Excelencia Nacional en Alimentos Funcionales en la Universidad de Wollongong y el Centro de Excelencia Australiano en Seguridad Alimentaria (hoy Food Safety Centre) en la Universidad de Tasmania.

El National Centre of Excellence in Functional Foods (NCEFF) es un centro de investigación en alimentos funcionales, integrado, de clase mundial que promueve el desarrollo y comercialización de alimentos efectivamente funcionales cuyos beneficios sean reconocidos por los consumidores y por las agencias regulatorias. El Centro busca consolidar la capacidad de I+D de Australia vinculada a los alimentos funcionales, entregando asesoría, investigando nuevos productos y promoviendo una posición de liderazgo de la industria de alimentos del país en el mercado global de alimentos funcionales. Las organizaciones socias son: CSIRO, Health Sciences and Nutrition; Food Science Australia; ARC Key Centre for Smart Foods Centre of the University of Wollongong; and Department of Primary Industries - Victoria (DPI-V).

El Food Safety Centre (FSC) se creó también en el marco de la National Food Industry Strategy (NFIS), en el esfuerzo por poner en marcha centros de excelencia que apoyaran la innovación en alimentos. El FSC proporciona servicios de gestión de la información a la industria de alimentos, gobierno, academia y organizaciones privadas. Tiene relaciones productivas con equipos de especialistas del país y del extranjero, entrega resultados relevantes para la industria, liderazgo e innovación. El FSC conecta a sus miembros con proveedores de servicios en seguridad alimentaria que resuelven problemas aplicados y estratégicos y temas claves que surgen del predio, el procesamiento, la distribución y el almacenamiento de alimentos. El centro trabaja con la misión de realizar investigación estratégica y aplicada de interés para un amplio rango de sectores de la industria de alimentos, con énfasis en los mecanismos de adaptación, resistencia y persistencia de patógenos asociados a los alimentos, y mediante modelamiento matemático del riesgo microbiano, para transformar los resultados de investigación en herramientas y sistemas que fortalezcan las prácticas de gestión de la seguridad alimentaria.

Food Innovation Grants: en el marco de la National Food Industry Strategy (un instrumento central del gobierno para impulsar la innovación en la industria alimentaria) las empresas individuales pudieron obtener recursos para investigación a través del programa *Food Innovation Grants (FIG)*, diseñado para aumentar la conciencia de la industria sobre la importancia de la innovación para el crecimiento del sector. Los FIG hicieron posible que el costo de emprendimientos de alto riesgo en la innovación en alimentos fuera compartido, de modo que dicha innovación pudiera conducir a la comercialización y que la agregación de valor se realizara dentro de Australia. Así, aportes considerables para I+D y comercialización de nuevas tecnologías no sólo beneficiaron a quienes recibieron los recursos, sino que generaron además positivos *spin offs* para otros en el sector.

Más recientemente (2006), el Grupo de Referencia para Política en Agricultura y Alimentos (comisionado para contribuir a definir las orientaciones futuras de las políticas gubernamentales en estos sectores) en conjunto con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Sector Forestal, dieron a conocer el informe **“Creando nuestro futuro: política agrícola y de alimentos para la próxima generación”**. El documento definió los principales temas

que es preciso abordar para tener éxito en los próximos diez a quince años y entrega recomendaciones para todos los actores que cumplen un rol en el sector, en un enfoque de colaboración conjunta.

El informe señaló un conjunto de bases para el éxito de la agricultura y las industrias de alimentos:

- Un mayor énfasis en la innovación en la producción y comercialización, conducido por I+D de vanguardia es fundamental para el éxito del negocio a más largo plazo.
- Políticas macroeconómicas y microeconómicas sanas, apoyadas en una inversión sustancial y continua en infraestructura, serán vitales para un sector competitivo a nivel global y con bajos costos.
- Se requiere un enfoque de toda la cadena (desde el predio al consumidor) para responder a los requerimientos de los consumidores, de modo eficiente y efectivo.
- Las políticas deben focalizarse en lograr una mayor autosuficiencia de los operadores del negocio
- Los trámites reglamentarios que enfrentan las empresas deben reducirse.
- La información relevante debe ser difundida de manera clara, más oportuna, accesible y precisa.
- Un enfoque de asociación entre empresas y gobierno(s) generará las mejoras más adecuadas de largo plazo en la viabilidad y sustentabilidad del sector.
- Un enfoque verdaderamente cooperativo y coherente por parte de los gobiernos (nacional, de los estados y territorios) es esencial para las políticas y programas referentes al sector.

El Gobierno (a través del Ministerio de Agricultura, Pesca y Sector Forestal), junto con expresar su acuerdo, se comprometió a:

- Continuar entregando políticas macroeconómicas y microeconómicas sanas y ser responsable en material fiscal;
- Valorar el rol de la agricultura, la pesca, la silvicultura y el sector alimentario en la economía, e importante contribución en materia económica, social y ambiental para las comunidades rurales y regionales;
- Buscar promover la rentabilidad y la competitividad de la agricultura, la pesca, la silvicultura y el sector alimentario, reduciendo las trabas reguladoras innecesarias a lo largo de la cadena de suministro y haciendo posible que el sector capture las oportunidades de crecimiento;
- Buscar facilitar la autosuficiencia, contribuyendo a dotar a la agricultura, la pesca y el sector forestal de conocimientos, habilidades y oportunidades;
- Continuar trabajando para reducir las distorsiones del comercio internacional y mejorar el acceso a los mercados para los exportadores de Australia;
- Trabajar en colaboración con las industrias para continuar fomentando la innovación, la investigación y el desarrollo y la mejora continua de la productividad que es la base del éxito;

- Trabajar en colaboración con las industrias y la comunidad, para mantener la base recursos naturales sostenibles que es fundamental para el futuro de todos los australianos;
Continuar trabajando con otros gobiernos e industrias para mantener el estatus favorable de Australia en materia de plagas y enfermedades y
- Proporcionar apoyo a los productores primarios e industrias, en asociación, para gestionar el cambio, y, en consonancia con las obligaciones más amplias, proporcionar una red de seguridad social en tiempos de verdadera crisis.

En materia de investigación y desarrollo, en particular, CSIRO (Commonwealth Scientific and Industrial Research Organisation) es la agencia de ciencias de Australia y una de las más grandes y más diversas agencias de investigación en el mundo. En su trabajo en **Agricultura y Alimentos**, CSIRO desarrolla una línea en Alimentos, que busca abordar todas las etapas de la cadena de producción desde la producción primaria hasta el desarrollo de nuevos productos alimentarios, con particular expertise en:

- El desarrollo y comercialización de alimentos: CSIRO Innovación busca extender la vida y la calidad de los productos alimentarios para una mejor comercialización y disminución de los residuos.

En esta área trabaja CSIRO Division Food and Nutritional Sciences (creada en 2009), en las líneas de investigación sobre consumidores y acceso a mercados; alimentos saludables y nutrición; entrega del producto; producción y ensamblaje (que incluye líneas como separación y purificación de proteínas, polisacáridos, sabores y bioactivos; optimización de técnicas de procesamiento, incluyendo procesamiento no térmico, extrusión, deshidratado, fermentación, congelado; prueba de productos y procesos; asesoría al gobierno en materia de políticas y estándares; evaluación de materias primas, ingredientes y productos finales en términos de calidad, adecuación y seguridad microbiana y química).

- El desarrollo de alimentos saludables: CSIRO estudia una diversidad de oportunidades para contribuir a crear productos más saludables como producción en las plantas de esteroides que disminuyen el colesterol y omega-3
- El procesamiento de alimentos: CSIRO desarrollan alimentos más frescos, seguros y saludables, mejorando el conocimiento de las características de los alimentos y aprovechándolas para crear mejores técnicas de procesamiento y empaque.
- La calidad y seguridad de los alimentos: CSIRO trabaja en el desarrollo de mejores técnicas de empaque y procesamiento, incorporación de características beneficiosas en los alimentos y reducción de los requerimientos de pesticidas y preservantes. En este ámbito, el área de “Smart Product Packaging” trabaja en el desarrollo de un

amplio rango de materias de empaque para hacer los alimentos más convenientes, frescos y de mejor sabor.

- El aseguramiento de la inocuidad de origen animal.

CSIRO cuenta con un **CSIRO Food Processing Centre** (FPC, con una inversión de \$ 40 millones) una de las mayores instalaciones a escala piloto en el mundo, equipada para desarrollar procesos en materia de tecnologías de procesamiento de alimentos tradicionales y emergentes, incluyendo: mezcla y combinación, secado y evaporación, extracción y fraccionamiento, homogeneización, separaciones y pasteurización.

En el marco de trabajo de esta agencia, se está desarrollando el CSIRO National Research Flagships Program (Programa Nacional de Investigación de “buques insignia” de CSIRO). El programa es uno de los mayores emprendimientos en investigación científica que se hayan desarrollado en Australia en incluye nueve “Flagships” que abordan los mayores desafíos y oportunidades del país, mediante colaboraciones de investigación multidisciplinarias de gran escala. Uno de ellos es el “Food Futures National Research Flagship”.

“**Food Futures National Research Flagship**” se orienta a transformar la competitividad internacional del sector agroalimentario de Australia, aportando \$ 3 billones cada año, para aplicar tecnologías de frontera a industrias con alto potencial. El programa trabaja en cuatro líneas, incluyendo Alimentos y Biomateriales Diseñados y Bion sensores de la Calidad (además de “Future Grains, Grain-based food and feeds” y “Bredd Engineering”).

El programa “**Alimentos y Biomateriales Diseñados**” tiene por objetivo diseñar materias primas “a medida” para el desarrollo de alimentos más saludables, de buen sabor y altamente atractivos para los consumidores. Este programa incluye tres áreas principales: alimentos naturales basados en plantas y compuestos biológicamente activos; diseño de la estructura de la proteína; y alimentos energéticamente controlados. Aplicando la ciencia de los materiales y la ingeniería estructural, la investigación busca desarrollar materias primas naturales para productos más saludables, sabrosos y convenientes. Mediante nuevos procesos más cuidadosos con las estructuras del alimento, se busca asegurar que el contenido nutricional, la textura y cualidades de sabor no se alteren o destruyan durante el procesamiento.

El programa “**Bion sensores de la Calidad**” busca desarrollar un biosensor y mejorar el uso de las tecnologías de sensores actuales, para comprender mejor, medir y optimizar el sabor, para generar así un mayor atractivo para el consumidor y mejorando la competitividad, primero de la industria del vino y luego mediante aplicaciones a través de la industria de alimentos.

En materia de **hortalizas**, la industria definió la estrategia “Vegvision 2020” con la meta de duplicar en términos reales el valor 2006 de los vegetales frescos, procesados y empacados, estimulando y respondiendo a la preferencia de los consumidores por los productos australianos, en los mercados internos y globales. Fue elaborada por la industria, a través del Australian Vegetable Industry Development Group (AVIDG), con el sólido apoyo de gobierno de Australia.

ESTADOS DE CALIFORNIA Y OREGON (ESTADOS UNIDOS)

La agricultura de California

En 2009, la agricultura de California generó productos por un valor de 34.800 millones de dólares, después de registrar en 2008 su nivel más alto en la historia, de 38.400 millones de dólares. Con ese nivel, California se mantiene como el estado donde la agricultura logra sus mayores ingresos, un 12,3% del total nacional en 2009 (un 16,5% de los ingresos totales de la agricultura del país y un 6,5% de los ingresos del sector pecuario)²⁵.

Dentro de los ingresos de la agricultura de 2009, las frutas y frutos de nuez representaron casi el 34% (11.790 millones de dólares) y las hortalizas y melones el 22,6% (7.860 millones de dólares). La agricultura del estado genera alrededor de 400 productos y casi la mitad de todas las frutas, frutos de nuez y hortalizas que produce el país. California es el único productor del país (con el 99% o más) en un conjunto de productos *specialty*, que incluyen las almendras, dátiles, uvas y pasas, duraznos (Clingstone), nueces, alcachofas, higos, pistachos, olivas y ciruelas deshidratadas, entre otros.

Las exportaciones agrícolas de California sumaron en 2009 un valor 12.400 millones de dólares y en los últimos años muestran un crecimiento sostenido, que llega al 66% entre 2003 y 2009. En términos del valor de sus exportaciones, los principales productos hortofrutícolas que exporta el estado son almendras (es el número 1 entre todos los productos agrícolas exportados por California, incluyendo los distintos rubros), pistachos (número 4), nueces (5), uvas de mesa (7) tomates procesados (8), naranjas y sus productos (9), lechugas (10), frutillas (11), pasas (12), ciruelas deshidratadas (15), limones (16), duraznos y nectarines (17) brócoli (18) zanahorias (19) y frambuesas (20). California es el origen del 100% de las exportaciones de Estados Unidos de almendras, alcachofas, dátiles, ciruelas deshidratadas, higos, ajo, kiwi, olivas, pistacho, pasas y nueces.

En 2009, California destinó a la exportación un volumen equivalente al 22,5% de su producción agrícola. En el caso de las almendras, las exportaciones fueron equivalentes en 2009 al 76% de su producción²⁶; en pistachos al 85%, en nueces al 65%, en uvas de mesa al

²⁵ California Agricultural Exports (California Agricultural Resource Directory 2010-2011).

²⁶ Calculado para todos los productos transformando los volúmenes de exportación a volúmenes de producción primaria de acuerdo con estándares de USDA.

64%, en tomates procesados al 16%, en naranjas y sus productos al 38%, en ciruelas deshidratadas al 36%.

Los principales mercados de destino de las exportaciones de California son Canadá (que en 2009 concentró el 20,6% del valor exportado por este estado), la Unión Europea (16%), Japón (9%), China/Hong Kong (7,9%) y México (4,4%) (Cuadro 147).

Cuadro 147. California: principales destinos de las exportaciones agrícolas 2009

País de destino	Principales productos	Valor exportado 2009 (Millones de US\$)
Canadá	Lechugas, berries y vinos	2.557
Unión Europea	Almendras, vino y pistachos	1.988
Japón	Arroz, almendras y vinos	1.119
China / Hong Kong	Almendras, pistachos y nueces	985
México	Productos lácteos, tomates procesados y nueces	551
Corea del Sur	Naranjas, almendras y nueces	347
India	Almendras, algodón y pistachos	214
Emiratos Árabes Unidos	Almendras, naranjas y sus productos, tomates procesados	213
Australia	Uva de mesa, arroz y nueces	202
Taiwán	Arroz, uvas, duraznos y nectarines	191

Fuente: California Agricultural Resource Directory 2010-2011.

La agricultura de Oregon

El valor de la producción agrícola de Oregon fue de 4.100 millones de dólares en 2009. Los principales *commodities* del estado en 2009 fueron los productos de invernaderos y viveros, heno, ganado bovino, semillas de pasto, leche, trigo, papas, cebollas, árboles de Navidad y peras. Entre los productos hortofrutícolas los principales (además de los ya nombrados) son cerezas (en el lugar número 11), uvas (12), avellanas (13), menta para aceite (17), maíz dulce (18), arándanos (19) y manzanas (20).

Oregon produce el 100% de los arándanos de Estados Unidos, así como de las moras y youngberries, avellanas, loganberries y frambuesas negras.

Las principales exportaciones agrícolas de Oregon corresponden a trigo y sus productos y semillas; en tercer lugar, frutas y sus preparaciones (con exportaciones por un valor de US\$ 209,1 millones en 2008) y luego hortalizas y sus preparaciones (exportaciones por US\$ 132,6 millones) y frutos de nuez (US\$ 43,9 millones).

Instituciones y programas de apoyo a la internacionalización de la agricultura

A continuación se describen en términos generales las principales entidades, prioridades y programas que configuran el entorno en el cual se ha desarrollado la internacionalización

de la agricultura de los estados de California y Oregon, con foco en los principales programas de carácter nacional específicos para el sector agrícola.

(i) **Entidades del sector público**

Departamento de Agricultura de Estados Unidos (United States Department of Agriculture)

La principal entidad del sector público agrícola en Estados Unidos es el Departamento de Agricultura (USDA, United States Department of Agriculture), cuyo trabajo abarca las áreas de alimentos, agricultura, recursos naturales, desarrollo rural, nutrición y materias vinculadas, en las cuales busca ejercer liderazgo sobre la base de una política pública sana, la mejor ciencia disponible y un manejo eficiente.

El USDA trabaja con la visión de expandir las oportunidades económicas a través de la innovación, ayudando a la América rural a prosperar; promover la sustentabilidad de la producción agrícola para dar la mejor nutrición a los americanos y al mismo tiempo ayudando a alimentar a otros en el mundo; y preservar los recursos naturales mediante bosques restaurados, cursos de agua mejorados y tierras agrícolas privadas saludables.

El USDA reconoce que hoy los agricultores operan en un entorno de negocios tecnológicamente avanzado, en rápida diversificación y altamente competitivo, impulsado por consumidores crecientemente sofisticados. Para ayudar al país a enfrentar los desafíos actuales, el USDA:

- Apoyará a las comunidades rurales para crear prosperidad, de modo que sean autosuficientes y económicamente prósperas
- Asegurará que los bosques nacionales y tierras agrícolas privadas se conserven, restauren y se hagan más resistentes al cambio climático, al mismo tiempo que busca mejorar los recursos hídricos.
- Ayudará al país a promover las exportaciones de productos agrícolas y de la biotecnología, al mismo tiempo que (el país) trabajará para aumentar la seguridad alimentaria.
- Asegurará que todos los niños del país tengan acceso a alimentos seguros, nutritivos y balanceados.

Dentro de la primera meta, el USDA se propone, entre otros, el objetivo de apoyar un sistema agrícola sostenible y competitivo. Para ello considera necesario asegurar un sistema agrícola sustentable desde el punto de vista financiero y competitivo; facilitar el acceso a los mercados internacionales, conectando a los exportadores agrícolas con los clientes, asegurando igualdad de condiciones para el comercio, proveyendo información oportuna sobre los mercados agrícolas y facilitando el comercio a través de su red de oficinas a través del mundo; y mejorar las bases del sistema agrícola nacional, siendo líder

en la creación y diseminación de conocimiento que expanda las ciencias biológicas, físicas y sociales vinculadas a la investigación agrícola, el análisis económico, las estadísticas, la extensión y la educación superior (USDA, Strategic Plan FY 2010-2015).

En particular en el objetivo de facilitar el acceso a los mercados internacionales USDA se propone:

- Proporcionar a los productores agrícolas información para la toma de decisiones informada en respuesta a las condiciones cambiantes de los mercados interno y externos
- Estimular un mayor involucramiento en los mercados internacionales de las empresas agrícolas pequeñas y medianas.
- Promover el aumento de las exportaciones agrícolas hacia mercados extranjeros rápidamente crecientes
- Trabajar para fortalecer el sistema de comercio global basado en reglas del cual depende la agricultura del país
- Apoyar acuerdos de equivalencia internacional con otros países
- Facilitar los esfuerzos de comercialización en el extranjero de las organizaciones productoras
- Reducir las barreras técnicas al comercio y eliminar las barreras sanitarias y fitosanitarias que no estén basadas en razones científicas adecuadas y
- Asegurar que los acuerdos y medidas internacionales sobre cambio climático no sean más restrictivas al comercio que lo necesario para alcanzar los objetivos del acuerdo.

En el objetivo de mejorar las bases del sistema agrícola nacional, se propone:

- Apoyar a las instituciones de educación superior con programas de pregrado y postgrado en agricultura para que desarrollen currículos fuertes en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas,
- Avanzar en la producción agrícola y en sistemas agrícolas sostenibles mediante la investigación que mejore las plantas y animales importantes desde el punto de vista agrícola, incluyendo plantas y animales que sean resilientes al cambio climático.
- Avanzar en el conocimiento para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en los sistemas agrícolas
- Desarrollar cultivos de biomasa avanzados y métodos para su producción sustentable para uso como biofuels y otras formas de bioenergía.
- Desarrollar prácticas nuevas y mejoradas para reducir los costos de producción.
- Usar los sistemas de extensión cooperativa para transferir tecnologías y las mejores prácticas desde el laboratorio hacia el uso real y
- Desarrollar y mantener estándares nacionales que se refieran a la producción y manipulación de los productos agrícolas etiquetados como orgánicos.

El USDA desarrolla su trabajo en investigación a través del Agricultural Research Service (ARS) y sus esfuerzos en materia de marketing y comercialización a través del Foreign Agricultural Service (FAS), principalmente.

Servicio de Investigación Agrícola (Agricultural Research Service)

El Agricultural Research Service (ARS) es la principal agencia científica del Departamento de Agricultura. Su trabajo se orienta a encontrar soluciones a los problemas agrícolas, en cualquier punto entre el predio y el consumidor. El ARS maneja un conjunto de 1.200 proyectos de investigación en 21 Programas Nacionales; cuenta con 2.100 científicos, 6.000 empleados no científicos, 100 estaciones de investigación, algunas de ellas fuera del país, un presupuesto que alcanza los 1.100 millones de dólares en el presupuesto 2009.

El ARS conduce investigación para desarrollar y transferir soluciones a problemas de la agricultura de alta prioridad nacional y proporcionar acceso y diseminación de información para:

- Asegurar alimentos de alta calidad y seguros y otros productos agrícolas
- Evaluar las necesidades nutricionales de los norteamericanos
- Sostener una economía agrícola competitiva
- Mejorar la base de recursos naturales y el medio ambiente, y
- Proveer oportunidades económicas a los ciudadanos y comunidades rurales y a la sociedad en su conjunto.

El trabajo de esta agencia se realiza en colaboración con un conjunto de otros departamentos y agencias, entre los cuales se cuentan (en el ámbito de los alimentos y su comercialización) el Agricultural Marketing Service, Food and Nutrition Service, Food Safety and Inspection Service, Foreign Agricultural Service, entre otros.

En su Plan Estratégico 2006-2010, el ARS se propone seis metas estratégicas, de las cuales las dos primeras son:

- Mejorar la competitividad internacional de la agricultura del país
- Mejorar la competitividad y sustentabilidad de las economías rurales

Los Programas Nacionales en los cuales el ARS organiza su trabajo se organizan en cuatro categorías. En el ámbito del procesamiento de alimentos, se incluye el programa de 'Calidad y Utilización de los Productos Agrícolas', dentro de la categoría de 'Nutrición, Seguridad Alimentaria y Calidad'.

El programa **“Calidad y Utilización de los Productos Agrícolas” (Programa Nacional 306)** tiene como meta y misión mejorar la viabilidad económica y la competitividad de la agricultura de Estados Unidos manteniendo la calidad de los productos agrícolas

generados o mejorando de otra forma su capacidad de acceder a los mercados, respondiendo a las necesidades de los consumidores, desarrollando conceptos de procesamiento amigables con el medio ambiente y eficientes, y expandiendo las oportunidades en el mercado interno y global mediante el desarrollo de alimentos con valor agregado así como tecnologías y productos no alimentarios, excepto energía y combustibles (Action Plan: National Program 306 Quality and Utilization of Agricultural Products 2010-2015, traducción propia).

Las prioridades del programa en materia de alimentos son:

- Definir y medir la calidad: entre los productos esperados de esta línea se cuentan nuevos métodos de procesamiento de alimentos de laboratorio o de escala piloto para replicar mejor los procesos comerciales y mejorar la evaluación de la selección de cultivos, los métodos de cosecha, almacenamiento y procesamiento; tecnologías para detectar y remover de la cadena de producción contaminantes o productos con defectos, entre otros.
- Preservar o mejorar la calidad y la capacidad de ingreso al mercado (*marketability*): entre los productos esperados de esta línea se cuentan la descripción de los procesos químicos y metabolitos que causan el deterioro de la calidad durante el almacenamiento; herramientas para manejar efectivamente los procesos de postcosecha y sistemas de almacenamiento; sistemas innovadores de almacenamiento y tratamientos que mantengan la calidad e integridad de los productos y los protejan de patógenos e insectos, entre otros.
- Nuevos ingredientes bioactivos y alimentos funcionales: entre los productos esperados de esta línea se cuentan alimentos funcionales con niveles y actividades mejoradas de ingredientes bioactivos con eficacia, biodisponibilidad y seguridad establecidas; identificación de nuevos ingredientes bioactivos y métodos para estandarizar su concentración mínima en los alimentos de modo que puedan destacarse en relación a la salud y el etiquetado;
- Tecnologías de procesamiento nuevas y mejoradas: entre los productos esperados de esta línea se cuentan tecnologías de procesamiento de alimentos más eficientes que reduzcan el uso de energía y de agua y la generación de residuos por unidad de producto que llega al consumidor; nuevos procesos (separación, concentración, extracción, fraccionamiento) para transformar *commodities* de bajo valor en ingredientes alimentarios de alto valor (o productos no alimentarios); tecnologías que permitan generar productos con beneficios nutricionales mejorados; productos más saludables y/o productos con una vida útil más larga, como resultado de nuevos procesos; entre otros.

En California, una de las prioridades de los proyectos de este Programa Nacional son desarrollados por la **Unidad de Investigación de Alimentos Procesados** (Processed Foods Research Unit), que forma parte del Western Regional Research Center, en Albany. La misión de esta unidad es mejorar la capacidad de acceder al mercado (*marketability*) y la

condición de saludables de las materias primas y productos procesados. El foco de su investigación con los cereales, legumbres, frutas y hortalizas. Se aplican enfoques tanto de investigación básica como aplicada para resolver problemas y desarrollar nuevos productos con valor agregado que beneficien a los consumidores, a la economía y al medio ambiente. Son consideraciones importantes de su trabajo las propiedades fundamentales de los alimentos, los atributos nutricionales y las preferencias de los consumidores, y las aproximaciones de investigación son multidisciplinarias.

Instituto Nacional de Alimentos y Agricultura

Otra entidad central en material de investigación es el Instituto Nacional de Alimentos y Agricultura (*National Institute of Food and Agriculture, NIFA*) Es también una agencia del USDA, que tiene la misión de avanzar en el conocimiento en agricultura, medio ambiente, salud humana y bienestar y comunidades, financiando programas de investigación, educación y extensión en el *Land-Grant University System* y otras organizaciones socias. El NIFA no desarrolla directamente investigación, educación o extensión, sino que colabora a financiar estas actividades a nivel local y de los estados, y proporciona liderazgo a los programas en estas áreas.

Servicio Exterior de Agricultura (Foreign Agricultural Service)

En el ámbito del acceso a los mercados, cumple un rol central el Servicio Exterior de Agricultura (*Foreign Agricultural Service*), una agencia también del USDA, que tiene la misión de vincular la agricultura del país al mundo, para mejorar las oportunidades de exportación y la seguridad alimentaria global. Para ello, busca mejorar el acceso al mercado de los productos del país, construir nuevos mercados, aumentar la competitividad de la agricultura norteamericana en el mercado global y otorgar asistencia a los países extranjeros en desarrollo.

Esta agencia tiene disponibles un conjunto de programas para apoyar el esfuerzo de exportación, particularmente a través de la Oficina de Programas de Comercio (*Office of Trade Programs, OTP*), que trabaja con el objetivo de construir, mantener y expandir mercados en el exterior para los alimentos y productos agrícolas de Estados Unidos. Para ello trabaja en colaboración con más de 70 asociaciones sin fines de lucro en actividades de desarrollo de mercados en todo el mundo.

En 2009, el USDA destinó a desarrollo de mercados un monto de 234,5 millones de dólares, los que se sumaron a aportes del sector privado por 335 millones de dólares, totalizando así 570 millones de dólares. Según señala la Office of Trade Programs (citando diversos estudios), las exportaciones de alimentos y productos agrícolas de Estados Unidos aumentaron US\$ 35 por cada dólar que el gobierno y la industria invirtieron en el desarrollo de mercados; los esfuerzos de desarrollo de mercado del Consejo de Granos de

Estados Unidos generaron US\$ 50 adicionales en los ingresos del productor por cada dólar invertido; y, según otro estudio, en promedio cada dólar invertido en la promoción de las exportaciones de trigo por la Asociación de Trigo de Estados Unidos aumentó los ingresos brutos totales de la industria en un monto entre US\$ 95 y US\$ 186²⁷.

Los principales programas que opera esta entidad son:

Programa de Garantía de Crédito de Exportación (*Export Credit Guarantee Program, GSM-102*): facilita el financiamiento comercial de las exportaciones agrícolas del país entregando garantías de crédito a los norteamericanos y ofreciendo términos de crédito competitivos a compradores extranjeros en países elegibles. Quienes administran el programa se esfuerzan por alcanzar el objetivo de un componente de subsidio cero, en el que los ingresos sean suficientes para cubrir los costos y pérdidas del programa.

Programa de Acceso al Mercado (*Market Access Program, MAP*): es un programa de costo compartido que utiliza fondos provenientes de USDA para apoyar la creación, expansión y mantención de mercados extranjeros para los productos agrícolas. Este programa sociedades entre organizaciones norteamericanas de comercio sin fines de lucro, cooperativas agrícolas, grupos de comercio regionales, y pequeñas y medianas entidades comerciales para compartir los costos del marketing y actividades promocionales en mercados de ultramar, tales como promociones entre consumidores, investigación de mercado, exhibiciones de comercio y servicio de comercio.

Programa Desarrollo de Mercado Extranjero (*Foreign Market Development, (Cooperator) Program, FMD*): es un programa de costo compartido que usa fondos de USDA para apoyar la creación, expansión y mantención de mercados de exportación de largo plazo para los productos agrícolas de Estados Unidos. El programa fomenta una alianza para la promoción del comercio entre el UDDA y productores o procesadores agrícolas que estén representados por asociaciones de comercio o de producción sin fines de lucro (denominadas Cooperador). El programa se focaliza en materias como reducir impedimentos de mercado históricos o de infraestructura, mejorar las capacidades de procesamiento, modificar códigos y estándares, e identificar nuevos mercados o nuevas aplicaciones o uso para una materia prima o producto en un mercado extranjero.

Programa de Muestras de Calidad (*Quality Samples Program, QSP*): está diseñado para promover el desarrollo y la expansión de mercados de exportación bajo la autoridad de Commodity Credit Corporation. Los fondos del programa se usan para apoyar a entidades norteamericanas para que proporcionen muestras de productos para potenciales importadores extranjeros, para promover una mejor comprensión y apreciación de la alta calidad de los productos agrícolas del país. Con foco en la industria y la manufactura (en lugar de en los consumidores finales), permite a potenciales clientes conocer la calidad de

²⁷ Foreign Agricultural Service (USDA). Office of Trade Programs. Exports Programs at Work. October 2010. p. 4.

los productos y les permite hacer pruebas para evaluar cómo los productos (alimentos y fibras) de Estados Unidos pueden responder del mejor modo a sus necesidades de producción.

Programa de Mercados Emergentes (*Emerging Markets Program*, EMP): apoya el desarrollo, mantención o expansión de las exportaciones de productos agrícolas del país a mercados emergentes de ingresos medios. Es un programa de acceso a mercados que entrega financiamiento para actividades de asistencia técnica orientadas a promover las exportaciones del país en mercados emergentes en todas las regiones geográficas consistentes con la política exterior de Estados Unidos.

Asistencia Técnica para Productos de Especialidad (*Technical Assistance for Specialty Crops*, TASC): el programa usa fondos del USDA para proporcionar asistencia directa a proyectos del sector público o privado que aborden barreras sanitarias, fitosanitarias o técnicas que impidan o amenacen la exportación de cultivos de especialidad. El programa en particular financia proyectos que específicamente aborden estas barreras mediante actividades como seminarios, talleres, visitas de estudio, investigaciones en terreno, investigación de plagas y programas de autorización previa.

Servicio de Marketing Agrícola (Agricultural Marketing Service, AMS)

La labor del Servicio de Marketing Agrícola del USDA se enmarca en el objetivo de facilitar la comercialización interna e internacional de los productos agrícolas del país y ser partícipe activo en el establecimiento de estándares nacionales a internacionales. El AMS administra programas que facilitan la comercialización honesta y eficiente de los productos agrícolas de Estados Unidos, incluyendo alimentos, fibra y cultivos de especialidad. Cuenta con cinco programas, incluyendo Frutas y Hortalizas. Los programas proporcionan estandarización, clasificación y servicios de información de mercado para estos cinco *commodities*. Hacen cumplir ciertas leyes federales en materia de comercio tales como la Ley de Productos Agrícolas Perecederos y la Ley Federal de Semillas. También supervisan los acuerdos de comercialización y pedidos, administran programas de investigación y promoción.

Es la agencia encargada, entre otras funciones, de proporcionar información de mercado oportuna, precisa e imparcial; apoyar la innovación en la comercialización y apoyar a los grupos de agricultores en la creación de programas de comercialización diseñados para fortalecer la posición de la industria en el mercado, en particular, los Consejos de Investigación y Promoción (Research and Promotion Boards) y los Comités de *Marketing Orders*²⁸.

²⁸ *Marketing order* es un instrumento legal (autorizado por el Congreso en 1937) que, para estabilizar las condiciones de mercado para frutas y hortalizas, puede establecer requisitos de calidad (que son también exigibles a las importaciones, durante el período de vigencia respectivo), estandarizar los

En materia de información de mercado, el AMS cuenta con un sólido sistema de información que recolecta a diario información sobre las condiciones de comercialización de cientos de *commodities* y la distribuye por medio de unos 400 informes diferentes que se generan en forma diaria, semanal, mensual o anual para apoyar las decisiones de mercado de los miembros de la industria.

(ii) Principales entidades del sector privado

A nivel local y de cada una de las industrias del sector de frutas y hortalizas, existe una nutrida red de organizaciones, en gran parte (aunque no exclusivamente) en torno a la función que cumple el sector privado en relación a las *Marketing Orders*, antes mencionadas. Su labor se suma a la que cumplen organizaciones a nivel nacional, con el objetivo de promover el crecimiento de la industria o de las exportaciones de frutas u hortalizas en forma global o específica.

Estas entidades, principalmente Comités Asesores (Advisory Boards) o Comités, administran, en general, la *Marketing Order* correspondiente, pero además cumplen funciones en materia de promoción en los mercados interno e internacional, entrega de información al consumidor, investigación, estandarización, políticas y recopilación y entrega de información y estadísticas. Muchas de ellas cuentan con representantes en los principales países de destino. Algunas de ellas son:

En California:

- Almont Board of California (Almendras)
- California Cherry Advisory Board (CCAB) (Cereza)
- California Date Administrative Committee (Dátiles)
- California Table Grape Commission (CTGC) (Uva de mesa)
- California Kiwifruit Commission (CKC) (Kiwi)
- California PPP Newtwork (Peaches, Plums, Nectarines) (Duraznos, Ciruelas, Nectarines)
- California Olive Committee (Olivas)
- California Pear Advisory Board (Peras)
- Administrative Committee for Pistachios (Pistacho)
- California Dries Plums (Ciruela Deshidratada)
- California Raisins (Pasas)
- California Walnut Commission (Nueces)

empaques y containers, regular el flujo de productos al mercado, entre otros. El sistema opera a través de los Comités de *Marketing Orders*, que son comités de administración locales para ciertos productos y regiones, integrados por productores y comercializadores nombrados por la industria. Las regulaciones aprobadas son vinculantes para toda la industria en el área geográfica correspondiente.

- California Walnut Board (Nueces)
- California Prune Board (CPB) (Ciruelas)
- California Strawberry Commission (CSC) (Frutilla)
- California Agricultural Export Council (CAEC): Consejo de Exportación Agrícola de California: una organización sin fines de lucro que trabaja con las asociaciones de la industria de California para promover los productos alimentarios de la región. En estrecha coordinación con el Foreign Agricultural Service del USDA, conduce actividades en mercados seleccionados alrededor del mundo, con foco en la promoción de productos específicos o genéricos de California, para relevar la “imagen California”. Sus miembros son:
 - California Fig Advisory Board (Higo)
 - California Fresh Apricot Council (Damascos)
 - California Medjool Date Council (Dátiles)
 - California New Potatoes (Papas)
 - California Olive Oil Council (Aceite de Oliva)
 - Pomegranate Council (Granada)
 - Western Growers Association

En Oregon:

- Northwest Cherry Growers (NWCG) (Cereza)
- Hazelnut Marketing Board (Oregon) (Avellana)
- Idaho-Eastern Oregon Onion Committee (Cebolla)
- Pacific Northwest Canned Pear Service (PNCPS) (Peras enlatadas)
- Pear Bureau Northwest (PBNW) (Peras)
- Far West Spearmint Oil Administrative Committee (Washington, Idaho y Oregon) (Aceite de menta)

(iii) Principales entidades del sector universitario

University of California – División de Agricultura y Recursos Naturales

La División de Agricultura y Recursos Naturales (ANR) es una red estatal de investigadores y educadores de la Universidad de California que se dedican a crear, desarrollar y poner en práctica los conocimientos y avances sobre agricultura, recursos humanos y recursos naturales. La Extensión Cooperativa (UCCE, por su sigla en inglés) es el brazo educativo y de apoyo a la comunidad de la División de Agricultura y Recursos Naturales de la Universidad de California. UCCE cuenta con asesores agrícolas, consejeros de desarrollo juvenil y consejeros en nutrición y temas de la familia y del consumidor en más de 50 oficinas en los condados. Además, la Extensión Cooperativa cuenta con especialistas en los planteles de la Universidad de California en Berkeley, Davis y Riverside, donde desarrollan investigaciones y coordinan las actividades de los asesores.

El mandato de la Extensión Cooperativa, como institución creada por concesión de tierras (*Land Grants*), la vincula estrechamente al bienestar, desarrollo y protección de la tierra, los recursos naturales y los habitantes del estado.

La universidad tiene en todo California 64 Oficinas de Extensión Cooperativa, que buscan ser centros de solución de problemas locales, estableciendo un puente entre los temas locales y las capacidades de investigación de la universidad. En base a esta organización, los equipos en cada condado son parte de la comunidad a la cual sirven. En esto equipos trabajan más de 300 especialistas y asesores que buscan dar a los problemas de California respuestas prácticas, imparciales, basadas en conocimiento científico.

El trabajo de los asesores agrícolas en los condados busca mejorar la productividad y competitividad agrícola en California. Los asesores trabajan de cerca con agricultores, asesores de control de plagas y representantes de la industria agropecuaria, para identificar problemas y oportunidades existentes y emergentes. Colaboran también con especialistas de Extensión Cooperativa en los planteles universitarios y con científicos del Centro de Experimentación Agrícola para investigar, adaptar y poner a prueba soluciones o mejoras en la agricultura y para fomentar el uso de hallazgos científicos.

California State University – Agricultural Research Institute

El Instituto de Investigación Agrícola (Agricultural Research Institute, ARI) de la Universidad del Estado de California (CSU) es un programa integral de investigación aplicada agrícola y ambiental que reúne a las cuatro escuelas de agricultura de la CSU y a las industrias agrícolas y de recursos naturales del estado y comunidades de negocios vinculadas. ARI promueve el desarrollo y evaluación de tecnologías nuevas y promisorias que tengan potencial para mejorar la inocuidad de los alimentos, el cuidado medioambiental, el desempeño económico y la sustentabilidad de largo plazo de la industria agrícola de California. Sus áreas de investigación son: Agronegocios, Biodiversidad, Biotecnología, Ciencia de los Alimentos, Recursos Naturales, Prácticas de Producción y Cultivo, Políticas Públicas y Tecnologías de riego y recursos hídricos.

Además de ser un consorcio de investigación colaborativa entre los cuatro campus de la universidad que tienen escuelas de agricultura, el ARI también fomenta y facilita la estrecha colaboración para la investigación con los equipos e investigadores de otras universidades y entidades de investigación calificadas, como la Universidad de California, la Extensión Cooperativa de la Universidad de California (UCCE) y el Departamento de Agricultura de Estados Unidos. El Agricultural Research Institute es administrado por el California Agricultural Technology Research Institute (CATI), con sede en la Universidad del Estado de California, Fresno.

Oregon State University - College of Agricultural Sciences

El College of Agricultural Sciences de OSU es la principal fuente de conocimiento del estado en agricultura y sistemas alimentarios. La escuela desarrolla investigación a través de la Oregon Agricultural Experiment Station, que trabaja con el objetivo de mejorar el bienestar y la sostenibilidad económica, social y medioambiental de Oregon, así como hacer avanzar las fronteras de la ciencia básica, proporcionando conocimiento que abrirá puertas en el futuro.

Entre los énfasis de su trabajo se incluye la investigación en biociencia básica y la aplicación de conocimiento para crear alimentos y productos alimentarios mejorados, nutrición y salud.

Cuenta con diecisiete departamentos y programas, entre los cuales el **Departamento de Ciencia y Tecnología de los Alimentos** trabaja con la meta de largo plazo de comprender la química, microbiología, propiedades sensoriales y de ingeniería de los alimentos de interés para los procesadores de alimentos de Oregon, conocimiento que contribuirá a desarrollar productos alimentarios con valor agregados y seguros, empaques mejorados y mejores procesos de preservación. Las áreas objetivo para productos alimentarios de valor agregados incluyen los nutraceuticos, alimentos mínimamente procesados, productos fermentados, y alimentos que aporten compuestos capaces de reducir los riesgos de las enfermedades cardíacas y el cáncer.

El departamento cuenta con el **Food Innovation Center (FIC)** en Portland (Oregon). Es una iniciativa conjunta de Oregon State University y el Departamento de Agricultura de Oregon. FIC es un recurso para el desarrollo de productos y procesos basados en el cliente, ingeniería de envases, estudios de vida útil y pruebas sensoriales con consumidores. El trabajo de investigación se orienta a desarrollar tecnologías innovativas de procesamiento y empaque. El Centro también está comprometido en la investigación académica en Economía Agraria y Marketing. La división de Desarrollo y Marketing Agrícola del Departamento de Agricultura de Oregon localizada en el FIC proporciona acceso y desarrollo de mercados a nivel local, nacional e internacional.

4.7 Informe sobre la evolución de las exportaciones de los países líderes y hacia qué mercados se han focalizado sus exportaciones

En esta sección se entrega un análisis de los cinco países o regiones benchmarking seleccionados (España, Bélgica, Perú Australia y los estados de California y Oregon en Estados Unidos), en términos de sus exportaciones de productos agroindustriales hortofrutícolas, considerando valores y volúmenes y su evolución, principales productos exportados y sus principales mercados de destino.

ESPAÑA

Las exportaciones de España del conjunto de procesados hortofrutícolas totalizaron en 2009 un volumen de 3.484.030 toneladas (3,4% del volumen total exportado en el mundo) y generaron un valor de 6.412.490 miles de US\$ (5,9% del total mundial).

España ocupa un lugar muy destacado en el mundo en la exportación de los distintos grupos de procesados hortofrutícolas: en términos del valor de las exportaciones (Cuadro 148) según cifras de 2009, es tercero en el mundo en la exportación de aceites (con el 7,2% del total mundial), quinto en la exportación de congelados (con el 5,7%) y de deshidratados (3,5%), y séptimo en la exportación de conservas (5,8%) y de jugos (5,3%).

Cuadro 148. **España: valor exportado de procesados hortofrutícolas, según grupo de productos, 2001-2009 (Miles de US\$ FOB y variación porcentual)**

Tipo de producto	Valor 2001	Valor 2002	Var. 02/01 %	Valor 2003	Var. 03/02 %	Valor 2004	Var. 04/03 %	Valor 2005	Var. 05/04 %
Conservas	1.119.642	1.252.853	11,9	1.613.836	28,8	1.785.902	10,7	1.802.728	0,9
Congelados	173.039	204.584	18,2	253.708	24,0	273.603	7,8	253.867	-7,2
Deshidratados	259.242	314.821	21,4	392.851	24,8	429.904	9,4	612.373	42,4
Jugos	247.145	321.987	30,3	446.964	38,8	458.810	2,7	450.571	-1,8
Aceites	918.620	1.379.039	50,1	1.495.881	8,5	2.111.771	41,2	2.106.340	-0,3
TOTAL	2.717.688	3.473.284	27,8	4.203.240	21,0	5.059.990	20,4	5.225.879	3,3

continuación

Tipo de producto	Valor 2006	Var. 06/05 %	Valor 2007	Var. 07/06 %	Valor 2008	Var. 08/07 %	Valor 2009	Var. 09/08 %	Var. prom anual 2001-09	2009	
										% total mundial	Lugar N°
Conservas	1.934.213	7,3	2.295.955	18,7	2.593.432	13,0	2.454.423	-5,4	10,7	5,8	7
Congelados	282.379	11,2	405.755	43,7	455.886	12,4	420.878	-7,7	12,8	5,7	5
Deshidratados	568.037	-7,2	555.780	-2,2	533.809	-4,0	500.789	-6,2	9,8	3,5	5
Jugos	517.056	14,8	659.487	27,5	724.928	9,9	655.631	-9,6	14,1	5,3	7
Aceites	2.360.768	12,1	2.717.150	15,1	2.981.491	9,7	2.380.769	-20,1	14,5	7,2	3
TOTAL	5.662.453	8,4	6.634.127	17,2	7.289.546	9,9	6.412.490	-12,0	12,0	5,9	

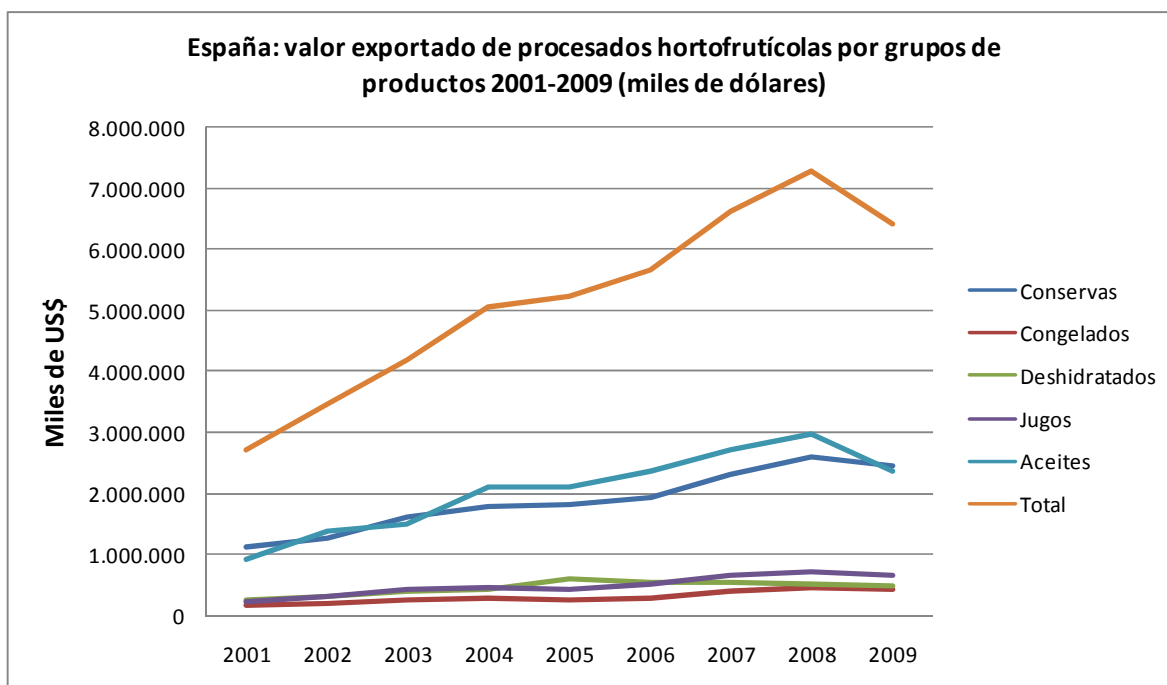
Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

La importancia relativa de España en estas exportaciones en términos de valor es siempre mayor que en términos de volumen (con la excepción de los jugos, en los cuales dicha importancia es similar), lo que muestra el alto valor relativo de los productos que España exporta, en comparación con el resto de los países exportadores (Cuadro 149). Esto es aún más claro en el caso de los aceites, en los cuales las ventas al exterior de España representaron en 2009 sólo el 1,7% del volumen exportado en el mundo, pero el 7,2% del valor.

En el mismo sentido, se observa que a través de los años el valor de las exportaciones de España crece más que el volumen exportado. Considerando el total de productos procesados, el valor de sus exportaciones ha aumentado a un tasa promedio anual de 12% entre 2001 y 2009, al mismo tiempo que el volumen exportado ha aumentado a una tasa promedio anual de 4,7% en el mismo período.

Los valores de exportación (Gráfico 147) con la excepción de 2009, cuando todos los valores exportados disminuyen en forma generalizada, registran en general un aumento continuo. Este aumento es más notorio en el caso de los aceites y jugos (ambos con tasas de crecimiento anual que alcanzan un promedio sobre 14% entre 2001 y 2009) y menor en el caso de los deshidratados (con un promedio de 9,8% de crecimiento anual).

Gráfico 128. España: valor exportado de procesados hortofrutícolas por grupos de productos 2001-2009 (Miles de US\$)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Los volúmenes exportados de todos los grupos muestran promedios de crecimiento anual menores que los valores exportados, los cuales van desde un promedio de 2,8% en el caso de los congelados hasta un 6,2% en el caso de los aceites (Cuadro 149).

Cuadro 149. España: volumen exportado de procesados hortofrutícolas, según grupo de productos, 2001-2009 (Toneladas y variación porcentual)

Tipo de producto	Volumen 2001	Volumen 2002	Var. 02/01 %	Volumen 2003	Var. 03/02 %	Volumen 2004	Var. 04/03 %	Volumen 2005	Var. 05/04 %
Conservas	1.105.253	1.173.796	6,2	1.259.017	7,3	1.199.226	-4,7	1.214.847	1,3
Congelados	269.836	261.948	-2,9	248.873	-5,0	245.108	-1,5	233.386	-4,8
Deshidratados	106.033	128.519	21,2	145.139	12,9	126.397	-12,9	134.862	6,7
Jugos	419.402	518.421	23,6	594.593	14,7	583.198	-1,9	559.441	-4,1
Aceites	554.227	742.231	33,9	628.205	-15,4	729.436	16,1	626.982	-14,0
TOTAL	2.454.751	2.824.915	15,1	2.875.827	1,8	2.883.365	0,3	2.769.518	-3,9

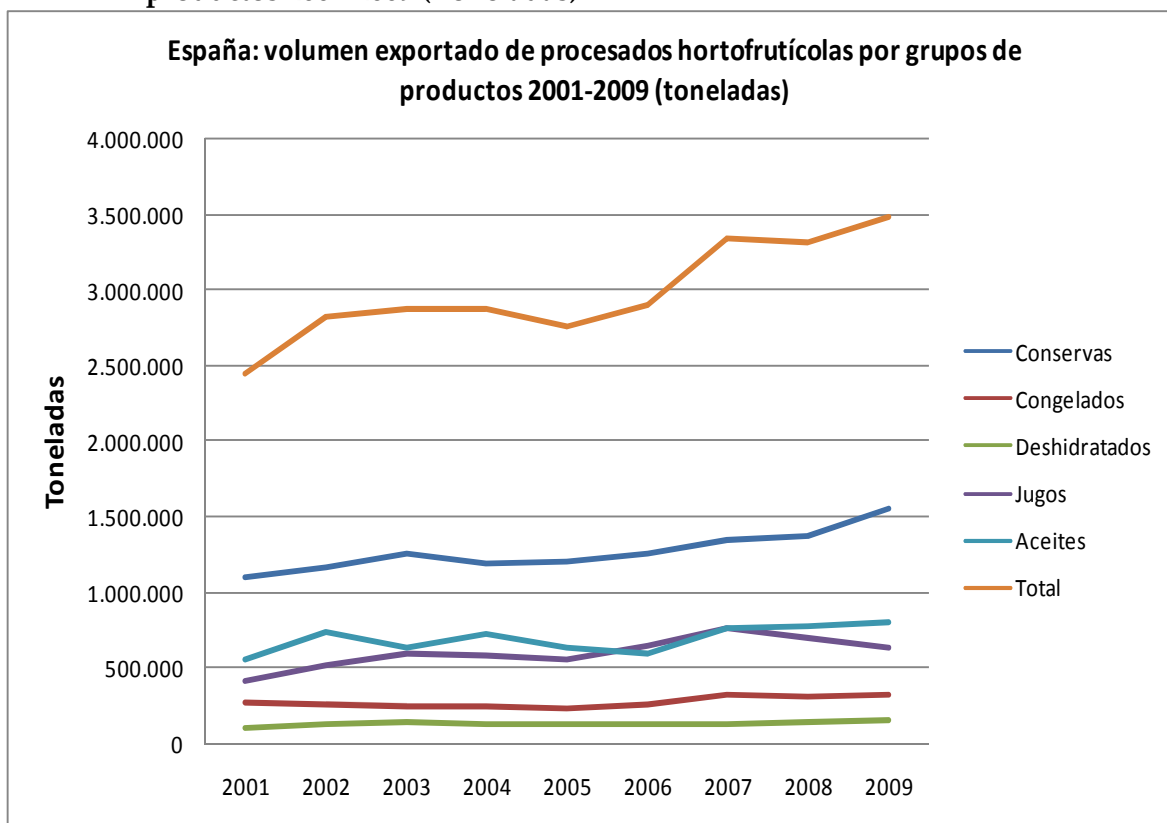
continuación

Tipo de producto	Volumen 2006	Var. 06/05 %	Volumen 2007	Var. 07/06 %	Volumen 2008	Var. 08/07 %	Volumen 2009	Var. 09/08 %	Var. prom anual 2001-09	2009	
										% total mundial	Lugar N°
Conservas	1.260.638	3,8	1.359.020	7,8	1.374.547	1,1	1.562.783	13,7	4,6	4,7	8
Congelados	262.777	12,6	320.273	21,9	319.380	-0,3	326.142	2,1	2,8	5,6	6
Deshidratados	136.147	1,0	133.908	-1,6	142.156	6,2	155.986	9,7	5,4	2,9	8
Jugos	654.933	17,1	765.092	16,8	701.156	-8,4	635.647	-9,3	6,1	5,3	7
Aceites	591.643	-5,6	769.412	30,0	777.846	1,1	803.472	3,3	6,2	1,7	5
TOTAL	2.906.138	4,9	3.347.705	15,2	3.315.085	-1,0	3.484.030	5,1	4,7	3,4	

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

La evolución de los volúmenes exportados es algo más irregular que la de los valores de exportación, en el sentido de que los distintos grupos de productos muestran a lo largo del período algunas bajas que no se observan en el valor, como ocurre con los aceites, los congelados y los jugos, principalmente (Gráfico 129).

Gráfico 129. España: volumen exportado de procesados hortofrutícolas por grupos de productos 2001-2009 (Toneladas)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

A continuación se analizan las exportaciones de España por grupos de productos, con foco en aquellos en que el país tiene una posición más destacada en el mercado internacional (entre los cinco primeros exportadores a nivel mundial), identificando los principales productos exportados y sus mercados de destino, en la medida en que las glosas hacen posible tal identificación.

Aceites

Las exportaciones de aceite de España totalizaron en 2009 un valor de 2.380.769 miles de US\$ (equivalente al 7,2% del valor total mundial) y un volumen de 803.472 toneladas (equivalente a sólo el 1,7% del total mundial). De este modo, el país si bien se ubica como el quinto exportador de más importancia en términos de volumen, llega a ser tercero a nivel mundial por el valor de estas ventas.

Entre los distintos grupos de productos considerados, en el caso de España estas exportaciones son las que muestran la mayor tasa promedio anual de crecimiento, de 14,5% en valor y de 6,2% en volumen a lo largo del período 2001-2009. El crecimiento acumulado entre 2001 y 2009 alcanza a prácticamente un 160% en valor y un 45% en volumen.

La variación año a año de estas exportaciones es muy diversa. En términos de volumen, entre 2002 y 2006 alternan años con crecimiento positivo y negativo. En 2007 se produce un alza muy importante del volumen, de 30%, y luego de ello crecimientos muy menores en los dos años siguientes.

En términos de valor, los mayores crecimientos se produjeron en 2002 y 2004, con porcentajes sobre el 50% y sobre el 40% respectivamente (frente a aumentos del volumen de 34% y 16%). En 2003 y 2005, cuando el volumen cae, el valor de estas exportaciones aumenta de todas formas (un 8,5% en 2003) o bien sólo disminuye levemente (2005). Pero en 2009, cuando los valores exportados disminuyeron para todos los grupos de productos, los aceites mostraron la baja más notoria (20% en relación a 2008), frente a un volumen exportado que mostró un crecimiento de 3,3%.

En cuanto al tipo de aceite, España es el primer exportador mundial en aceites de oliva, en tanto que los dos países que lo superan como exportadores en el conjunto de aceites, Indonesia y Malasia, concentran sus envíos en aceites de palma, mayoritariamente, y de coco.

Las exportaciones españolas de aceites de oliva y sus fracciones sumaron en 2009 un valor de 2.147.524 miles de US\$ y fueron equivalentes al 44,4% del total mundial. Estos envíos correspondieron en un 78,2% a aceite de oliva virgen. Los principales países de destino de estos embarques en 2009 fueron Italia (40,4% del valor exportado por España), Francia (10,8%), Portugal (9,3%), Estados Unidos (7,0%) y el Reino Unido (4,6%).

Cuadro 150. **España, exportaciones de aceite de oliva y sus fracciones (1509)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
150910	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Virgen	517.557	1.679.563	3,2	14,2
150990	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Los demás	143.137	467.961	3,3	14,0
Valor exportado 2009: Miles de US\$ 2.147.524 (44,4% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Italia, Francia, Portugal, Estados Unidos, Reino Unido.					

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

El siguiente cuadro muestra los principales cinco países de destino de las exportaciones de España de cada uno de los dos aceites antes señalados, indicando para cada país el valor de las exportaciones enviadas allí en 2009 y el porcentaje que ellas representan en el valor total de las exportaciones españolas de ese producto.

Cuadro 151. **España: principales países de destino de las exportaciones de aceites de oliva y sus fracciones**

150910: Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Virgen		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	1.683.706	100,0
Italia	764.143	45,4
Francia	229.873	13,7
Portugal	124.500	7,4
Estados Unidos	114.105	6,8
Reino Unido	55.943	3,3

150990: Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: los demás		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	468.532	100,0
Italia	109.509	23,4
Portugal	74.346	15,9
Australia	45.068	9,6
Reino Unido	42.521	9,1
Estados Unidos	36.983	7,9

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En cuanto al comercio entre principales exportadores, hay que señalar que España es también destino principal de exportaciones de 'aceite de oliva y sus fracciones' provenientes de Túnez (es su tercer mercado, con un volumen de 25.896 toneladas en 2009) y de Portugal (es su segundo destino, con 21.094 toneladas en 2009).

Congelados

Como se señaló antes, las exportaciones de productos hortofrutícolas congelados de España totalizaron en 2009 un volumen de 326.142 toneladas (5,6% del total mundial) y un valor de 420.878 miles de US\$ (5,7% del total mundial), cifras con las cuales el país se ubica como el sexto mayor exportador en términos de volumen y el quinto en términos de valor.

La tasa promedio anual de crecimiento del valor exportado a lo largo del período es de 12,8% y la del volumen exportado de 2,8%, diferencia que expresa la positiva evolución del valor unitario de los productos incluidos en este grupo. El crecimiento total acumulado entre 2001 y 2009, en tanto, si bien fue de sólo 20,9% en términos de volumen, llegó a 143% en términos de valor.

En cuanto a los productos exportados, España tiene un rol destacado en las hortalizas congeladas, grupo de productos que a nivel mundial representa aproximadamente el 64% del valor total exportado de hortofrutícolas congelados.

En las exportaciones de 'hortalizas (incluso silvestres), aunque estén cocidas en agua o vapor congeladas' (código 0710), España es el tercer exportador en el mundo (después de Bélgica y China). En 2009, estas exportaciones españolas totalizaron un valor de 370.535 miles de US\$, equivalentes al 7,7% del valor total exportado a nivel mundial. Los principales productos que integran estos envíos son los pimientos dulces (13,7% de su valor exportado), tomates (8,7%), arvejas (6,4%) y espinacas (5,9%). Entre otros productos de interés para Chile, el 5,6% corresponde a mezclas de hortalizas y el 4,1% a maíz dulce; España exporta también espárragos congelados y hongos congelados, en proporciones que representan menos del 1% de su valor exportado.

Los principales mercados de destinos de las hortalizas congeladas que exporta España son todos países de la Unión Europea: Francia (25,7% del valor exportado en 2009), el Reino Unido (16,2%), Bélgica (15,7%), Alemania (9,6%) e Italia (7,8%).

Cuadro 152. **España, exportaciones de hortalizas (incluso silvestres), aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas (0710)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual Valor exp. 2001-2009
Código	Productos principales (5)	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
07108095	Hortalizas, ya sea cocidas o no, en agua o vapor, congeladas, (excl. papas, leguminosas, espinaca, espinaca de Nueva Zelanda <i>orache spinach</i> , maíz dulce, olivas, frutos del género <i>Capsicum</i> o del género pimenta)	123.607	141.502	1,1	12,0
07108051	Pimientos dulces (aunque estén cocidas en agua o vapor, congelados)	36.991	50.915	1,4	10,0
07108070	Tomates (aunque estén cocidas en agua o vapor, congelados)	27.021	32.132	1,2	37,4
07108059	Frutos del género <i>Capsicum</i> o pimenta, sin cocer o cocidas en vapor o en agua, congeladas (excl. pimientos dulces)	20.660	25.496	1,2	8,7
07102100	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Hortalizas de vaina, estén o no desvainadas: Guisantes (arvejas, chícharos) (<i>Pisum sativum</i>)	21.502	23.802	1,1	28,2
07103000	Espinacas (incluida la de Nueva Zelanda) y armuelles, congeladas	14.307	21.990	1,5	19,5
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 370.535 (7,7% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Francia, Reino Unido, Bélgica, Alemania, Italia.					

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

El siguiente cuadro muestra los principales cinco países de destino de las exportaciones de España de sus principales productos congelados hortícolas. Se indica para cada país de destino el valor de las exportaciones enviadas en 2009 y el porcentaje que ellas representan en el valor total de las exportaciones españolas de ese producto.

Cuadro 153. **España: principales países de destino de las exportaciones de hortalizas congeladas**

071080: Las demás legumbres y hortalizas congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	69.361	25
Bélgica	52.743	19
Reino Unido	41.791	15
Alemania	31.243	11
Países Bajos	26.140	9

071021: Arvejas, incluso desvainadas, cocidas, congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Reino Unido	8.276	35
Portugal	6.502	28
Argelia	3.223	14
Francia	2.658	11
Italia	844	4

071030: Espinacas y armuelles, incluso cocidas, congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Reino Unido	8.534	39
Francia	4.963	23
Italia	3.219	15
Portugal	1.726	8
Alemania	1.046	5

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

En congelados frutícolas, España exportó en 2009 un valor de 50.870 miles de US\$ de 'frutas y otros frutos (sin cocer o cocidos, en agua o vapor) congelados. Estas exportaciones se concentran en frutillas, otras frutas congeladas y el grupo 'frambuesas, zarzamoras, moras, y moras-frambuesas y grosellas congeladas'. El detalle de principales países de destino por productos, los valores de exportación de 2009 y la participación de cada país en el valor total exportado del producto se entrega a continuación.

Cuadro 154. España: principales países de destino de las exportaciones de frutas congeladas

0811: Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	50.870	100
Francia	19.123	38
Alemania	7.610	15
Suiza	6.291	12
Países Bajos	3.182	6
Bélgica	2.713	5

081110: Fresas (frutillas) congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	32.837	100
Francia	14.681	45
Alemania	5.133	16
Países Bajos	2.850	9
Bélgica	2.301	7
Austria	1.694	5

081190: Otras frutas congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	17.368	100
Suiza	5.370	31
Francia	4.414	25
Alemania	2.360	14
Italia	1.453	8
Portugal	1.116	6

081120: Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas y grosellas, congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	664	100
Bélgica	158	24
Alemania	117	18
Portugal	87	13
Italia	78	12
Países Bajos	65	10

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Deshidratados

En 2009, España exportó productos hortofrutícolas deshidratados por un volumen de 155.986 toneladas (2,9% del total mundial) y un valor de 500.789 miles de US\$ (3,5% del total mundial), cifras que sitúan al país como el octavo exportador en términos de volumen y el quinto en términos de valor. La tasa promedio de crecimiento anual de estas exportaciones entre 2001 y 2009 fue de 5,4% en volumen y 9,8% en valor; y el crecimiento acumulado en el mismo período, de 47% en volumen y 93% en valor.

Las exportaciones españolas de deshidratados corresponden mayoritariamente al grupo 'los demás frutos de cáscara frescos o secos' (código 0802). En este grupo, el país es el

quinto exportador mundial, con un valor exportado en 2009 de 336.430 miles de US\$, equivalente al 4,0% del total mundial. Los principales productos son las almendras, en especial sin cáscara (76,4% del valor exportado por el país en 2009), las avellanas (4,6%), los pistachos y las nueces de nogal (2,4% cada uno).

Los principales países de destino de estos productos son países de la Unión Europea: Alemania (22,7% del valor exportado por España en 2009), Italia (19,5%), Francia (14,8%) y los Países Bajos (5,8%). La importancia de los países de destino de las exportaciones de este conjunto de productos sigue la misma tendencia que las exportaciones de 'almendras sin cáscara, frescas o secas', que son –como ya se señaló– el principal producto considerado individualmente.

Cuadro 155. **España, exportaciones de los demás frutos de cáscara frescos o secos (0802)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
080212	Almendras sin cáscara frescas o secas	55.820	244.244	4,4	9,3
080290	Los demás frutos de cáscara, frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados: los demás	7.942	33.334	4,2	13,7
080222	Avellanas sin cáscara, frescas o secas, incluso mondadas.	3.248	14.779	4,6	22,7
080240	Castañas , frescas o secas	6.957	14.204	2,0	17,5
080211	Almendras con cáscara frescas o secas	2.725	12.906	4,7	25,1
080250	Pistachos , frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados	1.079	7.908	7,3	59,2
080232	Nueces de nogal sin cáscara, frescas o secas	1.016	5.309	5,2	27,8
080231	Nueces de nogal con cáscara frescas o secas	1.072	2.927	2,7	24,5
080221	Avellanas con cáscara frescas o secas	257	739	2,9	31,6
080260	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados : Nueces de macadamia	13	80	6,2	S/I
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 336.430 (4% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Alemania, Italia, Francia y Países Bajos.					

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

A continuación se detallan los cinco principales países de destino para cada uno de los productos antes señalados, indicando en caso el valor de las exportaciones realizadas por España en 2009 y el porcentaje que ellas representan en el monto total de ese producto exportado por el país.

Cuadro 156. **España: países de destino de las exportaciones de los demás frutos de cáscara frescos o secos (0802)**

080212 Almendras sin cáscara frescas o secas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Alemania	63.311	27
Italia	41.412	18
Francia	35.264	15
Países Bajos	18.628	8
Reino Unido	12.177	5

080290 Los demás frutos de cáscara, frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Italia	14.240	45
Francia	6.012	19
Portugal	4.627	15
Suiza	1.194	4
Estados Unidos	1.068	3

080222 Avellanas sin cáscara, frescas o secas, incluso mondadas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Alemania	5.920	40
Francia	2.452	17
Polonia	1.554	11
Venezuela	1.400	9
Italia	1.379	9

080240 Castañas, frescas o secas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Italia	5.208	37
Francia	4.065	29
Portugal	2.257	16
Alemania	741	5
Austria	668	5

080211 Almendras con cáscara frescas o secas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Alemania	5.999	49
Italia	3.572	29
Grecia	1.542	13
Países Bajos	424	3
Argelia	232	2

080250 Pistachos, frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Polonia	1.567	48
Portugal	697	21
Francia	247	8
Alemania	232	7
Italia	148	5

080232 Nueces de nogal sin cáscara, frescas o secas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Portugal	2.613	49
Francia	1.423	27
Reino Unido	603	11
Argelia	369	7
Italia	59	1

080231 Nueces de nogal con cáscara frescas o secas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Portugal	920	31
Marruecos	529	18
Hong Kong (China)	437	15
Francia	310	10
Argelia	306	10

080221 Avellanas con cáscara frescas o secas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Brasil	403	56
Alemania	83	11
Argelia	71	10
Italia	47	6
Portugal	45	6

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Dentro de los productos deshidratados, España también es un exportador destacado a nivel mundial del grupo ‘pimientos secos triturados o pulverizados (pimentón)’ (código 090420), en el cual es el cuarto exportador mundial. En 2009, sus exportaciones sumaron un volumen de 31.630 toneladas y un valor de 93.670 miles de US\$ (el 10,2% del valor exportado en el mundo), con un cociente valor/volumen de 3 US\$/kilo. El detalle de países de destino se presenta a continuación.

Cuadro 157. **España: países de destino de las exportaciones de pimientos secos (pimentón) (090420)**

090420 Pimientos secos, triturados o pulverizados (pimentón)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Estados Unidos	16.518	17,6
Alemania	11.114	11,9
Francia	8.128	8,7
Reino Unido	7.182	7,7
Países Bajos	6.335	6,8

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Conservas

Las exportaciones de conservas de España totalizaron en 2009 un volumen de 1.562.783 toneladas (4,7% del total mundial) y generaron un valor de 2.454.423 miles de US\$ (5,8%), cifras que ubican al país como el octavo exportador en términos de volumen y séptimo en términos de valor. Entre 2001 y 2009, estas exportaciones muestran en términos de volumen un crecimiento promedio anual de 4,6% y en términos de valor de 10,7%. El crecimiento acumulado en el mismo período es de 41,4% en volumen y de casi 120% en valor.

Entre los principales grupos de productos dentro de las conservas, España tiene una participación destacada (entre los cinco principales exportadores) en “hortalizas conservadas provisionalmente pero todavía impropias para consumo inmediato” (códigos 0711), en las cuales representó el 8,8% del valor exportado en 2009 y en “frutas u otros frutos, conservados provisionalmente pero todavía impropias para consumo inmediato” (códigos 0812), en las cuales representó ese año el 16,8% (se trata en todo caso de grupos que no representan una alta proporción en el total exportado de conservas a nivel mundial). A continuación se presenta el detalle de exportaciones para estos grupos de productos, así como para el grupo de ‘preparados de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas’ (020), que también es relevante dentro de las exportaciones del país. En cada grupo se presentan para los principales productos, los cinco primeros países de destino de las exportaciones de España.

Cuadro 158. España, exportaciones de hortalizas (incluso silvestres) conservadas provisoriamente (0711)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
071120	Aceitunas conservadas provisionalmente, pero todavía impropias para consumo inmediato	21.633	31.751	1,47	10,9
071190	Las demás legumbres y hortalizas; mezclas de hortalizas y/o legumbres	15.700	13.165	0,84	33,1
071140	Pepinos y pepinillos conservados provisionalmente, todavía impropios para consumo inmediato	1.068	1.114	1,04	41,4
071159	Setas y demás hongos, conservadas provisionalmente, p.ej., con gas sulfuroso o con agua	33	170	5,15	02,0

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Para los principales productos detallados en el cuadro se entregan a continuación los principales países de destino, el valor de las exportaciones de España destinadas a ese país en 2009 y el porcentaje que ese destino representa en el total exportado por España de ese producto.

Cuadro 159. España: principales países de destino de las exportaciones de hortalizas conservadas provisoriamente (0711)

071120: Aceitunas conservadas provisionalmente, pero todavía impropias para consumo inmediato		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Estados Unidos	8.356	26
Portugal	5.142	16
Alemania	5.099	16
Italia	3.466	11
Francia	1.870	6

071190: Las demás legumbres y hortalizas; mezclas de hortalizas y/o legumbres		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Italia	5.788	44
Reino Unido	1.538	12
Francia	1.188	9
Portugal	572	4
Suecia	556	4

071140: Pepinos y pepinillos conservados provisionalmente, todavía impropios para consumo inmediato		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Reino Unido	326	29
Francia	221	20
Polonia	144	13
Marruecos	109	10
Lituania	75	7

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Cuadro 160. **España, exportaciones de frutas y otros frutos, conservados provisoriamente (0812)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
081290	Los demás frutos conservados provisionalmente	26.166	22.423	0,86	20,0
081210	Cerezas provisionalmente conservadas	3.756	7.820	2,08	19,1

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

El detalle de principales países de destino para las exportaciones españolas de estos productos en 2009 se presenta a continuación.

Cuadro 161. **España: principales países de destino de las exportaciones de frutas y otros frutos, conservados provisoriamente (0812)**

081290 : Los demás frutos conservados provisionalmente		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Italia	7.263	32
Francia	3.727	17
Reino Unido	2.897	13
Países Bajos	2.293	10
Alemania	1.867	8

081210: Cerezas provisionalmente conservadas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Italia	2.605	33
Bélgica	1.227	16
Portugal	763	10
Estados Unidos	752	10
Países Bajos	597	8

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Cuadro 162. España, exportaciones de preparados de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas (20)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
2005	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético)	466.054	952.753	2,04	8,7
2009	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas	643.326	661.645	1,03	14,2
2002	Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético)	338.832	370.035	1,09	18,1
2008	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo	197.522	358.949	1,82	7,0
2001	Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético	30.684	76.080	2,48	13,9
2003	Setas y demás hongos y trufas, preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético)	26.007	67.906	2,61	5,1
2007	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos	47.262	64.355	1,36	11,5
2004	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético)	29.135	56.583	1,94	22,4
2006	Hortalizas, frutas u otros frutos o sus cortezas y demás partes de plantas confitados con azúcar	3.326	8.083	2,43	14,0

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Para los principales productos de este grupo, se detallan a continuación los principales países de destino, el valor de las exportaciones de España destinadas a ese país en 2009 y el porcentaje que ese destino representa en el total exportado por España de ese producto.

Cuadro 163. España: principales países de destino de las exportaciones de preparados de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas (20)

2005 Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Estados Unidos	243.582	26
Francia	127.053	13
Federación de Rusia	70.421	7
Italia	69.298	7
Alemania	64.109	7

2002 Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	85.693	23
Alemania	78.472	21
Reino Unido	54.506	15
Países Bajos	24.267	7
Portugal	16.359	4

2008 Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	75.635	21
Alemania	54.338	15
Reino Unido	44.369	12
Portugal	27.697	8
Estados Unidos	15.526	4

2001 Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de planta , preparados o conservados en vinagre o en ácido acético		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Estados Unidos	24.500	32
Francia	12.408	16
Italia	7.187	9
Reino Unido	5.019	7
Portugal	4.552	6

2003 Setas y demás hongos y trufas, preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	31.538	46
Portugal	24.274	36
Bélgica	2.975	4
Grecia	1.770	3
Finlandia	1.450	2

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Jugos

En 2009, España exportó jugos por un volumen de 635.647 toneladas y un valor de 655.631 miles de US\$ (en ambos casos el 5,3% del total mundial), con lo cual el país se ubica como el séptimo mayor exportador, tanto en términos de volumen como de valor.

Entre 2001 y 2009, las exportaciones del país han aumentado a una tasa anual promedio de 6,1% en volumen y 14,1% en valor; el crecimiento total acumulado a lo largo del período fue de 51,6% en volumen y 165,3% en valor.

Cuadro 164. España, exportaciones de jugos

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
200969	Jugo de uva, incl. el mosto, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	74.172	114.239	1,54	9,0
200912	Jugo de naranja, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	151.657	110.101	0,73	16,0
200980	Jugo de las demás frutas o de legumbres u hortalizas	98.744	103.436	1,05	34,0
200990	Mezclas de jugos, sin fermentar y sin alcohol, incluso azucarados	82.747	82.823	1,00	15,9
200919	Otros jugos de naranja	54.874	58.831	1,07	-0,9
200931	Jugo de agrios cítricos, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	50.113	50.542	1,01	36,0
200939	Jugo de agrios cítricos, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	13.772	40.671	2,95	23,4

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
200911	Jugo de naranja, congelado, sin fermentar y sin alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	46.688	36.592	0,78	49,2
200979	Jugo de manzana, sin fermentar y sin adición de alcohol, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante	21.771	23.424	1,08	17,6
200961	Jugo de uva, incl. el mosto, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	22.052	15.155	0,69	29,9
200929	Jugo de toronja o de pomelo, sin fermentar y sin adición de alcohol, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante	5.654	7.416	1,31	15,4
200971	Jugo de manzana, sin fermentar y sin adición de alcohol, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante	7.014	6.353	0,91	15,8
200950	Jugo de tomates	5.085	3.316	0,65	32,2
200949	Jugo de piña ananá, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	3.361	3.269	0,97	12,0
200921	Jugo de toronja o de pomelo, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	2.996	2.744	0,92	23,2
200941	Jugo de piña ananá, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	2.627	2.733	1,04	1,0

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Para los principales productos señalados en el cuadro anterior, se entrega el detalle de países de destino, valor de las exportaciones realizadas por España (2009) a ese país y el porcentaje que ese monto representa en las exportaciones de España en ese producto.

Cuadro 165. **España: principales países de destino de las exportaciones de jugos**

200969: Jugo de uva, incl. el mosto, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Países Bajos	14.999	13
Francia	11.324	10
Alemania	8.529	7
Portugal	5.588	5
China	5.332	5

200912: Jugo de naranja, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	76.351	69
Alemania	18.488	17
Portugal	3.648	3
Japón	3.207	3
Noruega	2.600	2

200980: Jugo de las demás frutas o de legumbres u hortalizas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Reino Unido	29.487	29
Francia	18.858	18
Portugal	16.718	16
Alemania	8.879	9
Países Bajos	7.073	7

200990: Mezclas de jugos, sin fermentar y sin alcohol, incluso azucarados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	50.044	60
Portugal	13.477	16
México	3.453	4
Bélgica	2.616	3
Noruega	1.574	2

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

BÉLGICA

Las exportaciones de productos hortofrutícolas procesados de Bélgica sumaron en 2009 un volumen de 4.285.966 toneladas (4,1% del volumen total exportado a nivel mundial) y un valor de 5.394.141 miles de US\$ (4,9% del total mundial).

Bélgica es el principal exportador mundial de congelados hortofrutícolas, el tercer mayor exportador de jugos y el sexto de conservas de frutas y hortalizas, considerando el valor de las exportaciones. En el comercio mundial de congelados, el país concentra el 18,8% del valor exportación y el 19,5% del volumen; en jugos, el 8,6% del valor y el 7,8% del volumen; y en conservas, el 6,1% del valor y el 6,2% del volumen (Cuadros 166 y 167).

A lo largo del período analizado, el volumen exportado de procesados hortofrutícolas de Bélgica registra un promedio de crecimiento anual de 4,8%, en tanto que el valor de estas exportaciones registra un promedio de crecimiento anual de 12,8%.

Cuadro 166. Bélgica: valor exportado de procesados hortofrutícolas, según grupo de productos, 2001-2009 (Miles de US\$ FOB y variación porcentual)

Tipo de producto	Valor 2001	Valor 2002	Var. 02/01 %	Valor 2003	Var. 03/02 %	Valor 2004	Var. 04/03 %	Valor 2005	Var. 05/04 %
Conservas	894.736	1.036.232	15,8	1.235.102	19,2	1.478.777	19,7	1.483.859	0,3
Congelados	589.608	679.343	15,2	851.714	25,4	942.097	10,6	971.014	3,1
Deshidratados	79.517	106.037	33,4	132.145	24,6	139.511	5,6	152.188	9,1
Jugos	487.024	569.519	16,9	673.001	18,2	693.478	3,0	778.460	12,3
Aceites	64.227	37.184	-42,1	46.240	24,4	61.997	34,1	114.839	85,2
TOTAL	2.115.112	2.428.315	14,8	2.938.202	21,0	3.315.860	12,9	3.500.360	5,6

continuación

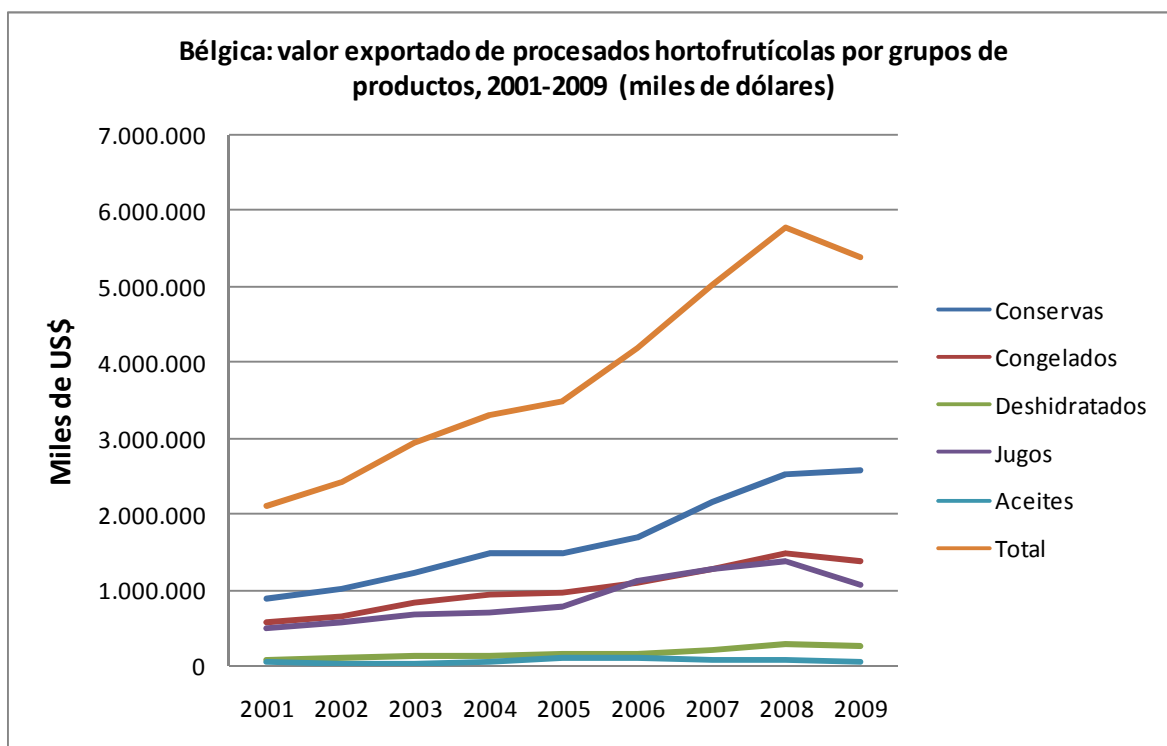
Tipo de producto	Valor 2006	Var. 06/05 %	Valor 2007	Var. 07/06 %	Valor 2008	Var. 08/07 %	Valor 2009	Var. 09/08 %	Var. prom anual 2001-09	2009	
										% total mundial	Lugar N°
Conservas	1.704.449	14,9	2.169.003	27,3	2.529.933	16,6	2.578.868	1,9	14,5	6,1	6
Congelados	1.098.918	13,2	1.290.742	17,5	1.500.195	16,2	1.399.789	-6,7	11,8	18,8	1
Deshidratados	162.301	6,6	207.742	28,0	293.057	41,1	271.766	-7,3	17,6	1,9	13
Jugos	1.123.020	44,3	1.283.450	14,3	1.378.324	7,4	1.070.316	-22,3	11,7	8,6	3
Aceites	117.278	2,1	83.331	-28,9	88.114	5,7	73.402	-16,7	8,0	0,2	30
TOTAL	4.205.966	20,2	5.034.268	19,7	5.789.623	15,0	5.394.141	-6,8	12,8	4,9	

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Para los distintos grupos de productos, los valores de exportación muestran tasas promedio de crecimiento anual que van desde 8% en el caso de los aceites, hasta 17,6% en

el caso de los deshidratados. Con la excepción de los aceites, los valores exportados de todos los demás grupos de productos muestran año a año crecimientos positivos, hasta 2008. En 2009, sólo el valor exportado de conservas aumenta, al mismo tiempo que los demás grupos exhiben caídas que van desde 6,7% en el caso de los congelados hasta 22,3% en los jugos (Gráfico 130).

Gráfico 130. Bélgica: valor exportado de procesados hortofrutícolas por grupos de productos 2001-2009 (Miles de US\$)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En el caso del volumen exportado (Cuadro 167), los diferentes grupos, con la excepción de los aceites, muestran en el período 2001-2009 promedios de crecimiento anual positivos, que van desde 3,4% en el caso de los congelados hasta 9,1% en los deshidratados. Los aceites en cambio muestran un promedio negativo, de -2,1%.

Cuadro 167. Bélgica: volumen exportado de procesados hortofrutícolas, según grupo de productos, 2001-2009 (Miles de US\$ FOB y variación porcentual)

Tipo de producto	Volumen 2001	Volumen 2002	Var. 02/01 %	Volumen 2003	Var. 03/02 %	Volumen 2004	Var. 04/03 %	Volumen 2005	Var. 05/04 %
Conservas	1.265.812	1.339.519	5,8	1.417.428	5,8	1.483.530	4,7	1.518.582	2,4
Congelados	875.137	910.019	4,0	966.794	6,2	984.497	1,8	1.052.375	6,9
Deshidratados	33.069	41.967	26,9	44.531	6,1	45.034	1,1	45.062	0,1
Jugos	623.461	629.880	1,0	641.727	1,9	697.010	8,6	821.179	17,8
Aceites	125.867	75.940	-39,7	68.835	-9,4	99.507	44,6	137.308	38,0
TOTAL	2.923.346	2.997.325	2,5	3.139.315	4,7	3.309.578	5,4	3.574.506	8,0

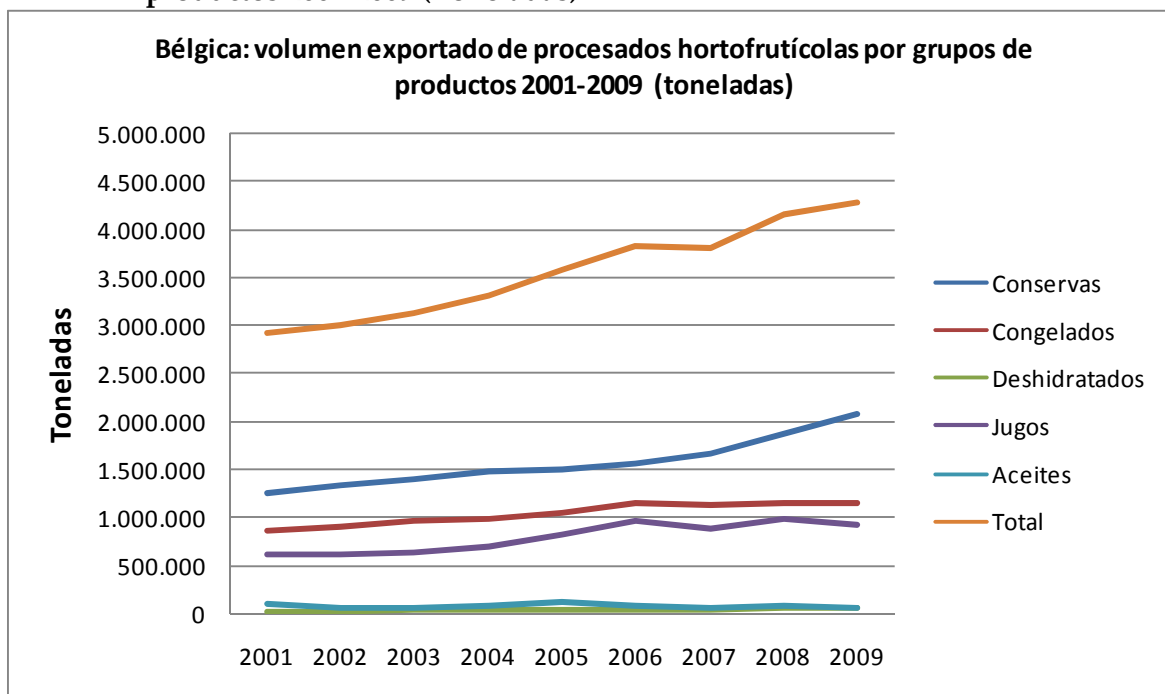
continuación

Tipo de producto	Volumen 2006	Var. 06/05 %	Volumen 2007	Var. 07/06 %	Volumen 2008	Var. 08/07 %	Volumen 2009	Var. 09/08 %	Var. prom anual 2001-09	2009	
										% total mundial	Lugar N°
Conservas	1.574.093	3,7	1.669.768	6,1	1.881.231	12,7	2.075.027	10,3	6,4	6,2	6
Congelados	1.150.449	9,3	1.130.820	-1,7	1.141.256	0,9	1.140.981	0,0	3,4	19,5	1
Deshidratados	45.319	0,6	56.732	25,2	70.251	23,8	62.496	-11,0	9,1	1,2	19
Jugos	957.569	16,6	882.198	-7,9	984.656	11,6	932.794	-5,3	5,6	7,8	5
Aceites	102.038	-25,7	73.596	-27,9	85.730	16,5	74.668	-12,9	-2,1	0,2	23
TOTAL	3.829.468	7,1	3.813.114	-0,4	4.163.124	9,2	4.285.966	3,0	4,9	4,1	

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

A diferencia de lo que ocurre con los valores de exportación de los distintos grupos (excepto aceites), los volúmenes exportados cada año muestran a lo largo de la serie algunas caídas, como ocurre con los congelados y los jugos en 2007 y con los aceites en diversos años (Gráfico 131). Al final de la serie, en 2009, disminuyen los volúmenes exportados de deshidratados, jugos y aceites, se mantienen prácticamente en el mismo nivel los de congelados y aumentan los de conservas, al mismo tiempo que los valores correspondientes caen en forma generalizada, como ya se comentó.

Gráfico 131. Bélgica: volumen exportado de procesados hortofrutícolas por grupos de productos 2001-2009 (Toneladas)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

A continuación se analizan las exportaciones de Bélgica por grupos de productos, con foco en aquellos en que el país tiene una posición más destacada en el mercado internacional (entre los cinco primeros exportadores a nivel mundial), identificando los principales productos exportados y sus mercados de destino, en la medida en que las glosas hacen posible tal identificación.

Congelados

Bélgica, como ya se indicó, es el primer exportador mundial de productos hortofrutícolas congelados (con 1.140.981 toneladas y un valor de 1.399.789 miles de US\$ en 2009), como consecuencia principalmente de sus exportaciones de hortalizas congeladas. En el grupo de 'hortalizas (incluso silvestres), aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas' (códigos 0710), las exportaciones a nivel mundial alcanzaron en 2009 un valor total de 4.786.642 miles de US\$, en el cual Bélgica concentró el 25,6% (1.227.811 miles de US\$) (Cuadro 168).

Estas exportaciones de Bélgica corresponden fundamentalmente a mezclas de hortalizas (27,9% del valor exportado por el país), arvejas (11,3%), frejoles (10,7%), espinacas (6,1%), maíz dulce (1,9%). Entre otros productos de interés para Chile, Bélgica también

exporta hongos congelados (1,5% de su valor exportado de estas hortalizas congeladas), papas (1,0%) y espárragos (0,5% del valor).

Los principales mercados de destino del conjunto de hortalizas congeladas de Bélgica son países de la Unión Europea: Francia (25,5% del valor exportado por Bélgica), Alemania (23,3%), Reino Unido (14,1%), Italia (6,2%) y los Países Bajos (5,1%).

Cuadro 168. Bélgica, exportaciones de hortalizas (incluso silvestres), aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas (0710)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
07108095	Hortalizas, cocidas o no en agua o en vapor, congeladas (excl. papas, leguminosas, espinaca espinaca de Nueva Zelanda, <i>orache spinach</i> , <i>sweetcorn</i> , olivas, frutos del género capsicum o del género pimiento.)	432.652	436.778	1,0	9,8
07109000	Mezclas de hortalizas , incluso cocidas, congeladas	260.313	341.950	1,3	14,5
07102100	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Hortalizas de vaina, estén o no desvainadas: Guisantes (arvejas, chícharos) (<i>Pisum sativum</i>)	105.479	138.765	1,3	11,5
07102200	Frejoles , incluso desvainados, cocidas en agua o vapor, congeladas	116.099	130.769	1,1	9,3
07103000	Espinacas (incluida la de Nueva Zelanda) y armuelles, congeladas	84.435	75.354	0,9	12,1
07104000	Maíz dulce , incluso cocido, congelado	17.293	23.710	1,4	7,6
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 1.227.811 (25,6% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Francia, Alemania, Reino Unido, Italia y Países Bajos.					

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

A continuación se detallan, para las hortalizas congeladas registradas en el cuadro anterior, los principales países a los cuales exporta Bélgica, indicando en cada caso el valor de las exportaciones realizadas en 2009 a ese país y la proporción que representa en el valor total exportado por Bélgica de ese producto.

Cuadro 169. **Bélgica: principales países de destino de las exportaciones de hortalizas congeladas**

071080: Las demás legumbres y hortalizas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	141.272	29
Alemania	120.628	24
Reino Unido	52.940	11
Italia	27.736	6
Países Bajos	25.546	5

071090: Mezclas de hortalizas y/o legumbres		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	99.770	29
Alemania	87.185	25
Reino Unido	48.717	14
Países Bajos	16.919	5
Suecia	14.406	4

071021: Arvejas, incluso desvainadas, cocidas, congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Reino Unido	36.765	26
Alemania	27.432	20
Francia	15.931	11
Italia	14.923	11
Países Bajos	7.871	6

071022: Alubias, incluso desvainadas, cocidas, congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	34.666	27
Alemania	25.749	20
Reino Unido	15.441	12
Italia	14.000	11
Países Bajos	7.306	6

071030: Espinacas y armuelles, incluso cocidas, congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Alemania	20.300	27
Francia	14.089	19
Italia	9.097	12
Reino Unido	7.059	9
España	2.776	4

071040: Maíz dulce		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Reino Unido	8.789	37
Alemania	2.936	12
Suecia	1.606	7
Irlanda	1.235	5
Dinamarca	1.194	5

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Bélgica es también un destacado exportador de frutas congeladas. En el total de “frutas y otros frutos” congelados (códigos 0811) sus exportaciones sumaron en 2009 un volumen de 70.024 toneladas y un valor de 171.980 miles de US\$. Estas exportaciones se destinaron en general a países de la Unión Europea, en particular a Francia, Alemania, Reino Unido, los Países Bajos, Austria, Suecia y Dinamarca. En estas ventas, se destacan en particular diversas especies de berries, incluyendo al grupo ‘frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas y grosellas’ y las frutillas congeladas.

Cuadro 170. **Bélgica, exportaciones de frutas congeladas**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
081190	Otras frutas congeladas	28.966	70.176	2,4	15
081120	Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas y grosellas, congeladas	16.459	52.148	3,2	16
081110	Fresas (frutillas) congeladas	24.600	49.655	2,0	26
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 171.9780.					
Principales mercados de destino: Francia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos.					

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

El detalle de países de destino para estas exportaciones se muestra a continuación, indicando en cada caso el volumen de exportación y el porcentaje que representa dentro de las exportaciones totales de Bélgica de ese producto.

Cuadro 171. Bélgica: principales países de destino de las exportaciones de frutas congeladas

081190 Otras frutas congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	25.640	37
Alemania	14.585	21
Países Bajos	5.084	7
Reino Unido	4.874	7
Austria	4.408	6

081120 Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas y grosellas, congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	20.883	40
Alemania	9.067	17
Reino Unido	7.764	15
Países Bajos	3.605	7
Dinamarca	2.127	4

081110 Fresas (frutillas) congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	16.118	32
Alemania	7.924	16
Suecia	4.297	9
Reino Unido	4.287	9
Países Bajos	4.138	8

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

En cuanto al comercio entre los principales exportadores a nivel mundial, es preciso destacar que el país importa un volumen relevante de estos congelados, principalmente procedentes de Francia (quinto exportador mundial y a la vez principal mercado de Bélgica), del cual recibió en 2009 un volumen de 291.304 miles de US\$. España, por su parte, tercer exportador de hortalizas congeladas en el mundo, tiene también a Bélgica

entre sus principales mercados de destino y en 2009 le vendió productos por un valor de 58.198 miles de US\$.

Jugos

Bélgica es el tercer mayor exportador de jugos a nivel mundial, después de Brasil y de los Países Bajos, con un valor exportado en 2009 de 1.070.317 miles de US\$. Ese año, las exportaciones de jugos del país representaron el 7,8% del volumen exportado en el mundo y el 8,6% del valor correspondiente (Cuadros 166 y 167). Así, el país se ubica como tercer exportador en términos de valor, pese a que en términos del volumen exportado lo superan (después de Brasil y los Países Bajos) Alemania y Estados Unidos.

Bélgica exporta principalmente jugos de naranja de varios tipos (por aproximadamente el 84% de su valor de exportación en 2009), mezclas de jugos (6,3% del valor), jugos de otras frutas y jugo de manzanas (2%).

Estas exportaciones se destinan mayoritariamente a países de la Unión Europea: Francia (28,2% de su valor exportado en 2009), Reino Unido (22,1%), Alemania (20,1%), Países Bajos (8,5%) y España (4,7%).

Cuadro 172. **Bélgica, exportaciones de jugos**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
200919	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Los demás	402.439	531.777	1,32	15,40
200912	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Sin congelar, de valor Brix inferior o igual a 20	394.322	365.126	0,93	15,49
200990	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Mezclas de jugos	51.225	67.509	1,32	39,22

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
200971	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de manzana: de valor Brix inferior o igual a 20	19.906	22.036	1,11	12,91
200980	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza	10.111	21.265	2,10	10,79
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 1.070.316 (8,6% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Francia, Reino Unido, Alemania, Países Bajos, España.					

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Cuadro 173. **Bélgica: principales países de destino de las exportaciones de jugos**

200919 Otros jugos de naranja		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Alemania	197.154	37
Reino Unido	70.757	13
Francia	60.355	11
Países Bajos	45.109	8
España	44.430	8

200912 Jugo de naranja, sin fermentar y sin adición de alcohol, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	184.693	51
Reino Unido	128.235	35
Alemania	14.064	4
Países Bajos	12.970	4
Suecia	8.338	2

200990 mezclas de jugos, sin fermentar y sin alcohol, incluso azucarados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Reino Unido	27.868	41
Francia	19.189	28
Suiza	6.437	10
Países Bajos	3.815	6
Luxemburgo	2.535	4

200971 Jugo de manzana, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	9.535	43
Países Bajos	7.786	35
Suecia	1.064	5
Reino Unido	705	3
Luxemburgo	660	3

200980 Jugo de las demás frutas o de legumbres u hortalizas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Países Bajos	5.381	25
Francia	5.312	25
Italia	4.247	20
Alemania	2.107	10
Reino Unido	1.480	7

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Bélgica realiza también importaciones de jugos, con niveles que en 2009 alcanzaron las 1.169.053 toneladas y un valor de 992.899 miles de US\$. Dentro de estas importaciones, los principales productos coinciden en gran medida con los mismos que el país exporta: jugo de naranja código 200919 (474.473 toneladas), jugo de naranja código 200912 (425.135 toneladas), mezcla de jugos código 200990 (101.950 toneladas) y jugo de manzana código 200971 (34.946 toneladas), además de jugo de piña código 200941 (31.468 toneladas).

En cuanto al origen de estas importaciones, hay que destacar que Bélgica es el principal mercado de destino de los jugos de Brasil, primer exportador de estos productos a nivel mundial y concentró en 2009 el 37,2% de estas ventas, es decir, un monto de 651.177 miles de US\$. También es un destino destacado de las exportaciones de Estados Unidos (cuarto exportador mundial), con un monto que en 2009 alcanzó los 31.479 miles de US\$ (3% del

valor exportado en jugos por ese país) y situó a Bélgica como su cuarto comprador principal de jugos. Bélgica también se abastece de jugos desde Alemania (quinto exportador mundial), del cual fue su tercer mayor comprador en 2009, con un valor de 105.831 miles de US\$ (el 11% del valor de las exportaciones de jugos de Alemania).

Conservas

Las exportaciones de Bélgica de frutas y hortalizas en conservas sumaron en 2009 un volumen de 2.057.027 toneladas (6,2% del total mundial) y un valor de 2.578.868 miles de US\$ (6,1% del total) (Cuadros 166 y 167).

Bélgica tiene un lugar relevante especialmente en las exportaciones del grupo 'preparados de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas' (códigos 200) (grupo que incluye además legumbres y partes de plantas), en el cual sus exportaciones representaron en 2009 el 7% del total mundial (con un valor exportado de 3.115.391 miles de US\$) y lo ubicaron como el quinto exportador a nivel mundial. Estas exportaciones las destina Bélgica en forma mayoritaria a países de la Unión Europea: Francia (29,3% del valor exportado en 2009), los Países Bajos (18%), Reino Unido (15,3%), Alemania (13%) y España (4,2%)

Cuadro 174. **Bélgica, exportaciones de preparados de legumbres, hortalizas, frutos y otras partes de plantas (20)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
2004	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas (excepto los productos de la partida 2006)	1.231.977	998.555	0,8	16,9
2005	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006)	442.700	652.155	1,5	12,6
2007	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	71.276	174.080	2,4	14,1
2008	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte	53.149	150.376	2,8	8,8

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
2001	Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético	31.874	55.543	1,7	10,3
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 3.115.391 (7% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Francia, Países Bajos, Reino Unido, Alemania y España.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

A continuación se detallan, para los principales productos en conservas identificados en el cuadro anterior, los cinco primeros países de destino de las exportaciones de Bélgica, indicando el valor exportado a cada uno de ellos y el porcentaje que representa dentro del total exportado de ese producto.

Cuadro 175. Bélgica: países de destino de las exportaciones de preparados de legumbres, hortalizas, frutos y otras partes de plantas (20)

2004 Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	273.029	27
Países Bajos	149.478	15
Reino Unido	146.896	15
España	68.908	7
Alemania	44.967	5

2005 Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Países Bajos	250.748	38
Francia	173.203	27
Alemania	105.765	16
Reino Unido	51.335	8
Suecia	15.643	2

2007 Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	66.866	38
Países Bajos	37.957	22
Alemania	19.649	11
Reino Unido	16.252	9
Italia	4.501	3

2008 Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	70.212	47
Reino Unido	16.804	11
Países Bajos	16.119	11
Alemania	15.008	10
Luxemburgo	5.245	3

2001 Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas preparados o conservados en vinagre o en ácido acético		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	23.121	42
Países Bajos	13.181	24
Reino Unido	8.240	15
Alemania	4.383	8
Luxemburgo	1.495	3

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

En las exportaciones de Bélgica destacan también algunos productos dentro del código 0711, que incluye productos como los pepinos y pepinillos y las aceitunas. En 2009, estas exportaciones de Bélgica sumaron un valor de US\$ 12.064 miles y un volumen de 8.069 toneladas.

Cuadro 176. Bélgica: exportaciones de hortalizas (incluso silvestres) conservadas provisionalmente (código 0711)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
071140	Pepinos y pepinillos conservados provisionalmente, todavía impropios para consumo inmediato	5.397	7.450	1,4	2,7
071190	Las demás legumbres y hortalizas; mezclas de hortalizas y/o legumbres conservadas provisionalmente, pero todavía impropias para consumo inmediato	1.752	2.321	1,3	27,8
071120	Aceitunas conservadas provisionalmente, pero todavía impropias para consumo inmediato	921	2.293	2,5	1.583

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Los cinco principales países de destino de estos productos exportados por Bélgica se detallan a continuación.

Cuadro 177. Bélgica: países de destino de las exportaciones de hortalizas (incluso silvestres) conservadas provisionalmente (código 0711)

071140 Pepinos y pepinillos conservados provisionalmente, todavía impropios para consumo inmediato		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Alemania	4.093	55
Reino Unido	2.338	31
Francia	980	13
Países Bajos	28	0,4
Suecia	4	0,1

071190 Las demás legumbres y hortalizas; mezclas de hortalizas y/o legumbres conservadas provisionalmente, pero todavía impropias para consumo inmediato		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	1.160	50,0
Suiza	349	15,0
Italia	191	8,2
España	128	5,5
Países Bajos	120	5,2

071120 Aceitunas conservadas provisionalmente, pero todavía impropias para consumo inmediato		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Países Bajos	563	24,6
Italia	512	22,3
Alemania	447	19,5
Francia	339	14,8
España	314	13,7

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

En conservas de frutas, destacan en particular las exportaciones de Bélgica de cerezas conservadas, que han venido aumentando a una tasa anual de casi 33% anual desde 2001, al mismo tiempo que las exportaciones de los demás frutos conservados han disminuido significativamente cada año.

Cuadro 178. Bélgica: exportaciones de frutas en conservadas

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
081210	Cerezas provisionalmente conservadas	68	329	4,8	32,8
081290	Los demás frutos conservados provisionalmente	17	76	4,5	-23,6

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Los principales países de destino de las exportaciones belgas de estos productos se detallan a continuación.

Cuadro 179. **Bélgica: países de destino de las exportaciones de frutas en conservas**

081210 Cerezas provisionalmente conservadas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Reino Unido	309	93,9
Francia	10	3,0
España	10	3,0

081290 Los demás frutos conservados provisionalmente		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	31	40,8
Luxemburgo	31	40,8
Alemania	4	5,3
Malasia	4	5,3
Polonia	3	3,9

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Bélgica también es un relevante exportador de conservas de la molinería (malta, almidón y fécula, inulina, gluten de trigo, códigos 11). De estos productos exportó en 2009 productos por un valor de 1.063.688 miles de US\$ (el 7,8% del valor total exportado en el mundo).

Deshidratados

Como se indicó antes, las exportaciones de deshidratados de Bélgica sumaron en 2009 un volumen de 62.496 toneladas (1,2% del total mundial) y un valor de 271.766 miles de US\$ (1,9% del total mundial). Se trata de exportaciones que entre 2001 y 2009 han venido creciendo a una tasa promedio anual de 9,1% en términos del volumen y 17,6% en términos del valor. Estas exportaciones se concentran de manera importante en el grupo del código 08, del cual se detallan a continuación los principales productos.

Cuadro 180. **Bélgica: exportaciones de frutas deshidratadas**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
0802	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cascara o mondados	23.976	147.241	6,1	23,9

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
0806	Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas	49.319	97.900	2,0	0,1
0801	Cocos, nueces del Brasil y nueces de marañón (merey, cajuil, anacardo, cajú)	16.276	41.738	2,6	15,2

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Los cinco principales países de destino de las exportaciones de cada uno de estos productos provenientes de Bélgica se detallan en los cuadros siguientes.

Cuadro 181. **Bélgica: países de destino de las exportaciones de frutas deshidratadas**

0802 Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Alemania	56.406	38
Francia	25.341	17
Italia	23.819	16
Países Bajos	17.244	12
España	14.190	10

0806 Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Alemania	36.602	37
Países Bajos	21.138	22
Francia	10.115	10
Polonia	7.362	8
Luxemburgo	3.895	4

0801 Cocos, nueces del Brasil y nueces de marañón (mery, cajuil, anacardo, cajú)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Alemania	19.960	48
Países Bajos	17.760	43
Francia	2.808	7
Reino Unido	695	2
Luxemburgo	203	0,5

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Con valores de exportación bastante menores que los del grupo anterior, Bélgica también exporta un conjunto de productos del código 0813, donde se incluyen productos como las ciruelas, damascos y manzanas deshidratadas.

Cuadro 182. Bélgica: exportaciones de deshidratados de frutas y otros frutos, secos, del código 0813

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
'081320	Ciruelas desecadas o deshidratadas	1.828	9.056	4,9	8,9
081350	Mezclas de frutas secas o de frutos de cáscara de este capítulo	511	4.758	9,3	58,4
081310	Damascos desecados o deshidratados (incluye: damascos descaroizados)	482	1.762	3,7	48,9
081340	Los demás frutos secos	168	630	3,8	28,8
081330	Manzanas desecadas o deshidratadas	37	157	4,2	33,5

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Los cinco primeros países de destino para cada uno de estos productos exportados por Bélgica se detallan a continuación.

Cuadro 183. **Bélgica: países de destino de las exportaciones de frutas y otros frutos secos del código 0813**

081320 Ciruelas desecadas o deshidratadas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Alemania	8.345	92
Francia	311	3
Países Bajos	125	1
Luxemburgo	105	1
Reino Unido	78	1

081350 Mezclas de frutas secas o de frutos de cáscara de este capítulo		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	4.185	88
Luxemburgo	182	4
Alemania	151	3
Países Bajos	95	2
Dinamarca	51	1

081310 Damascos desecados o deshidratados (incluye: damascos descaroizados)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Países Bajos	1.339	76
Francia	241	14
Alemania	119	7
Luxemburgo	39	2
Federación de Rusia	8	0,5

081340 Los demás frutos secos		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	371	59
Países Bajos	71	11
Alemania	63	10
Luxemburgo	56	9
Reino Unido	33	5

081330 Manzanas desecadas o deshidratadas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	85	54
Luxemburgo	47	30
Reino Unido	11	7
España	10	6
Alemania	1	1

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Entre las hortalizas deshidratadas que exporta Bélgica, se incluyen las cebollas, diversos tipos de hongos y setas y otras legumbres y hortalizas. Entre ellas, destacan claramente las cebollas deshidratadas y las 'demás legumbre y hortalizas y mezclas deshidratadas, productos para los cuales se detallan más abajo los principales países de destino.

Cuadro 184. Bélgica: exportaciones de hortalizas (incluso silvestres) secas, bien cortadas en trozos o en rodajas, deshidratadas (código 0712)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
071220	Cebollas, incluso en trozos o rodajas, sin otra preparación, secas	5.721	20.138	3,5	31,9
071290	Las demás legumbres y hortalizas; mezclas de hortalizas y/o legumbres	4.867	15.159	3,1	7,4
071231	Hongos del género Agaricus, secos, incl. los cortados en trozos o en rodajas o los triturados o pulverizados	37	803	21,7	75,4
071239	Setas y demás hongos y trufas, secas, incl. las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas	51	533	10,5	-3,2
071232	Orejas de Judas Auricularia spp., secas, incl. las cortadas en trozos o en rodajas o trituradas o pulverizadas	1	18	18,0	623,8
071233	Hongos gelatinosos Tremella spp., secos, incl. los cortados en trozos o en rodajas o triturados o pulverizados	1	3	3,3	0,0

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Para los dos principales productos registrados en el cuadro anterior, se detallan a continuación los cinco primeros países de destino, indicando el valor exportado a cada

uno de ellos en 2009 y el porcentaje que ello representa en las exportaciones belgas de ese producto.

Cuadro 185. **Bélgica: países de destino de las exportaciones de hortalizas (incluso silvestres) secas, bien cortadas en trozos o en rodajas, deshidratadas (código 0712)**

071220 Cebollas, incluso en trozos o rodajas, sin otra preparación, secas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Países Bajos	6.857	34
Alemania	5.933	29
Francia	2.622	13
Reino Unido	1.150	6
Suiza	973	5

071290 Las demás legumbres y hortalizas; mezclas de hortalizas y/o legumbres		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Países Bajos	7.272	48
Francia	3.551	23
Reino Unido	819	5
Polonia	762	5
Alemania	714	5

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Otros productos destacados en las exportaciones de Bélgica de productos deshidratados, son las partes de plantas deshidratadas, que en 2009 totalizaron un valor de US\$ 38.236 miles; y las de 'pimiento del género Piper', cuyas ventas al exterior sumaron US\$ 15.589 miles ese mismo año. Los principales países de destino de las exportaciones belgas de estos productos se detallan a continuación.

Cuadro 186. **Bélgica: exportaciones de partes de plantas deshidratadas (código 1211)**

1211 Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	38.236	100
Países Bajos	17.872	47
Francia	6.333	17
Reino Unido	5.687	15
Alemania	3.738	10
Portugal	1.037	3

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Cuadro 187. **Bélgica: exportaciones de hortalizas (incluso silvestres) secas, bien cortadas en trozos o en rodajas, deshidratadas (código 0712)**

0904 Pimienta del género piper; frutos de los géneros capsicum o pimenta		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	15.589	100
Países Bajos	5.159	33
Francia	4.544	29
Alemania	1.133	7
Luxemburgo	942	6
República Checa	764	5

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Aceites

En 2009, Bélgica exportó aceites de frutas por un volumen de 74.668 toneladas (el 0,2% del total mundial), por un valor de 73.402 miles de US\$ (0,2% del total). En este grupo de productos, Bélgica sólo tiene una participación destacada (entre los cinco primeros exportadores del mundo) en ‘las demás grasas y aceites vegetales fijos (incluido el aceite de jojoba y sus fracciones), incluso refinados, pero sin modificar químicamente’ (códigos 1515). Este tipo de aceites, como se ha indicado, son de importancia para Chile por cuanto incluyen los aceites de mosqueta y de pepita de uva; sin embargo, la información disponible sobre comercio internacional no hace posible identificar estos tipos de aceites dentro de las partidas que identifican los códigos.

En el grupo de ‘las demás grasas y aceites vegetales fijos’ (código 1515) Bélgica registró en 2009 un valor exportado de 198.360 miles de US\$, que representó el 7,9% del total

exportado en el mundo en esta categoría (con lo que se situó como el tercer exportador, después de Estados Unidos e India). Los principales productos incluidos en estas ventas de Bélgica son aceites de linaza (58% del valor exportado de este tipo de aceites) y aceites de maíz (36,3%) y pequeños montos de aceites de ricino y sésamo, y otros que no es posible identificar en las glosas. Sus principales mercados son todos países de la Unión Europea: Alemania, los Países Bajos, Francia, Reino Unido y España.

Bélgica también exporta un volumen de aceite de oliva que en 2009 llegó a un volumen de 5.225 toneladas y un valor de US\$ 19.225 miles, incluyendo aceite de oliva virgen y “los demás aceites de oliva y sus fracciones”. Se trata en ambos casos de exportaciones que han venido creciendo a una tasa promedio anual superior al 33% en el período 2001-2009.

Cuadro 188. Bélgica: exportaciones de aceites de oliva

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
150910	Aceite de oliva, virgen	4649	17.261	3,7	33,1
150990	Los demás aceites de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	576	1.964	3,4	34,5

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Los países de destino de las exportaciones belgas de estos aceites de oliva son los que se indican a continuación.

Cuadro 189. Bélgica: Países de destino de las exportaciones de aceites de oliva

1509 Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	7.460	39
Países Bajos	3.341	17
Luxemburgo	2.225	12
Alemania	1.543	8
Noruega	1.300	7

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Cuadro 190. **Bélgica: exportaciones de aceites esenciales (código 3301)**

3301 Aceites esenciales (desterpenados o no)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	12.885	100
Francia	6.139	48
Alemania	2.243	17
Japón	1.077	8
Suiza	451	4
Estados Unidos	402	3

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

Estos aceites esenciales incluyen, entre los de mayor interés para Chile, los siguientes:

Cuadro 191. **Bélgica: exportaciones de aceites esenciales de mayor interés para Chile**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
330113	Aceites esenciales de limón	67	854	12,8	79,9
330112	Aceites esenciales de naranja	210	591	2,8	42,4
330125	Aceites esenciales de las demás mentas, excepto la piperita	1	52	52	232,9
330124	Aceites esenciales de menta piperita	1	43	43	63,5

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

A continuación se detallan los principales países de destino de las exportaciones belgas para el conjunto de aceites esenciales de los códigos 3301 (categoría en la cual se insertan los productos señalados en el cuadro anterior).

Cuadro 192. **Bélgica: Países de destino de las exportaciones de aceites esenciales**

3301 Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los concretos o abstractos		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	12.885	100
Francia	6.139	48
Alemania	2.243	17
Japón	1.077	8
Suiza	451	4
Estados Unidos	402	3

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

PERÚ

En el año 2009, Perú realizó exportaciones de productos hortofrutícolas procesados por un volumen de 315.312 toneladas (el 0,3% del total exportado en el mundo) y un valor de 613.486 miles de US\$ (casi 0,6% del total mundial).

En los distintos grupos de productos hortofrutícolas procesados, las exportaciones de Perú representan –con la excepción de los deshidratados- menos del 0,6% del volumen total exportado en el mundo y menos del 1% del valor correspondiente (Cuadros 193 y 194). Su posición en las exportaciones mundiales es algo más fuerte en el caso de los deshidratados, conservas y congelados, en los cuales se ubica en torno al lugar número 20 entre los países exportadores, considerando el valor de las exportaciones.

Cuadro 193. **Perú: valor exportado de procesados hortofrutícolas, según grupo de productos, valor 2001-2009 (Miles de US\$ FOB y variación porcentual)**

Tipo de producto	Valor 2001	Valor 2002	Var. 02/01 %	Valor 2003	Var. 03/02 %	Valor 2004	Var. 04/03 %	Valor 2005	Var. 05/04 %
Conservas	116.786	130.969	12,1	142.847	9,1	174.255	22,0	214.986	23,4
Congelados	16.574	21.690	30,9	22.872	5,4	27.723	21,2	37.627	35,7
Deshidratados	28.485	33.492	17,6	38.313	14,4	70.386	83,7	114.701	63,0
Jugos	3.936	5.035	27,9	5.149	2,3	5.062	-1,7	6.034	19,2
Aceites	3.757	5.808	54,6	7.450	28,3	7.511	0,8	8.944	19,1
TOTAL	169.538	196.994	16,2	216.631	10,0	284.937	31,5	382.292	34,2

continuación

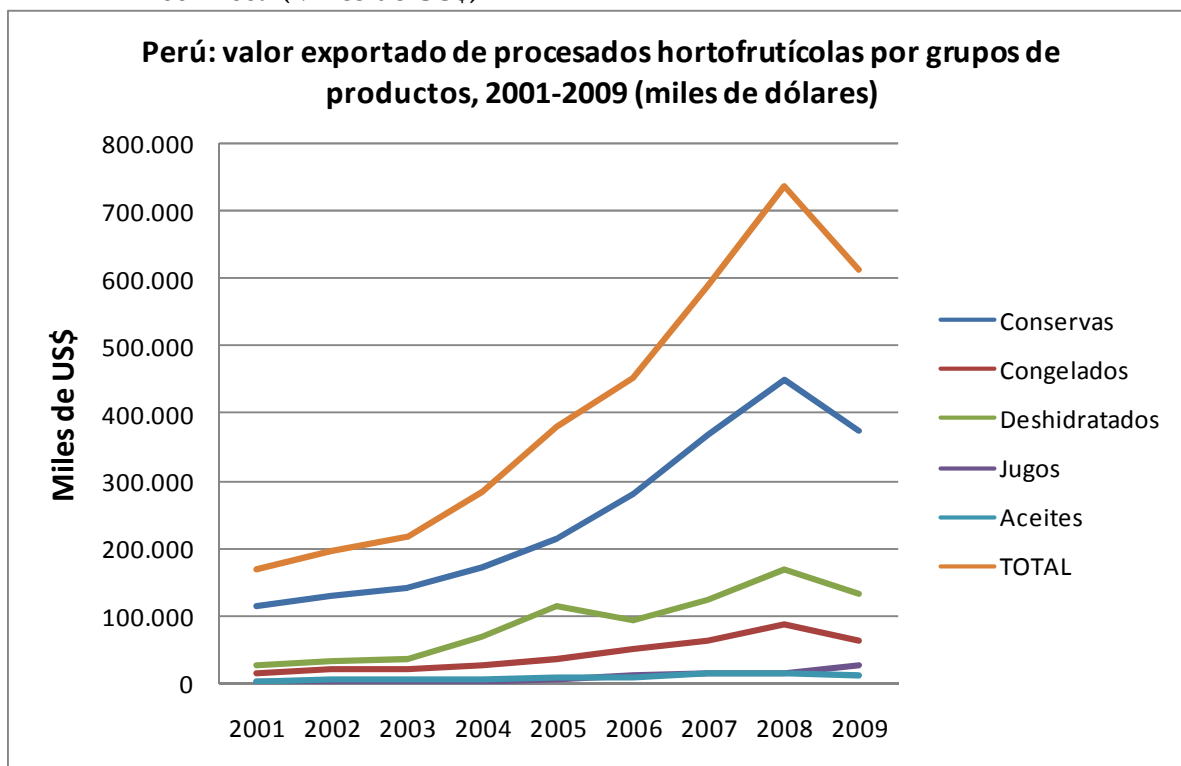
Tipo de producto	Valor 2006	Var. 06/05 %	Valor 2007	Var. 07/06 %	Valor 2008	Var. 08/07 %	Valor 2009	Var. 09/08 %	Var. prom anual 2001-09	2009	
										% total mundial	Lugar N°
Conservas	283.298	31,8	371.010	31,0	451.610	21,7	376.747	-16,6	16,8	0,9	19
Congelados	54.057	43,7	63.886	18,2	88.855	39,1	63.912	-28,1	20,8	0,9	21
Deshidratados	95.486	-16,8	124.228	30,1	169.411	36,4	133.727	-21,1	25,9	0,9	18
Jugos	12.277	103,5	14.138	15,2	14.459	2,3	26.867	85,8	31,8	0,2	41
Aceites	10.166	13,7	15.351	51,0	14.000	-8,8	12.233	-12,6	18,3	0,037	47
TOTAL	455.284	19,1	588.613	29,3	738.335	25,4	613.486	-16,9	18,6	0,6	

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Al margen de ello, es muy significativo el crecimiento que muestran las exportaciones del país entre 2001 y 2009, tanto en términos de volumen como de valor. El volumen exportado de procesados hortofrutícolas de Perú muestra un promedio de crecimiento anual de 14,5%, que es aún mayor, de 18,6%, en el caso del valor de las exportaciones, con lo cual el país exhibe los crecimientos promedio más altos dentro del conjunto de países considerados en este análisis. Así, sus exportaciones muestran entre 2001 y 2009 un crecimiento acumulado de 182% en términos de volumen y 261% en términos de valor.

Este indicador es igualmente favorable para los distintos grupos de productos procesados: en el caso del volumen exportado, los crecimientos promedio anuales registrados entre 2001 y 2009 van entre 12% para las conservas y 26,3% para los deshidratados; en el caso del valor de las exportaciones, los promedios de crecimiento anual fluctúan entre 16,8% para las conservas y 31,8% para los jugos.

Gráfico 132. Perú: valor exportado de procesados hortofrutícolas por grupos de productos 2001-2009 (Miles de US\$)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En cuanto a la evolución de las exportaciones año a año, en el caso del valor exportado se observa en general una tendencia de crecimiento clara y sostenida, que sólo se interrumpe en 2009, cuando los valores de exportación de todos los grupos de productos disminuyen en forma significativa por efecto de la crisis financiera internacional (Gráfico 132). La evolución año a año de los volúmenes exportados es muy similar a la evolución que muestran los valores de exportación, como puede observarse en el Gráfico 133.

Cuadro 194. Perú: volumen exportado de procesados hortofrutícolas, según grupo de productos, 2001-2009 (Toneladas y variación porcentual)

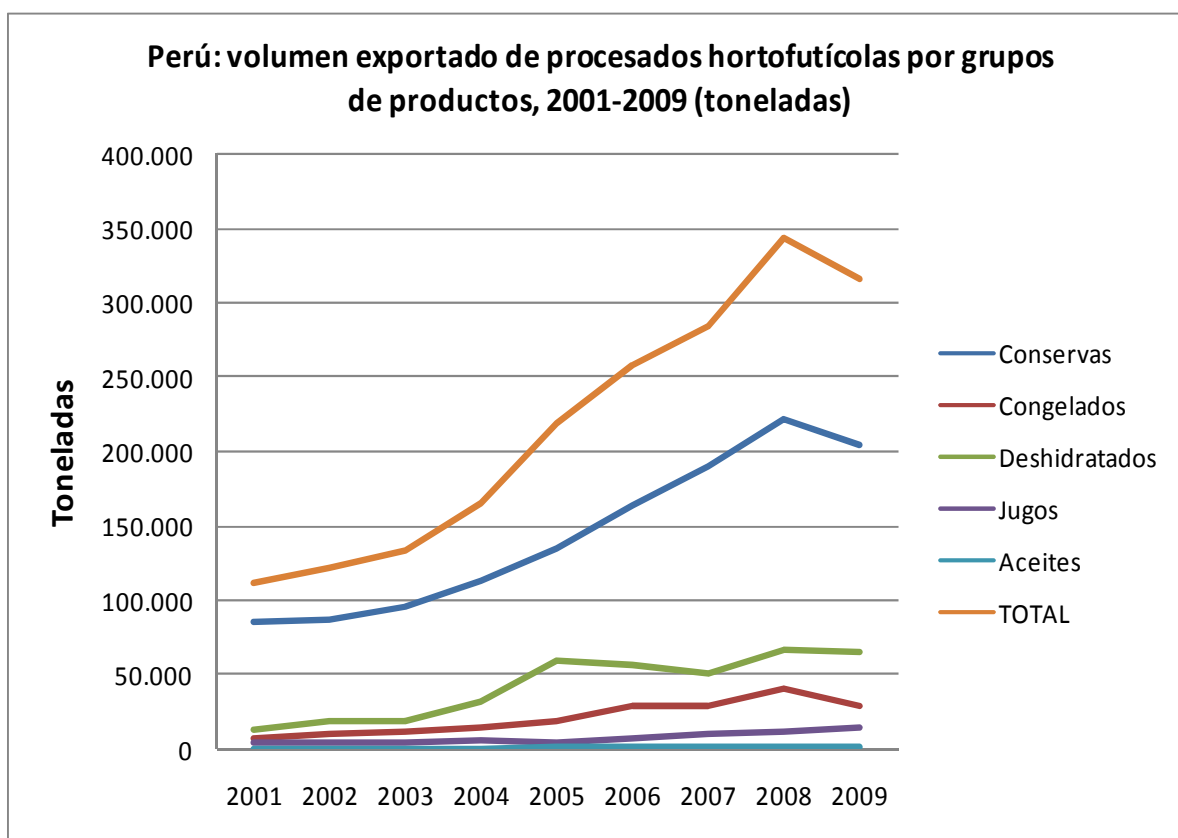
Tipo de producto	Volumen 2001	Volumen 2002	Var. 02/01 %	Volumen 2003	Var. 03/02 %	Volumen 2004	Var. 04/03 %	Volumen 2005	Var. 05/04 %
Conservas	85.157	87.117	2,3	95.968	10,2	112.402	17,1	134.462	19,6
Congelados	8.216	10.863	32,2	12.768	17,5	15.698	22,9	19.635	25,1
Deshidratados	13.309	19.260	44,7	18.989	-1,4	31.799	67,5	59.397	86,8
Jugos	4.169	4.304	3,2	4.761	10,6	5.256	10,4	4.851	-7,7
Aceites	613	501	-18,3	642	28,1	710	10,6	1.097	54,5
TOTAL	111.464	122.045	9,5	133.128	9,1	165.865	24,6	219.442	32,3

continuación

Tipo de producto	Volumen 2006	Var. 06/05 %	Volumen 2007	Var. 07/06 %	Volumen 2008	Var. 08/07 %	Volumen 2009	Var. 09/08 %	Var. prom anual 2001-09	2009	
										% total mundial	Lugar N°
Conservas	163.847	21,9	190.235	16,1	222.793	17,1	205.094	-7,9	12,0	0,6	25
Congelados	28.904	47,2	30.259	4,7	40.968	35,4	28.917	-29,4	19,5	0,5	27
Deshidratados	56.340	-5,1	50.640	-10,1	66.502	31,3	64.521	-3,0	26,3	1,2	17
Jugos	7.631	57,3	11.198	46,7	11.881	6,1	15.488	30,4	19,6	0,1	54
Aceites	1.208	10,1	1.647	36,3	1.442	-12,4	1.292	-10,4	12,3	0,002	80
TOTAL	257.930	17,5	283.979	10,1	343.586	21,0	315.312	-8,2	14,5	0,3	

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Gráfico 133. Perú: volumen exportado de procesados hortofrutícolas por grupos de productos 2001-2009 (Toneladas)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

A continuación se analizan las exportaciones de Perú con foco en aquellos grupos de productos en que el país tiene una posición más destacada en el mercado internacional (entre los cinco primeros exportadores a nivel mundial), identificando los principales productos exportados y sus mercados de destino.

Deshidratados

Las exportaciones de deshidratados de Perú sumaron en 2009 un volumen de 64.521 toneladas (1,2% del total mundial) y un valor de 133.727 miles de US\$ (0,9% del total). Se trata de ventas al exterior que registran un promedio anual de crecimiento, muy significativo, de 26,3% en términos del volumen y 25,9% en términos del valor, y un crecimiento acumulado de 384% en volumen y 369% en valor entre 2001 y 2009. Como se indicó antes, es el grupo de productos en que Perú alcanza su mayor relevancia en el comercio mundial, ya que se ubica en el lugar 18 en valor y 17 en volumen.

Perú sólo ocupa una posición destacada, en el sentido de encontrarse entre los primeros cinco exportadores del mundo, en el caso de los pimientos deshidratados (pimientos secos, triturados o pulverizados (pimentón): 090420). Las exportaciones mundiales del producto sumaron en 2009 un valor de 916.942 miles de US\$, del cual Perú concentró el 11,2%, (102.837 miles de US\$), con lo cual es el tercer exportador principal, después de India y China. Estas exportaciones las destina Perú principalmente a España (que concentró el 37,7% del valor en 2009), Estados Unidos (37,5%), México (18,5%) y, con proporciones mucho menores, Chile (1,2%) y Guatemala (0,7%).

En el resto de los grupos de productos (conservas, congelados, jugos y aceites), como ya se indicó, la participación de Perú en el comercio mundial no llega a representar en ningún caso el 1%, ni tampoco alcanza el país una posición más destacada en alguna de las principales categorías de productos dentro de esos grupos.

A continuación se entrega el detalle de países de destino de las exportaciones peruanas de productos deshidratados, comenzando por los pimientos deshidratados, producto en el cual –como ya se dijo– Perú ocupa una posición destacada como tercer exportador a nivel mundial. En este caso, Chile es destino de las exportaciones peruanas, si bien con un porcentaje pequeño del total.

Cuadro 195. **Perú: países de destino de las exportaciones de pimientos deshidratados**

090420 Pimientos secos, triturados o pulverizados (pimentón)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
España	38.818	37,7
Estados Unidos	38.572	37,5
México	19.012	18,5
Chile	1.284	1,2
Guatemala	700	0,7

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En los productos correspondientes a ‘hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación’ (códigos 0712), Perú registró en 2009 exportaciones por un monto total de US\$ 13,3 millones de dólares. Estas exportaciones se destinaron principalmente a Alemania, Estados Unidos, Japón, Francia y Brasil, con el siguiente detalle por producto.

Cuadro 196. **Perú: países de destino de las exportaciones de hortalizas secas**

071290 Las demás legumbres y hortalizas, mezclas de hortalizas y/o legumbres		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Alemania	6.517	60,8
Estados Unidos	3.266	30,5
Japón	279	2,6
España	106	1,0
Países Bajos	88	0,8

071220 Cebollas, incluso en trozos o rodajas, sin otra preparación, secas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Japón	1.802	69,1
Alemania	360	13,8
Estados Unidos	342	13,1
Chile	94	3,6

071231 Hongos del género <i>Agaricus</i>, secos, incl. los cortados en trozos o en rodajas o los triturados o pulverizados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Francia	362	45,3
Brasil	339	42,4
Chile	53	6,6
Argentina	33	4,1
Uruguay	11	1,4

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En deshidratados frutícolas, las exportaciones de Perú se concentran en ‘uvas incluidas las pasas’ y ‘cocos, nueces de Brasil y nueces de marañón’, entre los productos específicos. Estas exportaciones de Perú se dirigen principalmente a Estados Unidos, Países Bajos, Hong Kong, Federación Rusa y Reino Unido, particularmente en el caso de las pasas, que son el producto que registra los mayores valores exportados. A continuación se entrega el

detalle de países de destino para estos dos productos, así como para ‘los demás frutos de cáscara frescos o secos incluso sin cáscara o mondados’, que son los principales componentes de las exportaciones peruanas de frutos deshidratados.

Cuadro 197. **Perú: países de destino de las exportaciones de frutas deshidratadas**

0806 Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Estados Unidos	38.432	28,2
Países Bajos	21.934	16,1
Hong Kong (China)	17.158	12,6
Federación de Rusia	10.831	8,0
Reino Unido	10.969	8,1

0801 Cocos, nueces del Brasil y nueces de marañón (merey, cajuil, anacardo, cajú)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Estados Unidos	8.881	76,4
Reino Unido	327	2,8
Federación de Rusia	444	3,8
Canadá	419	3,6
Australia	279	2,4

0802 Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Hong Kong (China)	3.325	81,3
Tailandia	441	10,8
Estados Unidos	58	1,4
México	7	0,2
Países Bajos	98	2,4

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Conservas

Entre las hortalizas en conservas que exporta Perú destacan los tomates y las setas y hongos preparados o conservados, entre los productos identificados con ese nivel de detalle. En el cuadro se presentan los niveles de exportación para estos productos y otros más generales.

Cuadro 198. Perú: exportaciones de conservas de hortalizas (códigos 200)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
2005	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético)	161.330	304.689	1,9	16,7
2001	Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de planta	14.409	27.538	1,9	46,5
2002	Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético)	6.238	7.878	1,3	12,1
2003	Setas y demás hongos y trufas, preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético)	11	78	7,1	-55,6
2004	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético)	35	53	1,5	1.879,9

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En el caso de las hortalizas agrupadas como 'las demás', las exportaciones de Perú se destinan principalmente a países de América del Norte y la Unión Europea, en particular Estados Unidos, España, Francia, Alemania y, en menor medida, Canadá y el Reino Unido. Las exportaciones de tomates preparados, en cambio, las destina Perú a países de América Latina, con el siguiente detalle.

Cuadro 199. Perú: países de destino de las exportaciones de tomates conservados

2002 Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Venezuela	3.024	38
Ecuador	2.635	33
Colombia	866	11
Bolivia	1.089	14

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

El cuadro muestra las exportaciones peruanas de conservas de fruta, en las cuales se destacan las agrupadas como 'frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo' (códigos 2008) y, en menor medida, 'confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos' (código 2007).

Cuadro 200. **Perú: exportaciones de conservas de frutas**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
081290	Los demás frutos conservados provisionalmente	21	29	1,4	314,3
2008	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo	8334	16.297	2,0	18,1
2007	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos	1138	1.516	1,3	27,5
2006	Hortalizas, frutas u otros frutos o sus cortezas y demás partes de plantas confitadas con azúcar	77	116	1,5	204,8

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Dentro de los productos del código 2008 cabe destacar como productos individuales las exportaciones de palmitos (conservados o preparados o con alcohol) que en 2009 alcanzaron un valor de casi 3,9 millones de dólares. A continuación se presentan los principales países de destino para las exportaciones peruanas de los códigos 2008 y 2007.

Cuadro 201. **Perú: países de destino de las exportaciones de conservas de frutas códigos 2008 y 2007.**

2008 Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Estados Unidos	4.935	30
Países Bajos	1.851	11
España	1.228	8
Francia	772	5
Australia	895	5

2007 Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Estados Unidos	669	44
Países Bajos	277	18
Francia	167	11
Bolivia	69	5
Ecuador	51	3

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Congelados

A continuación se presentan las exportaciones de hortalizas congeladas realizadas por Perú en 2009. Destacan, como productos específicos, los congelados de maíz dulce, alubias (porotos, *Vigna spp.*, *Phaseolus spp.*) y, en menor medida, papas y espinacas.

Cuadro 202. **Perú: exportaciones de hortalizas congeladas**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
071080	Las demás legumbres y hortalizas	13.280	35.904	2,7	13,2
071040	Maíz dulce	2.003	3.889	1,9	46,3
071022	Alubias, incluso desvainadas, cocidas, congeladas	1.052	1.885	1,8	17,8
071029	Otras legumbres desvainadas, cocidas, congeladas	191	604	3,2	51,4
071010	Patatas (papas), incluso cocidas con agua o vapor, congeladas	181	314	1,7	32,2
071090	Mezclas de hortalizas y/o legumbres	20	42	2,1	116,2
071030	Espinacas y armuelles, incluso cocidas, congeladas	1	2	2,0	--

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Para los productos identificados a nivel de especies, así como para el grupo principal identificado como 'las demás legumbres y hortalizas', se detallan a continuación los principales países de destino de las exportaciones de Perú en 2009, indicando el valor exportado y su participación en el total de la exportación peruana de ese producto. Cabe destacar las exportaciones destinadas en 2009 a Chile, correspondientes a maíz dulce congelado por un monto de 118.000 dólares y papas congeladas por un monto de 24.000 dólares.

Cuadro 203. **Perú: países de destino de las exportaciones de hortalizas congeladas**

071080 Las demás legumbres y hortalizas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Estados Unidos	19.777	55
España	5.314	15
Italia	4.887	14
Japón	2.087	6
Países Bajos	1.268	4

071040 Maíz dulce		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Estados Unidos	2.320	60
España	1.415	36
Chile	118	3
El Salvador	3	0

071022 Alubias, incluso desvainadas, cocidas, congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Estados Unidos	1398	74
Francia	451	24
Canadá	37	2

071010 Patatas (papas), incluso cocidas con agua o vapor, congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Estados Unidos	283	90
Chile	24	8
España	3	1
Japón	1	0

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

En las exportaciones peruanas de frutas congeladas destacan como producto específico las fresas o frutillas congeladas. Los montos de estas exportaciones en 2009 se presentan en el cuadro.

Cuadro 204. **Perú: exportaciones de frutas congeladas**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
081190	Otras frutas congeladas	8.401	16.877	2,0	112,6
081110	Fresas (frutillas) congeladas	3.788	4.395	1,2	639,7

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Los cinco principales países de destino de estas exportaciones peruanas se detallan a continuación.

Cuadro 205. **Perú: países de destino de las exportaciones de frutas congeladas**

081190 Otras frutas congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Estados Unidos	9.117	54
Canadá	1.044	6
Japón	1.162	7
Países Bajos	1.580	9
Bélgica	723	4

081110 Fresas (frutillas) congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Estados Unidos	1.634	37
Canadá	1.362	31
Bélgica	995	23
Alemania	172	4

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Jugos

Las exportaciones peruanas de jugos de frutas (y hortalizas) en 2009 se registran en el cuadro siguiente.

Cuadro 206. **Perú: exportaciones de jugos de frutas (y hortalizas)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
2009	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas	15.488	26.867	1,7	31,8

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Entre los jugos considerados de manera específica, destacan en estas exportaciones los jugos de agrios cítricos y de naranja, además de los agrupados como los demás u otros. El detalle de los países de destino de estas exportaciones se entrega a continuación.

Cuadro 207. **Perú: países de destino de las exportaciones de jugos de frutas**

200980 Jugo de las demás frutas o de legumbres u hortalizas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Países Bajos	13.965	63
Estados Unidos	4.665	21
Sudáfrica	286	1
Australia	487	2
Ecuador	115	1

200939 Jugo de agrios cítricos, sin fermentar y sin adición de alcohol, incl. con adición de azúcar		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Estados Unidos	2.828	64
Países Bajos	858	19
Reino Unido	457	10
Canadá	83	2

200919 Otros jugos de naranja		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Ecuador	46	55
Países Bajos	19	23
Aruba	3	4
Alemania	3	4
Italia	1	1

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Aceites

En aceites de frutas, Perú registra en 2009 las exportaciones de aceites de oliva que se detallan en el cuadro. Estas exportaciones han registrado un significativo aumento en los últimos años, desde 10 toneladas (y 29.000 dólares) en 2001 hasta 368 toneladas (y 1,06 millones de dólares) en 2009, para la suma de los dos tipos de aceites detallados en el cuadro.

Cuadro 208. **Perú: exportaciones de aceites de oliva**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
150910	Aceite de oliva, virgen	300	839	2,8	248,4
150990	Los demás aceites de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero si	68	220	3,2	95,7

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Los principales países de destino de estas exportaciones se señalan a continuación. Cabe destacar que en 2009 Chile recibió aceites de oliva (categoría 'los demás') desde Perú, por un valor de US\$ 8.000.

Cuadro 209. Perú: países de destino de las exportaciones aceites de oliva

150910 aceite de oliva, virgen.		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Colombia	94	11
Ecuador	107	13
Canadá	38	5
Brasil	122	15

150990 los demas aceites de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero si		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Japón	43	20
Ecuador	7	3
Chile	8	4

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

AUSTRALIA

Las exportaciones de productos hortofrutícolas procesados de Australia sumaron en 2009 un volumen de 169.621 toneladas (equivalentes al 0,16% del total exportado en el mundo) y un valor de 408.810 miles de US\$ (0,37% del total mundial). Su volumen exportado, considerando cada uno de los grupos de productos, en ningún caso representa más del 0,5% del total mundial y el valor de las exportaciones llega como máximo a representar el 0,7% del total mundial (en el caso de los deshidratados).

Entre 2001 y 2009, estas exportaciones muestran un promedio de crecimiento anual de 2,3% en términos del volumen exportado, pero bastante más alto, 6,1% en términos del valor (Cuadros 210 y 211).

Por grupos de productos, en términos del valor exportado, las tasas de crecimiento promedio anual son bastante diversas: los congelados muestran un crecimiento anual promedio negativo de -3,1%; las conservas y los jugos muestran promedios de crecimiento anual positivos, de 4,6% y 3,8% respectivamente; los aceites son los que muestran la evolución más positiva de su volumen exportado, con una tasa promedio de crecimiento anual de 33,3% y un crecimiento acumulado entre 2001 y 2009 de 218% (el dato no está disponible para los deshidratados, por no contarse con los volúmenes de exportación para algunos años de la serie).

En términos de valor, en cambio, las tasas de crecimiento anual promedio son positivas para todos los grupos de productos y van desde un promedio de 4,1% en el caso de los jugos hasta un 32,3% en los aceites.

Cuadro 210. **Australia: valor exportado de procesados hortofrutícolas, según grupo de productos, valor 2001-2009 (Miles de US\$ FOB y variación porcentual)**

Tipo de producto	Valor 2001	Valor 2002	Var. 02/01 %	Valor 2003	Var. 03/02 %	Valor 2004	Var. 04/03 %	Valor 2005	Var. 05/04 %
Conservas	121.182	150.328	24,1	183.212	21,9	178.729	-2,4	190.975	6,9
Congelados	7.007	9.278	32,4	7.065	-23,9	9.449	33,7	7.084	-25,0
Deshidratados	77.017	82.616	7,3	93.366	13,0	139.496	49,4	162.005	16,1
Jugos	54.090	53.405	-1,3	62.811	17,6	76.979	22,6	84.565	9,9
Aceites	4.647	4.164	-10,4	6.441	54,7	8.627	33,9	10.249	18,8
TOTAL	263.943	299.791	13,6	352.895	17,7	413.280	17,1	454.878	10,1

continuación

Tipo de producto	Valor 2006	Var. 06/05 %	Valor 2007	Var. 07/06 %	Valor 2008	Var. 08/07 %	Valor 2009	Var. 09/08 %	Var. prom anual 2001-09	2009	
										% total mundial	Lugar N°
Conservas	190.274	-0,4	198.251	4,2	202.000	1,9	202.655	0,3	7,0	0,5	35
Congelados	5.711	-19,4	6.501	13,8	6.851	5,4	8.888	29,7	5,9	0,1	50
Deshidratados	137.101	-15,4	76.364	-44,3	72.627	-4,9	95.423	31,4	6,6	0,7	25
Jugos	81.243	-3,9	92.836	14,3	97.292	4,8	67.016	-31,1	4,1	0,5	30
Aceites	16.655	62,5	16.267	-2,3	30.193	85,6	34.828	15,4	32,3	0,1	34
TOTAL	430.984	-5,3	390.219	-9,5	408.963	4,8	408.810	0,0	6,1	0,37	

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

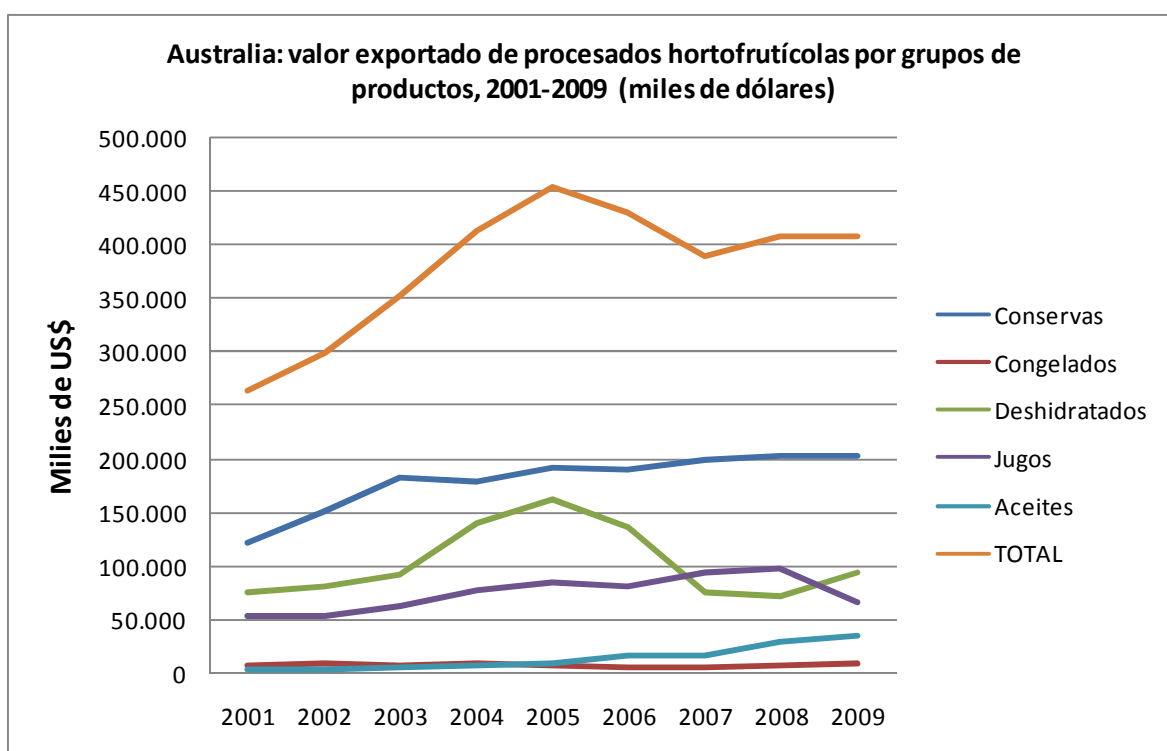
La positiva evolución de los valores de exportación, comentada en el párrafo anterior, puede observarse en el Gráfico 134.

Los valores exportados de aceites de frutas, si bien no son muy altos, muestran un crecimiento constante a lo largo del período (con un promedio anual de crecimiento de 32,2% como ya se indicó) y alcanzan un crecimiento acumulado de 650% entre 2001 y 2009, al aumentar desde 4.647 miles de US\$ en 2001 a 34.828 miles de US\$ en 2009.

Los valores exportados de conservas muestran también una tendencia de constante crecimiento, que se expresa en una tasa promedio de crecimiento anual de 7% entre 2001 y 2009. El crecimiento acumulado a lo largo de ese período es de 67,2%, al aumentar el volumen desde 121.182 miles de US\$ en 2001 a 202.655 miles de US\$ en 2009.

El valor exportado de jugos muestra también una evolución positiva a lo largo del período, sólo con una disminución considerable (de 31%) en el último año de la serie. En el caso de los deshidratados, la evolución del valor exportado es más irregular, con alzas sostenidas hasta 2005, seguidas por varias disminuciones sucesivas en los años siguientes. Los productos congelados, finalmente, muestran alzas y disminuciones alternadas de su valor de exportación hasta 2006 y luego inician un período de crecimiento constante que se acentúa incluso en el año 2009; así su promedio de crecimiento anual entre 2001 y 2009 es de 5,9%.

Gráfico 134. Australia: valor exportado de procesados hortofrutícolas por grupos de productos 2001-2009 (Miles de US\$)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Los volúmenes exportados muestran en algunos casos disminuciones que no se tradujeron siempre en caídas del valor de las exportaciones y así lo expresan las tasas promedios de crecimiento anual, que en general son más altas en términos del valor que en términos del volumen (Gráfico 135).

Así, las conservas, con una tendencia a la disminución de su volumen exportado hacia el final del período, registran una tasa promedio de crecimiento anual del volumen de 4,6% (frente a un 7% en términos del valor); los jugos de 3,8% (frente a 4,1% en términos del valor); los congelados una tasa promedio de crecimiento anual negativa, de -3,1% como ya se comentó (frente a un 5,9% en términos del valor).

En el caso de los aceites, si bien la tasa promedio de crecimiento anual del volumen (33,3%) es levemente mayor que la del valor (32,3), es notorio el hecho de que al final del período el valor de las exportaciones muestre crecimientos importantes (de más de 15% en 2009) al mismo tiempo que el volumen exportado disminuye ese año un 35%.

Cuadro 211. Australia: volumen exportado de procesados hortofrutícolas, según grupo de productos, 2001-2009 (Toneladas y variación porcentual)

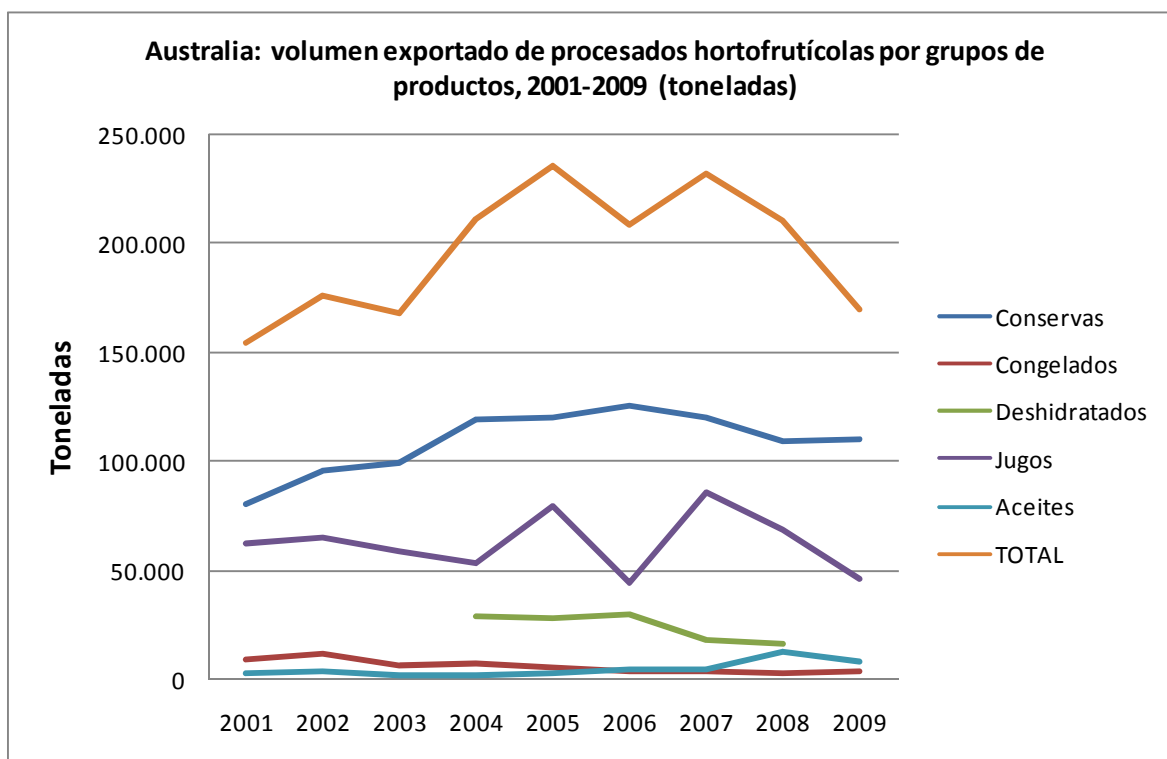
Tipo de producto	Volumen 2001	Volumen 2002	Var. 02/01 %	Volumen 2003	Var. 03/02 %	Volumen 2004	Var. 04/03 %	Volumen 2005	Var. 05/04 %
Conservas	80.070	95.441	19,2	99.726	4,5	119.599	19,9	119.959	0,3
Congelados	8.719	11.892	36,4	6.670	-43,9	7.381	10,7	5.874	-20,4
Deshidratados	S/I	S/I		S/I		29.112		27.962	-4,0
Jugos	62.874	65.525	4,2	59.309	-9,5	53.152	-10,4	79.278	49,2
Aceites	2.681	3.290	22,7	1.724	-47,6	1.647	-4,5	2.432	47,7
TOTAL	154.344	176.148	14,1	167.429	-4,9	210.891	26,0	235.505	11,7

continuación

Tipo de producto	Volumen 2006	Var. 06/05 %	Volumen 2007	Var. 07/06 %	Volumen 2008	Var. 08/07 %	Volumen 2009	Var. 09/08 %	Var. prom anual 2001-09	2009	
										% total mundial	Lugar Nº
Conservas	125.889	4,9	120.318	-4,4	109.638	-8,9	110.712	1,0	4,6	0,3	35
Congelados	3.232	-45,0	3.588	11,0	2.721	-24,2	4.089	50,3	-3,1	0,1	53
Deshidratados	30.139	7,8	17.976	-40,4	16.423	-8,6	S/I		S/I		(34)
Jugos	44.349	-44,1	86.081	94,1	68.645	-20,3	46.278	-32,6	3,8	0,4	31
Aceites	4.422	81,8	4.343	-1,8	13.180	203,5	8.542	-35,2	33,3	0,02	47
TOTAL	208.031	-11,7	232.306	11,7	210.607	-9,3	169.621	-19,5	2,3	0,16	

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Gráfico 135. Australia: volumen exportado de procesados hortofrutícolas por grupos de productos 2001-2009 (Toneladas)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Como se indicó antes, los volúmenes y los valores de exportación de Australia en los distintos grupos de procesados hortofrutícolas representan proporciones muy reducidas del comercio mundial. Es por eso que el país no tiene una posición destacada en ninguno de los grupos de productos (en el sentido de contarse entre los cinco primeros exportadores a nivel mundial), ni tampoco en alguna de las principales categorías de productos dentro de esos grupos.

En este marco, se detallan a continuación las principales exportaciones realizadas por Australia en 2009 en cada uno de los grupos de productos hortofrutícolas procesados, indicando los principales países de destino, los valores de exportación correspondientes y el porcentaje que representan dentro de las exportaciones australianas de ese producto.

Jugos

Para los principales tipos de jugos que exporta Australia, se presenta a continuación el valor total de la exportación en 2009 y el valor de exportación a los cinco primeros países de destino (y su participación en el total).

Cuadro 212. **Australia: Principales países de destino de las exportaciones de jugos**

200990 Mezclas de jugos, sin fermentar y sin alcohol, incluso azucarados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	27.602	100
Japón	7.758	28
Nueva Zelandia	6.614	24
Hong Kong (China)	1.847	7
Singapur	1.609	6
República de Corea	1.395	5

200980 Jugo de las demás frutas o de legumbres u hortalizas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	21.051	100
Japón	14.613	69
Nueva Zelandia	5.181	25
Singapur	348	2
Em. Árabes Unidos	179	1
Nueva Caledonia	162	1

200969 Jugo de uva, incl. el mosto, sin fermentar y sin adición de alcohol		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	4.867	100
Japón	2.406	49
Canadá	788	16
Viet Nam	736	15
Nueva Zelandia	647	13
China	112	2

200919 Otros jugos de naranja		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	3.560	100
Nueva Zelanda	2.787	78
Papua Nueva Guinea	151	4
Tailandia	108	3
Reino Unido	100	3
Filipinas	97	3

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Aceites

Para los principales tipos de aceites (de mayor interés para Chile) que exporta Australia, se detalla a continuación el valor total de la exportación en 2009 y el valor de exportación a los cinco primeros países de destino (y su participación en el total).

Cuadro 213. **Australia: Principales países de destino de las exportaciones de aceites**

1509 Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	29.017	100
Estados Unidos	13.404	46
Italia	8.815	30
China	2.746	9
España	2.048	7
Nueva Zelanda	662	2

1510 Los demás aceites y sus fracciones obtenidos exclusivamente de aceitunas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	632	100
Italia	443	70
Jordania	67	11
Taipei Chino	51	8
Reino Unido	35	6
Nueva Zelanda	11	2

3301 Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los concretos o abstractos		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	32.998	100
Estados Unidos	6.532	20
Nueva Zelandia	4.297	13
India	2.750	8
Hong Kong (China)	2.721	8
Reino Unido	2.555	8

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Conservas

Para las principales categorías de conservas de frutas y de hortalizas que exporta Australia, se detallan a continuación sus exportaciones totales en 2009 y los montos exportados a los cinco primeros países de destino, indicando la participación de cada uno de esos países.

Cuadro 214. **Australia: Principales países de destino de las conservas de frutas**

200892 Fruta mixta en conserva, al natural o en almíbar		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	13.894	100
Nueva Zelandia	6.196	45
Noruega	1.297	9
Japón	1.204	9
Malasia	1.069	8
Canadá	1.024	7

200819 Los demás, incluidas las mezclas preparadas o conservados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	11.216	100
Estados Unidos	9.271	83
Nueva Zelandia	1.170	10
Canadá	111	1,0
Em. Árabes Unidos	105	0,9
Malasia	99	0,9

200870 Melocotones o duraznos, preparados o conservados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	7.820	100
Nueva Zelandia	4.610	59
Japón	1.134	15
Canadá	473	6
Arabia Saudita	378	5
Filipinas	210	3

200899 Las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar.		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	7.365	100
Nueva Zelandia	3.363	46
Reino Unido	1.359	18
Países Bajos	679	9
Japón	398	5
Alemania	373	5

200840 Peras preparadas o en conserva, congeladas con adición de azúcar		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	6.644	100
Reino Unido	1.707	26
Nueva Zelandia	1.093	16
Canadá	980	15
Japón	939	14
Noruega	570	9

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Cuadro 215. **Australia: Principales países de destino de las conservas de hortalizas**

2004 Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre ...)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	17.913	100
Nueva Zelandia	16.284	91
Alemania	453	3
Malasia	399	2
Países Bajos	248	1,4
Singapur	137	0,8

2006 Hortalizas, frutas u otros frutos o sus cortezas y demás partes de plantas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	6.814	100
Estados Unidos	1.950	29
Alemania	1.334	20
Reino Unido	942	14
Países Bajos	646	9
Nueva Zelandia	462	7

2005 Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre...)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	6.447	100
Nueva Zelandia	3.727	58
Papua Nueva Guinea	820	13
Japón	273	4
Singapur	227	4
Indonesia	219	3

2002 Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	5.842	100
Japón	2.039	35
Nueva Zelandia	1.915	33
Reino Unido	990	17
Estados Unidos	510	9
Singapur	145	2

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Congelados

Para las principales categorías de frutas congeladas y hortalizas congeladas que exporta Australia, se detallan a continuación el valor total de sus exportaciones de 2009 y los cinco principales países de destino de esos embarques (su valor exportado y participación en el total).

Cuadro 216. **Australia: Principales países de destino de frutas congeladas**

0811 Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	3.717	100
Filipinas	780	21
Alemania	663	18
Singapur	482	13
Nueva Zelandia	440	12
Malasia	378	10

081190 Otras frutas congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	2.037	100
Alemania	558	27
Japón	375	18
Nueva Zelandia	262	13
Filipinas	240	12
Singapur	217	11

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Cuadro 217. **Australia: Principales países de destino de hortalizas congeladas**

0710 Hortalizas (incluso silvestres), aunque estén cocidas en agua o vapor		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	5.173	100
Nueva Zelandia	3.177	61
Em. Árabes Unidos	279	5
Japón	231	4
Papua Nueva Guinea	201	4
Indonesia	181	3

071022 Alubias, incluso desvainadas, cocidas, congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	1.158	100
Nueva Zelandia	1.070	92
Taipei Chino	61	5
Papua Nueva Guinea	14	1

071021 Arvejas, incluso desvainadas, cocidas, congeladas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	1.121	100
Nueva Zelandia	802	72
Italia	75	7
Israel	45	4
Papua Nueva Guinea	19	2
Indonesia	13	1

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

ESTADOS UNIDOS²⁹

En 2009, Estados Unidos exportó productos hortofrutícolas procesados por un volumen de 4.934.858 toneladas, que representó el 4,8% del volumen exportado en el mundo. En términos del valor de estas exportaciones su relevancia es incluso mayor, ya que el monto de 8.743.603 miles de US\$ que registró en 2009 llega a representar el 8% del total mundial.

Estados Unidos tiene una participación destacada en la exportación de todos los grupos de procesados: en términos del valor exportado (Cuadro 218), es el primero en la exportación de deshidratados (en los cuales concentra en 2009 el 24,3% del valor exportado en el mundo); es tercero en conservas (8,3% del total mundial); cuarto en jugos (8,2%), y noveno en congelados (4,2%) y en aceites (1,3%).

Cuadro 218. Estados Unidos: valor exportado de procesados hortofrutícolas, según grupo de productos, valor 2001-2009 (Miles de US\$ FOB y variación porcentual)

Tipo de producto	Valor 2001	Valor 2002	Var. 02/01 %	Valor 2003	Var. 03/02 %	Valor 2004	Var. 04/03 %	Valor 2005	Var. 05/04 %
Conservas	1.947.785	1.948.801	0,1	1.973.540	1,3	2.161.759	9,5	2.354.110	8,9
Congelados	215.786	218.119	1,1	204.123	-6,4	211.299	3,5	219.329	3,8
Deshidratados	1.357.464	1.481.322	9,1	1.722.296	16,3	2.169.391	26,0	2.675.817	23,3
Jugos	721.889	743.633	3,0	732.507	-1,5	696.553	-4,9	771.521	10,8
Aceites	166.033	196.982	18,6	242.177	22,9	337.142	39,2	379.430	12,5
TOTAL	4.408.957	4.588.857	4,1	4.874.643	6,2	5.576.144	14,4	6.400.207	14,8

continuación

Tipo de producto	Valor 2006	Var. 06/05 %	Valor 2007	Var. 07/06 %	Valor 2008	Var. 08/07 %	Valor 2009	Var. 09/08 %	Var. prom anual 2001-09	2009	
										% total mundial	Lugar N°
Conservas	2.619.310	11,3	2.926.411	11,7	3.577.805	22,3	3.503.574	-2,1	7,9	8,3	3
Congelados	245.909	12,1	285.673	16,2	333.494	16,7	309.321	-7,2	5,0	4,2	9
Deshidratados	2.878.135	7,6	3.087.758	7,3	3.443.413	11,5	3.479.181	1,0	12,8	24,3	1
Jugos	894.901	16,0	996.449	11,3	1.079.658	8,4	1.024.056	-5,1	4,7	8,2	4
Aceites	383.672	1,1	388.777	1,3	580.258	49,3	427.471	-26,3	14,8	1,3	9
TOTAL	7.021.927	9,7	7.685.068	9,4	9.014.628	17,3	8.743.603	-3,0	9,1	8,0	

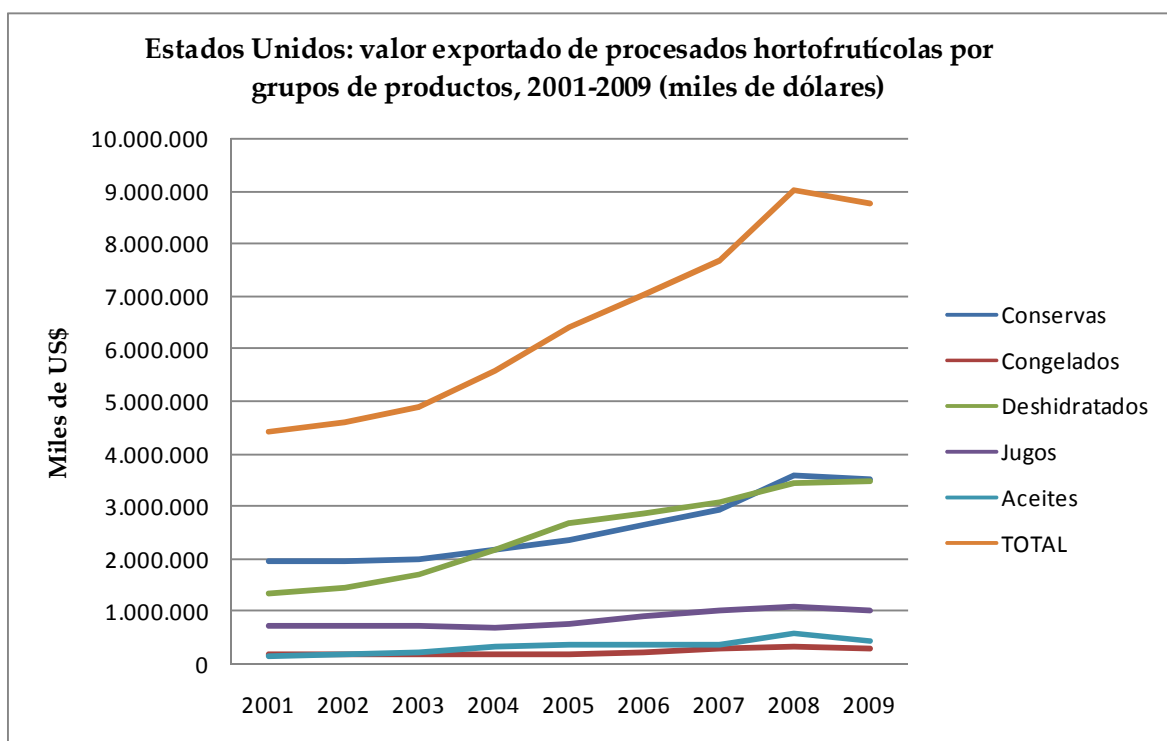
Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

²⁹ La información global de Estados Unidos se presenta como referencia para los casos de los estados de California y Oregon (la fuente de esta información ITC entrega naturalmente la información a nivel de países y no de regiones dentro de un país).

Los valores exportados de los distintos grupos de productos muestran en general tendencias de crecimiento bastante regulares a lo largo del período (Gráfico 136), con tasas de crecimiento positivas hasta 2009, cuando los valores de los distintos grupos disminuyen prácticamente en forma generalizada y de manera más considerable en el caso de los aceites.

Las tasas promedio de crecimiento anual entre 2001 y 2009 del valor exportado alcanzan niveles que van entre 4,7% en el caso de los jugos y 14,8% en el caso de los aceites. Como crecimiento acumulado entre 2001 y 2009, los mayores niveles los alcanzan los deshidratados y los aceites, con cerca de 160% en cada caso. Las conservas, el principal grupo de productos dentro de las exportaciones de procesados hortofrutícolas de Estados Unidos, registran una tasa promedio de crecimiento anual de 7,9% y un crecimiento acumulado de 80% entre 2001 y 2009. Es interesante observar que los deshidratados, como resultado del considerable crecimiento ya señalado, lograron al final del período analizado prácticamente igualar el valor exportado de las conservas, en un nivel bastante alto (después de haberlo superado incluso antes, en niveles algo más bajos).

Gráfico 136. Estados Unidos: valor exportado de procesados hortofrutícolas por grupos de productos 2001-2009 (Miles de US\$)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Los volúmenes exportados evolucionan en general de manera más irregular que los valores correspondientes y, con la excepción de los aceites, registran también tasas de crecimiento anual promedio más bajas que los valores exportados (Cuadro 219).

Cuadro 219. Estados Unidos: volumen exportado de procesados hortofrutícolas, según grupo de productos, 2001-2009 (Toneladas y variación porcentual)

Tipo de producto	Volumen 2001	Volumen 2002	Var. 02/01 %	Volumen 2003	Var. 03/02 %	Volumen 2004	Var. 04/03 %	Volumen 2005	Var. 05/04 %
Conservas	1.916.459	1.907.690	-0,5	1.881.832	-1,4	1.986.434	5,6	2.097.811	5,6
Congelados	202.451	209.938	3,7	189.041	-10,0	186.833	-1,2	187.222	0,2
Deshidratados	578.395	621.488	7,5	629.720	1,3	662.488	5,2	627.725	-5,2
Jugos	1.121.910	1.290.607	15,0	1.081.019	-16,2	S/I	--	982.274	--
Aceites	122.435	119.112	-2,7	144.884	21,6	192.125	32,6	217.807	13,4
TOTAL	3.941.650	4.148.835	5,3	3.926.496	-5,4	3.027.880	-22,9	4.112.839	35,8

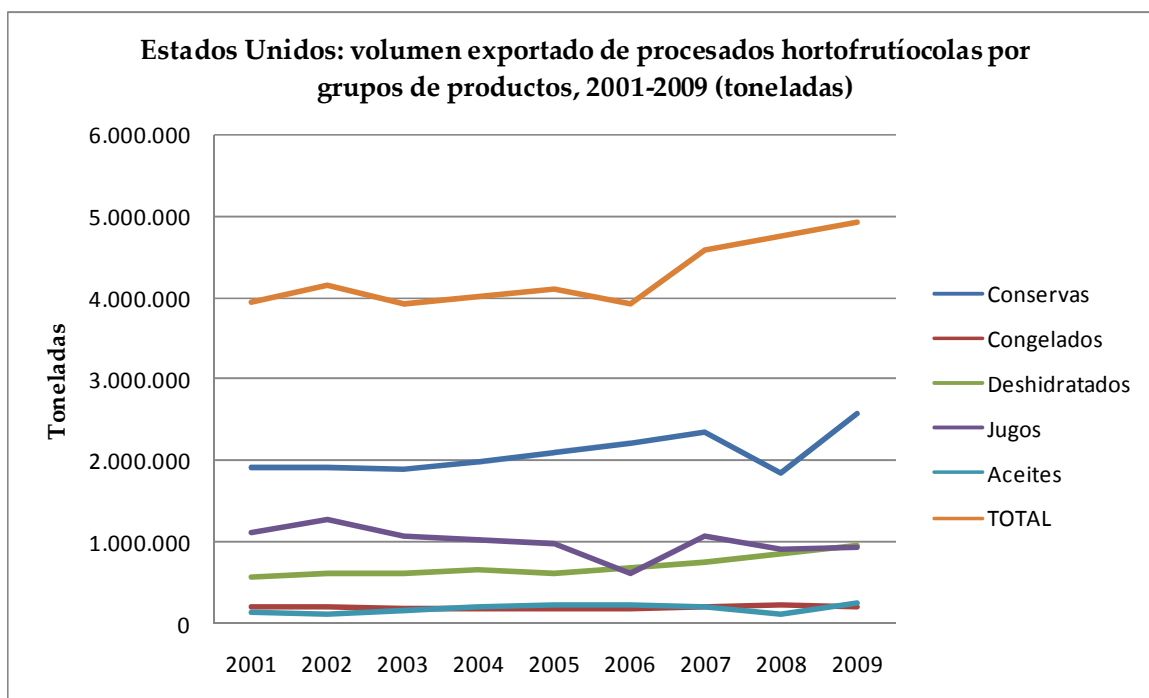
continuación

Tipo de producto	Volumen 2006	Var. 06/05 %	Volumen 2007	Var. 07/06 %	Volumen 2008	Var. 08/07 %	Volumen 2009	Var. 09/08 %	Var. prom anual 2001-09	2009	
										% total mundial	Lugar N°
Conservas	2.208.870	5,3	2.348.713	6,3	1.841.797	-21,6	2.587.741	40,5	5,0	7,8	4
Congelados	191.722	2,4	202.011	5,4	223.691	10,7	205.673	-8,1	0,4	3,5	8
Deshidratados	695.563	10,8	764.467	9,9	S/I	S/I	958.386	S/I	S/I	18,0	1
Jugos	614.941	-37,4	1.075.833	74,9	910.651	-15,4	938.142	3,0	3,0	7,8	4
Aceites	215.297	-1,2	209.723	-2,6	108.372	-48,3	244.916	126,0	17,4	0,5	9
TOTAL	3.926.393	-4,5	4.600.747	17,2	3.084.511	-33,0	4.934.858	60,0	6,6	4,8	

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

También es relevante el hecho de que el valor exportado por el país en todos los grupos de productos represente una proporción mayor del comercio mundial que el volumen de exportación respectivo, tal como ocurre en general con los distintos países considerados en este análisis, lo que muestra al alto valor que alcanzan los productos que ellos exportan, en relación con los productos que exportan el resto de los países (Gráfico 137). Así, las exportaciones de conservas de Estados Unidos representan el 7,8% del total mundial en volumen, pero el 8,3% en valor; las exportaciones de congelados el 3,5% en volumen y el 4,2% en valor; las de deshidratados, el 18% en volumen y el 24,3% en valor; las de jugos el 7,8% en volumen y el 8,2% en valor; y las de aceites de frutas el 0,5% en volumen y el 1,3% en valor.

Gráfico 137. Estados Unidos: volumen exportado de procesados hortofrutícolas por grupos de productos 2001-2009 (Toneladas)



Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

A continuación se analizan las exportaciones de Estados Unidos por grupos de productos, con foco en aquellos en que el país tiene una posición más destacada en el mercado internacional (entre los cinco primeros exportadores a nivel mundial), identificando los principales productos exportados y sus mercados de destino, en la medida en que las glosas hacen posible tal identificación.

Deshidratados

Como ya se indicó, Estados Unidos es el principal exportador mundial de productos hortofrutícolas deshidratados, con exportaciones que en 2009 representaron el 18% del volumen total exportado en el mundo y el 24,3% del valor correspondiente. Entre las diversas categorías de productos deshidratados, se señalan a continuación aquellas en que las exportaciones de Estados Unidos son particularmente relevantes.

En 'los demás frutos de cáscara frescos o secos' (códigos 0802), Estados Unidos es el principal exportador y concentró en 2009 el 41,4% del valor total exportado en el mundo. Sus exportaciones corresponden principalmente a almendras con y sin cáscara (53,5% de su valor exportado en 2009 en esta categoría de productos), nueces de nogal con y sin cáscara (19,2%) y pistachos (17,4%).

Estados Unidos destinó estos productos mayoritariamente a Hong Kong (que concentró el 16,8% de su valor exportado en 2009), España (8,7%), Alemania (7,2%), India (5,4%) y Canadá (5,2%).

Cuadro 220. Estados Unidos, exportaciones de los demás frutos de cáscara frescos o secos (0802)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
080212	Almendras sin cáscara frescas o secas	388.452	1.424.530	3,7	13,8
080250	Pistachos , frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.	113.363	604.807	5,3	33,5
080211	Almendras con cáscara frescas o secas	134.671	431.156	3,2	21,8
080232	Nueces de nogal sin cáscara, frescas o secas	72.119	346.532	4,8	18,2
080231	Nueces de nogal con cáscara frescas o secas	116.601	320.160	2,7	20,8
080290	Los demás frutos de cáscara, frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados	62.842	251.263	4,0	16,6
080221	Avellanas con cáscara frescas o secas	29.435	77.887	2,6	18,2
080222	Avellanas sin cáscara, frescas o secas, incluso mondadas.	1.391	6.317	4,5	32,7
080260	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados : Nueces de macadamia	1.307	4.371	3,3	49,6
080240	Castañas , frescas o secas	115	240	2,1	60,0
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 3.467.264 (41,4% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Hong Kong, España, Alemania, India y Canadá					

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Para los principales productos de la exportación de Estados Unidos en esta categoría se detallan a continuación los cinco primeros países de destino; en cada caso se indica el monto de la exportación de Estados Unidos a ese país y el porcentaje que representa dentro del total de los embarques del producto.

Cuadro 221. Estados Unidos: principales países de destino de las exportaciones de los demás frutos de cáscara frescos o secos (0802)

080212 Almendras sin cáscara frescas o secas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
España	211.107	15
Alemania	145.078	10
Hong Kong (China)	138.353	10
Emir. Árabes Unid.	111.265	8
Japón	78.488	6

080250 Pistachos, frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Hong Kong (China)	130.513	22
Bélgica	99.443	16
Países Bajos	61.706	10
China	58.608	10
Luxemburgo	27.435	5

080211 Almendras con cáscara frescas o secas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
India	138.844	32
Hong Kong (China)	112.318	26
Turquía	43.601	10
Alemania	19.753	5
Japón	17.390	4

080232 Nueces de nogal sin cáscara, frescas o secas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Japón	51.799	15
República de Corea	48.281	14
Alemania	40.281	12
Canadá	32.299	9
España	30.793	9

080231 Nueces de nogal con cáscara frescas o secas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Turquía	79.837	25
México	52.890	17
Hong Kong (China)	47.468	15
Italia	36.355	11
España	21.044	7

080221 Avellanas con cáscara frescas o secas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Hong Kong (China)	44.757	57
Viet Nam	13.857	18
Alemania	3.486	4
Canadá	3.200	4
Italia	3.105	4

080222 Avellanas sin cáscara, frescas o secas, incluso mondadas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Canadá	3.093	49
Hong Kong (China)	694	11
Viet Nam	642	10
Alemania	601	10
Israel	393	6

080260 Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados : Nueces de macadamia		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Canadá	1.780	41
Hong Kong (China)	1.301	30
China	648	15
Reino Unido	163	4
República de Corea	160	4

080240 Castañas, frescas o secas.		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Italia	139	58
Canadá	73	30
Francia	18	8
Panamá	11	5

Fuente: Elaboración propia en base a ITC (octubre 2010).

En pasas (códigos 080620), Estados Unidos es el segundo exportador mundial. En 2009, sus exportaciones sumaron un volumen de 153.196 toneladas y un valor de 290.698 miles de US\$ (el 22,8% del total mundial), con una relación valor/volumen de 1,9 US\$/kilo. Sus principales mercados de destino fueron Reino Unido, Canadá, Japón, Alemania y China. El valor de estas exportaciones registra un crecimiento promedio anual 2001-2009 de 9,7%.

En la categoría 'frutas y otros frutos, secos (excepto los frutales de nuez' (códigos 0813), Estados Unidos es el segundo exportador mundial (después de Turquía), con exportaciones que en 2009 sumaron un valor de 264.342 miles de US\$ y representaron el 16% del total mundial. Estas exportaciones están conformadas en casi un 59% del valor por ciruelas deshidratadas, en un 16,2% por mezclas de frutos deshidratados, en un 5,4% por manzanas deshidratadas y en un 2,1% por damascos deshidratados. Sus principales países de destino son Canadá y Japón, que en 2009 concentraron el 17,5% y el 15,9% del valor exportado, respectivamente; Alemania (12,3% del valor), México (6,2%) y la República de Corea (5,3%).

Cuadro 222. Estados Unidos, exportaciones de frutas y otros frutos secos (0813)

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
081320	Ciruelas desecadas o deshidratadas	53.994	154.814	2,9	1,4
081340	Los demás frutos secos	15.274	46.707	3,1	11,2
081350	Mezclas de frutas secas o de frutos de cáscara de este capítulo	19.366	42.888	2,2	13,3
081330	Manzanas desecadas o deshidratadas	3.338	14.331	4,3	4,8
081310	Damascos desecados o deshidratados (incluye: damascos descaroizados)	1.281	5.602	4,4	-0,9
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 264.342 (16% del total mundial)					

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
Principales mercados de destino: Canadá, Japón, Alemania, México, República de Corea.					

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

El detalle de los cinco primeros países de destino para estos productos de la exportación norteamericana se muestran a continuación.

Cuadro 223. **Estados Unidos: principales países de destino de las exportaciones de frutas y otros frutos secos (0813)**

081320 Ciruelas desecadas o deshidratadas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Alemania	30.213	20
Japón	28.235	18
Canadá	13.565	9
Italia	11.510	7
Australia	7.822	5

081350 Mezclas de frutas secas o de frutos de cáscara de este capítulo		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
República de Corea	10.844	25
Canadá	8.807	21
Japón	4.552	11
México	3.358	8
Arabia Saudita	2.812	7

081330 Manzanas desecadas o deshidratadas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Canadá	9.050	63
Reino Unido	2.075	14
Australia	1.296	9
México	729	5
Japón	193	1

081310 Damascos desecados o deshidratados (incluye: damascos descaroizados)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Japón	2.247	40
Australia	795	14
Canadá	713	13
Reino Unido	508	9
Nueva Zelandia	332	6

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

En la categoría ‘las demás plantas, partes de plantas’ (códigos 121190), Estados Unidos es el cuarto exportador a nivel mundial. En 2009 realizó exportaciones por un valor de 78.000 miles de US\$, que representaron el 5,1% del valor exportado en el mundo en esta categoría de productos. Estas exportaciones las conforman un conjunto muy amplio de productos diversos, que en el caso de Estados Unidos incluyeron en 2009 plantas y partes de plantas para ser usadas en perfumería, farmacia o con fines insecticidas, fúngicos o similares; sustancias con usos profilácticos o terapéuticos (para ser usadas en medicamentos) y plantas o partes de plantas para ser usadas en infusiones (de especies únicas, no mezcladas). Estas exportaciones las destinó Estados Unidos a Canadá y a países de la Unión Europea, Alemania, Italia, Francia y los Países Bajos.

Conservas

Las exportaciones de conservas de Estados Unidos, como ya se indicó, representaron en 2009 el 8,3% del valor total exportado en el mundo y el 7,8% del volumen, cifras que sitúan al país como el tercer exportador en términos de valor y cuarto en términos de volumen.

En la categoría ‘preparados de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas’ (códigos 200), Estados Unidos es el tercer exportador en el mundo, con un valor exportado en 2009 de 3.499.099 miles de US\$ (7,9% del valor total exportado en el mundo). Entre sus productos exportados destacan las frutas (23,9% del valor exportado por el país) y los tomates preparados (7,5%). Sus principales mercados de destino son Canadá (que concentró en 2009 el 38% de su valor exportado), Japón (13,8%), México (6,7%), Países Bajos (4,7%) y República de Corea (3,6%).

Cuadro 224. **Estados Unidos, exportaciones de preparados de legumbres, hortalizas, frutos y otras partes de plantas (20)**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
2008	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o	404.746	836.422	2,1	11,6

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual Valor exp.*
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
	conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte				
2004	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas (excepto los productos de la partida 2006)	822.278	805.085	1,0	9,0
2005	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006)	276.597	452.284	1,6	0,7
2002	Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético)	295.234	261.330	0,9	17,7
2001	Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético	43.082	48.059	1,1	10,7
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 3.499.099 (7,9% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Canadá, Japón, México, Países Bajos y República de Corea.					

Fuente: Elaboración propia en base a información de ITC.

A continuación se detallan los cinco primeros países de destino de las exportaciones estadounidenses de los principales productos en cada una de las categorías de conservas.

Conservas de frutas

Cuadro 225. **Estados Unidos: principales países de destino de las exportaciones de conservas de frutas (códigos 2008)**

200819 Los demás, incluidas las mezclas preparadas o conservados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	344.907	100
Canadá	151.981	44
México	32.168	9
Em. Árabes Unidos	21.069	6
Hong Kong (China)	11.275	3
Francia	10.896	3

200899 Las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar.		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	193.076	100
Canadá	81.401	42
Países Bajos	28.748	15
Japón	15.209	8
China	13.959	7
México	11.594	6

200811 Maníes y cacahuates preparados o en conserva, incluso azucarados o edulcorados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	111.884	100
Canadá	33.114	30
Países Bajos	7.812	7
México	7.486	7
Noruega	7.027	6
Alemania	6.545	6

200830 Agrios preparados o conservados, incluso azucarado o edulcorados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	74.319	100
China	35.951	48
Países Bajos	14.530	20
Canadá	13.240	18
Japón	2.147	3
Taipei Chino	1.916	3

200892 Fruta mixta en conserva, al natural o en almíbar		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	45.625	100
Canadá	28.534	63
Japón	2.199	5
Arabia Saudita	1.752	4
México	1.737	4
Taipei Chino	1.348	3

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Conservas de hortalizas

Cuadro 226. Estados Unidos: principales países de destino de las exportaciones de las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético) (códigos 2004)

200410 Patatas (papas), preparadas o conservadas, excepto vinagre o ácido ace		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	713.502	100
Japón	268.868	38
Canadá	85.685	12
México	53.886	8
Hong Kong (China)	46.680	7
República de Corea	35.119	5

200490 Las demás legumbres u hortalizas y las mezclas de hortalizas y/o legum		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	91.582	100
Canadá	33.676	37
Hong Kong (China)	18.209	20
Japón	14.871	16
México	4.079	4
Singapur	3.476	4

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Cuadro 227. Estados Unidos: principales países de destino de las exportaciones de las demás hortalizas preparadas o conservadas (códigos 2005)

200520 Patatas, preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ac. acet.), sin		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	231.613	100
Canadá	101.085	44
Japón	34.204	15
México	20.689	9
República de Corea	14.958	6
Singapur	7.740	3

200580 Maíz dulce, preparado o conservado (excepto en vinagre o ácido acético)		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	117.631	100
Japón	31.509	27
República de Corea	19.789	17
Taipei Chino	10.241	9
México	8.949	8
Canadá	7.268	6

200599 Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	53.249	100
Canadá	39.678	75
México	3.518	7
Suecia	2.173	4
Panamá	1.559	3
Japón	999	2

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Cuadro 228. **Estados Unidos: principales países de destino de las exportaciones de tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético)**

200290 Los demás tomates preparados o conservados		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Mundo	218.819	100
Italia	64.420	29
Canadá	41.671	19
México	34.651	16
Japón	11.318	5
Brasil	6.178	3

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Estados Unidos también es el segundo exportador mundial de salsas de tomates (código 210320), producto del cual sus exportaciones en 2009 sumaron 229.621 miles de US\$ y fueron equivalentes el 16,5% del total exportado en el mundo. En la categoría “frutas u otros frutos, conservados provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para dicha conservación), pero todavía impropios para consumo inmediato” (códigos 0812), es el cuarto exportador a nivel

mundial, con un valor exportado en 2009 de 13.829 miles de US\$, equivalente al 7,7% del valor total mundial; estos productos los envió Estados Unidos mayoritariamente a Canadá, Japón, México, los Emiratos Árabes Unidos y Taipei chino.

Jugos

Las exportaciones de jugos de Estados Unidos en 2009 fueron equivalentes al 8,2% del valor mundial exportado y al 7,8% del volumen, de modo que el país es el cuarto principal exportador tanto en valor como en volumen. Sus exportaciones están conformadas mayoritariamente por jugos de naranjas, mezclas de jugos, jugos de otras frutas y jugos de uvas, que suman el 85,6% del valor total de las exportaciones de jugos del país (2009). Sus principales países de destino son Canadá (que concentró el 55,7% del valor exportado en 2009), los Países Bajos (9,5%), Japón (7,4%), Bélgica (3,1%) y la República de Corea (3%).

Cuadro 229. Estados Unidos, exportaciones de jugos

ESTADOS UNIDOS - exportaciones de jugos					
Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
200912	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Sin congelar, de valor Brix inferior o igual a 20	299.455	265.818	0,89	48,76
200990	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Mezclas de jugos	126.658	201.950	1,59	7,92
200911	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Congelado	245.649	181.793	0,74	0,96
200980	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza	113.643	161.011	1,42	7,17

ESTADOS UNIDOS - exportaciones de jugos					
Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
200969	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de uva, incluido el mosto: Los demás: Jugo / Mosto (20096910 y 20096920)	35.803	66.040	1,84	6,98
Valor exportado 2009: Miles de US\$: 1.024.056 (8,2% del total mundial)					
Principales mercados de destino: Canadá, Países Bajos, Japón, Bélgica, República de Corea.					

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

A continuación se detallan los cinco primeros países de destino de las exportaciones de Estados Unidos en cada una de las categorías señaladas.

Cuadro 230. Estados Unidos: principales países de destino de las exportaciones de jugos

200912 Jugo de naranja, sin fermentar y sin adición de alcohol, incl. con adición de azúcar u otro		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Canadá	252.611	95
Singapur	1.760	1
Bahamas	1.757	1
Arabia Saudita	1.407	1

200990 Mezclas de jugos, sin fermentar y sin alcohol, incluso azucarados.		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Canadá	95.827	47
Japón	14.221	7
México	11.148	6
Singapur	7.728	4
Nueva Zelandia	6.995	3

200911 Jugo de naranja, congelado, sin fermentar y sin alcohol		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Canadá	82.946	46
Bélgica	30.390	17
Países	17.751	10
Japón	7.992	4
Em. Arabes Unidos	7.448	4

200980 Jugo de las demás frutas o de legumbres u hortalizas		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Países Bajos	51.372	32
Canadá	48.694	30
Japón	19.976	12
México	5.121	3
Australia	4.930	3

200969 Jugo de uva, incl. el mosto, sin fermentar y sin adición de alcohol, incl. con adición de		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Canadá	35.156	53
República de Corea	11.118	17
Japón	8.070	12
Reino Unido	2.642	4
Filipinas	1.543	2

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Aceites

Con exportaciones de aceites de frutas que en 2009 totalizaron el 1,3% del valor total exportado en el mundo y el 0,5% del volumen, Estados Unidos es el noveno mayor exportador de estos productos.

Dentro de las distintas categorías de aceites, Estados Unidos es el principal exportador de 'las demás grasas y aceites vegetales fijos' (códigos 1515) con un valor exportado en 2009 de 554.363 miles de US\$, equivalente al 22% del total mundial. Estos aceites, como se ha señalado antes son de interés para Chile porque incluyen los aceites de mosqueta y de pepita de uva; sin embargo, la información disponible sobre comercio internacional no hace posible identificar estos tipos de aceites dentro de las partidas que identifican los

códigos. Estados Unidos concentra sus exportaciones en aceites de maíz, linaza, ricino y sésamo.

En la categoría 'aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los concretos o abstractos' (códigos 3301), Estados Unidos es el principal exportador en el mundo con un valor exportado en 2009 de 405.792 miles de US\$, equivalente al 16,5% del valor total. Sus exportaciones en esta categoría están conformadas principalmente por aceites de naranja y de limón (13,1% y 10,4% de su valor exportado de estos aceites), además de otros aceites esenciales agrios (de cítricos), totalizando en conjunto un valor de 132.031 miles de US\$ en aceites esenciales de cítricos. Este valor sitúa a Estados Unidos como el segundo exportador mundial de aceites de cítricos, después de Argentina.

Cuadro 231. **Estados Unidos, exportaciones de aceites esenciales (3301) de cítricos**

Exportaciones 2009					% crecim. promedio anual 2001-2009 Valor exp.
Código	Productos principales	Volumen (Ton)	Valor (MUS\$)	Relación Val/Vol (US\$/Kg)	
330112	Aceites esenciales, de naranja .	9308	53.293	5,7	10,2
330119	Los demás aceites esenciales de agrios	1765	42.311	23,9	8,9
330113	Aceites esenciales, de limón .	1506	36.427	24,2	13,3
Valor exportado 2009 de aceites esenciales: Miles de US\$ 405.792 (16,5% del total mundial). Se incluyen 132.031 miles de US\$ de aceites esenciales de cítricos.					
Principales mercados de destino de los aceites esenciales: Reino Unido, Japón, China, México y Canadá.					

Fuente: elaboración propia, en base a ITC (octubre 2010).

Cuadro 232. **Estados Unidos: principales países de destino de las exportaciones de aceites esenciales (3301) de cítricos**

330112 Aceites esenciales, de naranja		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Reino Unido	9.326	17
Japón	8.730	16
China	5.467	10
Irlanda	4.481	8
Canadá	4.341	8

330119 Los demás aceites esenciales de agrios		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Japón	12.250	29
China	7.356	17
Países Bajos	3.182	8
México	2.778	7
Canadá	2.529	6

330113 Aceites esenciales, de limón		
Destinos	Valor export. 2009 (miles US\$)	% del valor 2009
Suiza	8.570	24
China	4.719	13
Irlanda	4.711	13
Canadá	3.942	11
Japón	3.558	10

Congelados

En el comercio mundial de congelados, las exportaciones de Estados Unidos representan, según las cifras de 2009, como ya se señaló, el 4,2% del valor total exportado en el mundo y el 3,5% del volumen, con lo cual el país se sitúa como el noveno mayor exportador (en términos del valor). De este modo, el país no ocupa una posición relevante en el comercio mundial de estos productos, en el sentido de encontrarse entre los cinco principales exportadores a nivel mundial.

4.8 Propuesta de acciones específicas orientadas al desarrollo del sector agroindustrial chileno

Sobre la base de las potencialidades de crecimiento y de mejoramiento de la competitividad del sector agroindustrial hortofrutícola nacional analizadas en el presente estudio, se recomienda en primer término constituir una instancia articuladora que integre a representantes de los sectores público, privado y académico, responsable de construir y gestionar una agenda de trabajo que responda a los desafíos de corto, mediano y largo plazo vinculados al fortalecimiento de esta industria en el país y en el mercado internacional.

Esta instancia articuladora debería ser responsable de construir, a partir de una visión estratégica consensuada con los diferentes actores vinculados a la agroindustria hortofrutícola, una agenda de trabajo y un plan de acción que priorice las principales acciones pertinentes de emprender, establezca los plazos para su desarrollo, sus costos y los responsables de su ejecución.

En ese marco es de gran importancia que esta agenda de trabajo se estructure de manera que aborde de manera complementaria todas las temáticas de interés y relevancia para el desarrollo de la competitividad del sector agroindustrial; y, al mismo tiempo, que se apoye en un robusto modelo de gestión y seguimiento que permita una adecuada coordinación de acciones, un monitoreo, evaluación y actualización permanentes de la agenda y, a la vez, mantenga activo el compromiso de cooperación de los diferentes actores en torno a objetivos comunes que favorezcan el desarrollo sectorial.

Teniendo como marco esta primera propuesta de carácter global, se presentan a continuación un conjunto acciones específicas en forma de recomendaciones del presente estudio, orientadas a mejorar la competitividad del sector agroindustrial hortofrutícola chileno, que podrían formar parte de una Agenda de Trabajo sectorial. Este conjunto de recomendaciones se han estructurado en torno a los siguientes ejes: información sectorial, costos de producción, productividad y calidad, residuos industriales, inocuidad de los alimentos, variedades, mercado, relación industria proveedores, investigación, desarrollo e innovación y capital humano.

Información sectorial

Para abordar adecuadamente el conjunto de desafíos que se le presentan en diversos ámbitos, el sector requiere contar con información que permita fortalecer y mejorar la toma de decisiones que afectan directamente su competitividad, tanto en materia productiva, como tecnológica, económica, comercial y normativa.

Con el objetivo de avanzar en el mejoramiento de la disponibilidad de información, como factor fundamental para el desarrollo de la industria, se proponen las siguientes recomendaciones asociadas a este eje:

- Potenciar la generación de información específica relativa a la agroindustria hortofrutícola (de mercado y comercial, con información lo suficientemente clara y detallada para llegar a nivel de producto; productiva; normativa; tecnológica) que pueda ser utilizada tanto por el sector productivo de materia prima y por la agroindustria, como por las agencias públicas y el sector de investigación, para el mejor desempeño de sus actividades. En este sentido se propone, por ejemplo, utilizar las potencialidades asociadas a la integración y consolidación de información generada por el SAG, ODEPA, CIREN, el Servicio Nacional de Aduanas y las asociaciones gremiales del sector (ChileAlimentos y ChileOliva, entre otras).
- Desarrollar estudios de prospección de mercados para productos hortofrutícolas industrializados o semi-industrializados y tipos de mercados asociados a los diferentes productos ofertados o posibles de incorporar para ampliar la oferta actual. En este caso se propone, por ejemplo, utilizar las potencialidades asociadas a las iniciativas generadas al alero de ODEPA para estos fines (por ejemplo el proyecto “Plataforma de Inteligencia Competitiva para el cluster agroalimentario”).
- Establecer las plataformas y los canales adecuados que garanticen una correcta y masiva difusión de información actualizada y oportuna hacia al sector agroindustrial hortofrutícola nacional.

Costos de producción

La competitividad de la agroindustria hortofrutícola está fuertemente afectada por los costos de producción asociados a la producción primaria y al procesamiento.

Uno de los factores principales de la estructura de costos de esta industria es la energía, asociado al alto costo de las distintas fuentes disponibles, al sistema de tarifas aplicados al uso de fuentes de energía eléctrica y al nivel de eficiencia energética con que se trabaja en parte importante de las empresas.

Un segundo factor de importancia en la estructura de costos de esta industria es la mano de obra, principalmente como resultado de la presión que ejercen otros sectores de la economía para atraer a las personas que se desempeñan en la realización de labores de campo y de proceso. El efecto de este factor en la estructura de costos de la industria se ve afectado por los niveles de productividad del trabajo desarrollado, el aumento del valor de la mano de obra y la menor preparación de las personas que ejercen las tareas requeridas.

En este marco, las recomendaciones son las siguientes:

- Potenciar programas orientados a mejorar la eficiencia energética a nivel predial (por ejemplo, asociada al uso de tecnologías de riego con menor costo energético) y a nivel de las plantas de proceso.
- Impulsar la innovación tecnológica dirigida a la incorporación de nuevas fuentes de energía que permitan diversificar las alternativas, especialmente en época de tarifas altas: uso de energía solar, uso de biocombustibles (por ejemplo, con uso de residuos de las plantas), uso de energía eólica.
- Fomentar el desarrollo tecnológico y la innovación en tecnologías que estén orientadas a la disminución de los costos de producción y al aumento de productividad de los predios (por ejemplo, mecanización en olivos, arándanos, tomate, agricultura de precisión, efecto cambio climático).
- Promover el desarrollo de huertos y plantaciones cuyo diseño y equipamiento disponible favorezcan una mayor productividad de las personas que desarrollan las tareas de campo (por ejemplo, ergonomía para facilitar el trabajo en campo durante el cultivo y en la cosecha).
- Proponer estrategias a nivel empresarial que permitan fidelizar a los trabajadores a través de condiciones de empleo más estables a lo largo del año.
- Desarrollar planes de profesionalización de los trabajadores en las distintas labores que deben desarrollar, como un factor que sea valorado por el mercado laboral.

Productividad y calidad

Los niveles de productividad final y calidad de la producción agroindustrial de frutas y hortalizas se ven afectados no sólo por factores asociados al proceso de producción en el predio, sino que -particularmente en este sector- la fase de postcosecha, transporte e ingreso a planta los afectan también en forma negativa, especialmente a aquellos de mayor sensibilidad como las hortalizas y algunas especies frutícolas.

A su vez, la calidad de los productos procesados hortofrutícolas que Chile ofrece al mercado mundial es dispar, lo cual afecta al sector en su conjunto y se traduce en el menor precio que obtienen una gran cantidad de productos chilenos en el exterior.

En este marco, las recomendaciones son las siguientes:

- Promover la mejora de los sistemas de cosecha al interior de las empresas orientadas a la producción de materia prima, para evitar el deterioro de hortalizas y frutas.
- Apoyar el desarrollo o la incorporación de procesos de mecanización en la cosecha de los cultivos que lo permitan, a través de investigación y desarrollo tecnológico, elaboración de estudios, disposición de información tecnológica en la materia, entre otros.

- Apoyar procesos de desarrollo tecnológico e innovación en materia de tecnologías, procesos y calidad de poscosecha de la materia prima (especies hortícolas y frutícolas).
- Impulsar mejoras en las condiciones de transporte para evitar daños y pérdidas por factores físicos y por aumento de temperatura, principalmente.
- Mejorar los sistemas logísticos de poscosecha, transporte e ingreso a las plantas de procesamiento.
- Trabajar en el establecimiento de estándares de calidad para estos productos, por medio de procesos que involucren al sector privado, de manera de promover su adopción generalizada. En particular, cabe señalar en este sentido al aceite de oliva, sector en el cual se sugiere dictar la Ley ya trabajada al respecto.

Residuos industriales

Los residuos generados en los procesos industriales tienen un bajo nivel de utilización como materia prima para la generación de subproductos tales como colorantes, aromas y antioxidantes, entre otros.

La generación y el bajo uso de los residuos industriales tiene alta importancia por el alto costo asociado al tratamiento que se debe hacer a los RILES en las empresas de manera de cumplir adecuadamente con la normativa vigente al respecto.

En este marco, las recomendaciones son las siguientes:

- Impulsar el desarrollo de inversiones dirigidas a la reutilización de desechos para generar nuevas unidades de negocio que aprovechen las características de los residuos como su funcionalidad, aromas, colorantes, entre otros (por ejemplo, las brácteas de alcachofa tienen alto contenido de cinarina; la pomasa de tomate presenta alto contenido de licopeno).
- Potenciar el desarrollo tecnológico e innovación en ámbitos vinculados al aprovechamiento de residuos de la agroindustria hortofrutícola como la generación de colorantes, aromas, alimentos funcionales, ingredientes funcionales, entre otros.

Inocuidad de los alimentos

En materia de inocuidad, la debilidad se centra en la capacidad de mantener estándares competitivos y consistentes independientemente del origen de la materia prima y del destino de los productos agroindustriales hortofrutícolas. En este sentido, la presencia de residuos de plaguicidas, metales pesados, residuos microbiológicos y contaminantes en general es una preocupación que involucra a todos los actores de la cadena de valor, especialmente a productores agrícolas y procesadores de frutas y hortalizas.

En este marco, las recomendaciones son las siguientes:

- Mantener un sistema de alertas que permita monitorear y desplegar los mecanismos de control adecuados ante emergencias y que genere información que permita apoyar el diseño de políticas públicas y desarrollo normativo en este ámbito.
- Mejorar el marco normativo nacional relativo a la inocuidad de los alimentos, de tal manera que se homologue a los estándares que cumplen las empresas ante exigencias de los mercados internacionales.
- Perfeccionar el marco institucional de manera de alcanzar un adecuado sistema de control y monitoreo en las distintos eslabones de la cadena de valor de esta industria.
- Impulsar la investigación, desarrollo tecnológico e innovación en materias asociadas a la inocuidad de los alimentos, particularmente en residuos de pesticidas, presencia de metales pesados, residuos microbiológicos y otros contaminantes.
- Establecer una estrategia específica en materia de residuos de pesticidas desde el punto de vista preventivo, normativo y de servicios de laboratorio y técnicas de análisis.

Variedades

La importancia del aspecto varietal como una debilidad del sector agroindustrial hortofrutícola radica en la falta de aprovechamiento de las ventajas climáticas y de condiciones de suelo que ofrece el país para tener una amplia diversidad de situaciones productivas, la falta de conocimiento acabado sobre su comportamiento ante los procesos de cosecha, poscosecha, transporte y de procesamiento que se aplican. Además la brecha que se observa en los resultados productivos y de calidad de determinadas variedades en relación a su potencial está asociada a la alta dependencia de la importación de variedades y, a su vez, a la falta de estudios sobre su adaptación en las condiciones del país.

Entre otros aspectos asociados a las variedades, puede mencionarse la pérdida que se produce en la industria (por problemas varietales y de manejo agronómico e industrial) como resultado de la merma del material que viene en mala condición desde el campo o que se deteriora en el traslado o en período de poscosecha; o lo referente a genética de variedades, en el sentido de que la industria paga royalties por materiales producidos en áreas similares pero no iguales (y que enfrentan, por tanto, distinta carga de plagas y enfermedades, horas de luz).

En este marco, las recomendaciones son las siguientes:

- Desarrollar estudios de adaptación y zonificación de especies y variedades, de manera de identificar y conocer su comportamiento en distintas condiciones agroclimáticas y territorios.
- Desarrollar variedades aptas para el clima y los requerimientos de la agroindustria nacional.
- Impulsar un programa de mejoramiento de variedades importadas, de manera de mejorar la expresión de las potencialidades de dichas variedades de acuerdo a las condiciones locales.
- Generar y difundir información respecto del comportamiento de distintas variedades de acuerdo a los procesos agroindustriales a los cuales son destinadas.
- Diversificar la disponibilidad de especies, variedades y productos (y mezclas) a través de la generación y difusión de información, e introducción de nuevas especies y variedades con adecuados rendimientos industriales y aceptación en los mercados (ej: hortalizas asiáticas).
- Prolongar el período de abastecimiento de producción primaria sobre la base de un programa de mejoramiento y estudios de adaptación de variedades que permitan ampliar los períodos de cosecha en una zona agroclimática determinada y ampliar las zonas de producción.

Mercado

El mercado externo, principal destino de los productos más importantes de la producción nacional de productos agroindustriales hortofrutícolas, plantea importantes exigencias a la industria nacional. En este sentido las debilidades priorizadas están vinculadas, por una parte, a las características de la oferta exportable nacional, que de manera persistente presenta condiciones de calidad heterogénea de los productos y la oferta de productos intermedios en la cadena de valor de los alimentos.

Por otra parte, la ampliación de los mercados de destino también ha generado mayores exigencias a la agroindustria en términos de calidad, inocuidad, aspectos laborales y medioambientales, que a su vez han generado mayores costos en los procesos y su gestión, y han aumentado así los desafíos que es preciso abordar para permanecer en forma sustentable y sostenible en los mercados. Cabe señalar que las exigencias normativas y certificaciones son crecientes, y a ellas se suman aspectos como la huella de carbono y la huella de agua en un plazo más cercano.

La capacidad de la industria para participar en forma sustentable en el mercado internacional se enfrenta a la permanente competencia con otros países como China, España y otros, dependiendo del tipo de productos.

Otro aspecto relevante en este sector son las condiciones de asimetría de información que existen entre los productores de materia prima y las empresas de procesamiento; y la falta

de información que está disponible para el conjunto de la industria, en función de sus requerimientos más específicos.

En este marco, las recomendaciones que se plantean son las siguientes:

- Potenciar la presencia de la industria chilena en actuales y potenciales países de destino de la producción agroindustrial hortofrutícola, de manera articulada con la labor de PROCHILE, las embajadas y agregadurías comerciales, a través de plataformas existentes o nuevas en lugares estratégicos.
- Fortalecer la instalación de una imagen país asociada en particular a la agroindustria hortofrutícola de exportación, en el marco de la estrategia nacional.
- Mantener el apoyo al desarrollo de misiones comerciales en las que participen distintos agentes del sector agroindustrial hortofrutícola.
- Promover la prospección de *joint ventures* con empresas de otros países, en las cuales se promueva la inversión de empresas chilenas en el extranjero para producir materia prima a menor costo (por ejemplo: Perú, Argentina, Ecuador, Colombia, e incluso China).
- Prospectar alianzas comerciales con marcas locales en mercados de destino, sobre la base de una relación de mutuo beneficio.
- Promover la inversión extranjera en este sector para potenciar el desarrollo productivo vinculado a estrategias comerciales con países de destino.
- Ampliar y diversificar el mercado interno y en países de la región (Perú, Colombia, Venezuela, Brasil, por ejemplo) a través de la diversificación de productos (cuarta y quinta gama, por ejemplo) y la diversificación de mercados de destino (adulto mayor, niños, restaurantes y casinos, panaderías y pastelerías, gourmet, snacks).
- Prospectar y evaluar la conveniencia comercial del desarrollo y uso de sellos de productos o territorios, denominaciones de origen, marcas en productos agroindustriales, factores de diferenciación, kosher, población musulmana (halal), comercio justo, entre otras.
- Evaluar la posibilidad de establecer restricciones al ingreso de productos importados en las épocas de cosecha de la producción nacional.
- Impulsar la participación permanente y el seguimiento de las negociaciones y renegociaciones (por ejemplo, restricciones a las importaciones de aceite de oliva establecidas en el acuerdo con la Unión Europea) y de los resultados de los tratados de libre comercio por parte de representantes del sector agroindustrial.
- Establecer estimaciones del valor de los productos ofertados por Chile en términos de calidad, oportunidad y cumplimiento, entre otros, de manera de hacer tangible y cuantificable ese valor y compararlo con su expresión en el precio que los productos alcanzan en los mercados.
- Apoyar procesos de investigación, desarrollo e innovación dirigidos al desarrollo de productos, el aumento del valor agregado, la diversificación de productos y el desarrollo de embalajes, entre los más importantes.

- Fomentar la inversión de las empresas en evaluación de la huella de carbono, la huella de agua y energía, identificación de puntos críticos y estrategias de intervención sobre ellos.

Relación industria-proveedores

La relación entre las empresas procesadoras de frutas y hortalizas y los proveedores de materias primas mantiene determinadas debilidades que dicen relación con los términos formales de dicha relación que genere incentivos para el establecimiento de alianzas de mediano plazo, que apoye el desarrollo de nuevos productos y nuevas especies y variedades y productos de mejor calidad, y articule producciones de menor escala.

En este marco, las recomendaciones son las siguientes:

- Fomentar la implementación de programas de desarrollo de proveedores para enfrentar la producción de menor escala y los desafíos vinculados al mejoramiento de la oferta de productos.
- Mejorar la relación de confianza entre productores y agroindustrias, usando protocolos de acuerdos conjuntos y explorar ejemplos como el que representa la ley de muestra y contra-muestra.
- Apoyar, fortalecer e informar sobre la disponibilidad de seguros que cubren accidentes productivos y de comercialización, de manera de disminuir el nivel de incertidumbre en la actividad.

Investigación, desarrollo e innovación

En materia de investigación, desarrollo e innovación, las principales dificultades a las cuales se enfrenta el sector se refieren a la relación de las universidades y centros de investigación con las empresas, los instrumentos de apoyo público disponibles para el sector, la infraestructura y equipamiento específico, y los temas en los cuales se hace más urgente la focalización de la inversión en I+D+i.

En materia de áreas específicas en las cuales se han identificado necesidades de inversión en desarrollo tecnológico e innovación se identifican las siguientes: adaptación de especies y variedades al cambio climático y restricciones crecientes de agua, innovación de productos (agregación de valor, desarrollo de productos de consumo final y desarrollo de nuevos productos en general), de tecnologías de proceso, revalorización de desechos industriales y de mercados.

En materia de la relación entre universidad / centros de investigación y empresa, las principales debilidades identificadas están vinculadas a la dificultad de establecer y construir relaciones de colaboración y trabajo conjunto, debido a la carencia de una interlocución entre ambos espacios que permita un diálogo fructífero en materia de

desarrollo tecnológico e innovación. Cabe señalar que las empresas de esta industria, en general, no tienen departamentos de I+D dentro de las propias empresas o personal específico orientado a ello, lo cual dificulta este diálogo y la disposición de recursos destinados a actividades de esta naturaleza.

En materia de infraestructura y equipamiento la principal debilidad identificada en esta industria es que no existe equipamiento básico para experimentar en nuevos productos, agregación de valor y procesos agroindustriales, como podrían ser plantas pilotos localizadas en universidades y operadas en conjunto con empresas en distintos territorios.

En materia de instrumentos públicos, se han identificado las siguientes debilidades principales:

- En la mayor parte de las empresas no se cuenta con las capacidades para preparar material y presentar iniciativas a los mecanismos de asignación de recursos públicos para el desarrollo de actividades de investigación, desarrollo e innovación.
- Falta de acceso a instrumentos públicos de apoyo a la investigación, desarrollo e innovación por falta de información sobre ellos a nivel de las empresas (medianas y pequeñas empresas).

En este marco, las recomendaciones son las siguientes:

- Promover el desarrollo de una industria que genere sus propias respuestas tecnológicas sobre la base de desarrollo propio o adaptación de tecnologías importadas.
- Mantener programas de innovación en las distintas fases de la cadena de valor y áreas de servicios y proveedores de insumos y tecnologías de la cadena de valor de la agroindustria hortofrutícola.
- Promover un cambio dentro de las empresas, orientado a fortalecer la incorporación de la innovación como parte de la cultura organizacional.
- Fortalecer las capacidades al interior de las empresas para liderar procesos de innovación, en alianza con entidades que hagan posible complementar las capacidades, el equipamiento y el financiamiento requeridos para ello.
- Disponer de recursos focalizados hacia este sector, a los que concurren universidades y entidades de investigación regionales, nacionales e internacionales, y la participación activa del sector empresarial para la generación de espacios de conexión entre las partes (por ejemplo, para integrar el posgrado como ecosistema fértil donde se conecte a la industria, generación de *spin offs* y otras formas de transferencia de tecnología).
- Apoyar el desarrollo de consorcios agroindustriales que sean integrados por el sector empresarial y por el sector de investigación y desarrollo tecnológico.

- Fortalecer la relación empresas – universidades y centros de investigación, considerando el valor de esta alianza para el fortalecimiento de procesos de desarrollo tecnológico e innovación consistentes con la visión estratégica de las empresas y el liderazgo de éstas.
- Impulsar un programa de desarrollo tecnológico dentro de las industrias del sector agroindustrial.
- Evaluar y promover iniciativas agroindustriales de pequeña escala y de alta tecnología ya disponible (Italia, por ejemplo)
- Disponer de una Antena Tecnológica que ponga a disposición información científica y tecnológica destinada al conjunto de la industria agroindustrial hortícola y frutícola.

Capital humano

Las debilidades identificadas y priorizadas en materia de capital humano están asociadas a la necesidad de contar con operarios, técnicos y profesionales competentes en materias vinculadas a la actividad agroindustrial y sus desafíos.

En este marco, las debilidades específicas priorizadas son las siguientes:

- Disponibilidad y competencia de los operarios; existe una importante escasez mano de obra que cuente con las competencias adecuadas.
- Existencia de pocos asesores especialistas en procesos agroindustriales (rendimientos, nuevas maquinarias, mantención, procesos).
- Escasez de profesionales que se ajusten a las necesidades de las empresas y que sean capaces de hacer evaluaciones tecnológicas y de procesos.
- Baja formación de profesionales y técnicos en inocuidad de los alimentos.
- Inadecuada formación de los profesionales en alimentos: no se ofrecen carreras de excelencia, escasa demanda por profesionales de estas carreras y escasa oferta de estudiantes (falla del mercado laboral).

En este marco, las principales recomendaciones son las siguientes:

- Impulsar la formación de doctorados y magíster que ofrezcan becas para desempeñarse en empresas de procesamiento.
- Promover alianzas en el ámbito formativo entre entidades nacionales e internacionales para formarse en Chile y realizar pasantías en el extranjero.
- Aumentar la formación y capacitación en materia de inteligencia de mercados, de manera de ampliar las capacidades para entender el mercado y prospectar nuevas posibilidades desde la perspectiva de la industria.
- Mejorar e impulsar la formación de ingenieros especializados en el área de alimentos.
- Impulsar la formación de capital humano y el desarrollo de competencias laborales a partir del conocimiento generado en la industria y en las entidades de formación.

5. CONCLUSIONES

- El sector de la agroindustria hortofrutícola a nivel internacional ha presentado un interesante crecimiento en su desarrollo en los últimos años, el cual se augura auspicioso a futuro debido a las tendencias de consumo en el mundo.
- Chile a su vez, presenta tendencias de crecimiento similares a las analizadas para los distintos grupos de productos que considera este sector (conservas, congelados, deshidratados, jugos y aceites).
- Las características y dinámicas de cada grupo de productos son diversas. Sin embargo, cabe señalar que en general el sector ha crecido basado en un modelo de aumento de volumen, sin grandes cambios en el tipo de productos que se generan, si bien ha habido grandes avances en calidad ligada a inocuidad de estos alimentos.
- Las grandes tendencias de crecimiento del sector se sitúan siguiendo la tendencia de los últimos diez años, con productos específicos que se escapan de esta norma por razones señaladas para cada uno de ellos.
- La industria de conservas es una industria que enfrenta un aumento de los costos de producción de la materia prima. Podrían conseguirse aumentos de productividad mediante el trabajo con variedades (por ejemplo, variedades más adecuadas para los procesos agroindustriales) y el esfuerzo para disminuir las pérdidas en postcosecha. Una mayor oferta podría lograrse también mediante la ampliación de las zonas de producción y la diversificación y ampliación de la época de cosecha.
- En esta industria (conservas), el país cuenta con capacidad instalada industrial con disponibilidad tanto para aumento del volumen producido como para la diversificación de la producción. El esfuerzo en diversificación de productos debe mantenerse y profundizarse a futuro, con miras a una mayor agregación de valor. Asimismo, se debe seguir fortaleciendo la calidad de los productos, como un importante factor de competitividad.
- La industria de congelados cuenta con capacidad instalada industrial disponible para aumento del volumen de procesamiento. Los aumentos en los índices de eficiencia pueden ir por la vía de aumentar la productividad de la mano de obra y por los esfuerzos en materia de energía. En hortalizas congeladas, es preciso considerar el aumento que han registrado las importaciones de materia prima (choclos y arvejas, principalmente), situación que afecta a la sector productor de materia prima y puede afectar también la calidad del producto congelado.

- En esta industria (congelados) los factores en que es necesario seguir trabajando incluyen en particular la protección y gestión de buenas condiciones de inocuidad de los alimentos y el mejoramiento de las características de producción limpia de las empresas agroindustriales. La estrategia de la industria debe considerar la identificación y desarrollo de mercados de nichos, asociados a calidad y sabor, productos más complejos en cuanto a sus sistemas de producción, productos con valor agregado y desarrollo de soluciones a los problemas del consumidor y del retail.
- En deshidratados, es preciso tener presentes los aspectos vinculados al manejo sanitario de la materia prima, fortalecer los programas fitosanitarios y monitorear en forma permanente los cambios en los límites máximos de residuos en los mercados de destino.
- Entre los principales productos deshidratados, las nueces enfrentan oportunidades asociadas al aumento de la demanda, la obtención de mejores calidades y las ventajas en términos de costos. Se espera un aumento del volumen de producción, como efecto de la incorporación de mejoras tecnológicas, la entrada en producción de plantaciones en formación y una mayor distribución esperada del cultivo a lo largo del país. En ciruelas, será necesario emprender esfuerzos de apertura de nuevos mercados, colocación del producto y agregación de valor, para hacer frente al aumento de la superficie de cultivo, la mantención de la demanda y la disminución de los precios.
- La industria de jugos cuenta con la ventaja que representa la imagen de Chile como exportador de fruta fresca y con la percepción de los clientes internacionales sobre el aumento calidad de los productos, y con una diversidad de productos, lo que favorece su gestión exportadora.
- Entre los aspectos esta industria (jugos) debe trabajar a futuro se incluyen los relacionados con la inocuidad y la trazabilidad de las materias primas, que será preciso abordar en conjunto con los productores de frutas y hortalizas. También se deberá prestar atención al aumento en los costos de la mano de obra y del transporte en la producción primaria. Asimismo, será necesario hacer esfuerzos por incrementar la innovación de productos y procesos, para establecer nuevas estrategias de negocios que permitan aprovechar el potencial de esta industria sobre la base del prestigio del país; y fortalecer la orientación al cliente y a las tendencias de mercado, haciendo seguimiento a los mercados de destino emergentes.
- En la industria chilena productora de aceites de oliva, si bien se espera una declinación de la superficie de nuevas plantaciones, existe un amplio espacio por crecer en las exportaciones, debido al aumento de la oferta que deberá destinarse en forma creciente al mercado externo, para lograr colocar la producción generada por las nuevas plantaciones de los últimos años. Frente a la nueva oferta que se espera a

nivel mundial en el negocio de granel (África Mediterránea) será importante que Chile pueda salir de la carga del *commodity*.

- En rosa mosqueta, Chile ya ocupa una posición de liderazgo en la exportación a nivel mundial con producto de calidad, de modo que no existe un mayor margen para crecer. Es por eso que las perspectivas se basan en la búsqueda de una diversificación de usos, para fomentar el aumento de la demanda (por cuanto la demanda actual ya se encuentra abastecida).
- En aceite de pepita de uva, el consumo mundial es muy estable. Pueden proyectarse aumentos de exportación (hasta duplicarla) en la medida en que sigan explorando y se logre llegar a nuevos mercados, junto con consolidar los ya existentes. Hay que considerar en este esfuerzo que Chile actualmente aprovecha sólo la mitad de la materia prima que se desecha a nivel nacional y que no existen restricciones por capacidad de procesamiento.
- Las recomendaciones que se entregan en el documento tienen que ver con formas de mantener el liderazgo del país en el mercado de estos productos, y principalmente para mejorar la competitividad de esta industria, por medio de la diversificación de productos, mercados, aumentos de precios y disminución de costos, entre los principales factores considerados. Cabe señalar que se hace un foco en aquellas recomendaciones asociadas a aspectos que son gobernables por parte de la industria y/o del sector público.

6. REFERENCIAS

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

- La información estadística sobre comercio mundial de productos procesados hortofrutícolas (incluyendo el comercio de Chile en el contexto internacional) se obtuvo del Centro de Comercio Internacional (International Trade Center, ITC), que toma información de COMEX
- La información estadística detallada sobre comercio chileno ha sido tomada del Servicio Nacional de Aduanas, Chilealimentos y Chileoliva.

INFORMACIÓN BASE ANÁLISIS

- Agroqualitas y Fundación Chile. 2008. Agenda Estratégica para el Cluster de Frutas y Hortalizas Procesadas. 204 ppt.
- CCI, 2010. Estadísticas de comercio internacional. Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE. En: <http://www.trademap.org/>
- Chilealimentos y ProChile, Catálogo 2008. Alimentos Elaborados. Chilean Processed Food Guide. 152 p.
- Chilealimentos, 2010. Exportaciones alimentos elaborados 1981 – 2009. 22 p.
- Chilealimentos y Prochile. 2009. Foodnews Chile 2009. 28 p.
- ChileOliva. 2009. Informe anual del mercado del aceite de oliva. 17 p.
- CNIC IALE. Oportunidades de transformación productiva asociadas a demandas derivadas de los sectores con potencial productivo (clusters de alto crecimiento). Mayo 2010. 4 volúmenes.
- CNIC, “Hacia una Estrategia Nacional de Innovación para la Competitividad.”, Santiago de Chile, Vol. I, enero de 2007; Vol. II, enero de 2008.

- CORFO, Programa de Atracción de Inversiones Extranjeras. Agroindustria Frutícola en Chile. 28 p.
- FAO, ONUDI, FIDA. 2008. Foro Mundial sobre agroindustria. 64 p.
- Fundación Chile. 2002. Competitividad de la agroindustria hortícola chilena. 94 p.
- Global Market Review of Functional Foods, 2004.
- IdeaConsultora Ltda. 2007. Estudio para prospectar factores críticos para el crecimiento de la industria de recursos naturales en rubros relevantes. Informe final sector agroindustria hortofrutícola. Realizado para el Programa de Atracción de Inversiones Extranjeras de CORFO.
- MINAGRI, Agenda Estratégica Chile Potencia Alimentaria, Presentación Power Point, Santiago, 30 de mayo de 2008.
- MINAGRI-Fundación Chile. Innovación para la Potencia Alimentaria. Diagnóstico de Recursos Humanos e Infraestructura en Tecnología, Inocuidad y Calidad de Alimentos. Santiago, s.f.
- Moguillansky, G., Salas, J.C., Cares, G. 2006. Capacidad de innovación en industrias exportadoras de Chile: la industria del vino y la agroindustria hortofrutícola. Serie Comercio Internacional CEPAL n° 79. 67 p.
- ODEPA. Agricultura Chilena 2014. Una perspectiva de mediano plazo. Santiago, octubre de 2005. 224 p.
- ODEPA, 2010. Chile y el mercado mundial de la fruta industrializada. Abril 2010. 14 p.
- ODEPA. 2001 AL 2010. Publicaciones varias: Mercado y situación del aceite de oliva.
- ProChile. 2009. The Clipper. Agropress. 36 p.
- The Boston Consulting Group. Estudios de Competitividad en Clusters de la Economía Chilena. Documento de Referencia Fruticultura Primaria. Presentación Power Point, Stgo., septiembre de 2007.

- The Boston Consulting Group. Estudios de Competitividad en Clusters de la Economía Chilena. Documento de Referencia Alimentos Procesados para Consumo Humano. Presentación Power Point, Stgo., septiembre de 2007.

INFORMACIÓN SOBRE OTROS PAÍSES

Australia

Australian Food Safety Centre of Excellence: WWW.FOODSAFETYCENTRE.COM.AU

Australian Government; Department of Agriculture, Fisheries and Forestry.
WWW.DAFF.GOV.AU/

Australian Government; Department of Agriculture, Fisheries and Forestry. Corish Report Response (respuesta del gobierno de Australia al informe «Creating our future; agriculture and food policy for the next generation»).

WWW.DAFF.GOV.AU/ABOUT/PUBLICATIONS/CORISH_RESPONSE_REPORTS/CORISH_REPORT/OVERVIEW

Australian Government; Department of Agriculture, Fisheries and Forestry. Rural Research and Development Priorities. Commonwealth of Australia, 2007. 15 p.

Australian National Audit Office. National Food Industry Strategy.
WWW.ANAO.GOV.AU/DIRECTOR/PUBLICATIONS/AUDITREPORTS/2006-2007.CFM?PAGENUMBER=5

Australian Vegetable Industry Development Group. Vegvision 2020 (Vegvision Strategic Plan 2020). AVG Group 2006. 56 p.

Creating our future; agriculture and food policy for the next generation. Report by the Agriculture and Food Policy Reference Group to the Minister for Agriculture, Fisheries and Forestry February 2006. 220p.

WWW.AGFOODGROUP.GOV.AU/PUBLICATIONS/NEXT_GENERATION

CSIRO. Food Futures National Research Flagship. 6p.

WWW.CSIRO.AU/RESOURCES/FOOD-FUTURES-INFORMATION.HTML

Horticulture Australia Limited (HAL)

WWW.HORTICULTURE.COM.AU

National Food Industry Strategy Ltd: WWW.NFIS.COM.AU

Bélgica

Belgian Federal Science Policy Office:

WWW.BELSPO.BE/BELSPO/RES/PROG/PROGR_EN.STM

Centre de Recherche et d'information des Organisation de Consommateurs. Attentes de consommation. Juillet 2010.

FEVIA Fédération de l'Industrie Alimentaire. Développement économique de l'industrie alimentaire belge en 2008/2009. Bruxelles, février 2010.

France Monde Express

WWW.FRANCEMONDEXPRESS.FR/BELGIQUE-SECTEUR-AGROALIMENTAIRE,596.HTML (18/01/2010)

Industrie alimentaire; Rapport de conjoncture du 1^{ère} trimestre 2010
SPF Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie

Secteur Agroalimentaire:

BUSINESS.BELGIUM.BE/FR/INVESTIR_EN_BELGIQUE/SECTEURS_CLES/AGROALIMENTAIRE/

España

Agenda Estratégica de Investigación de la Plataforma Tecnológica Española. Food for Life-Spain 2007-2020: WWW.FOODFORLIFE-SPAIN.ES

CIAA Policy Recommendations; Input into the High Level Group on the Competitiveness of the Agro-food Industry, 2008.

CIAA benchmarking report 2006. The competitiveness of the EU food and drink industry.

FIAB. Dossier Presentación Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas, 2010: WWW.FIAB.ES

Informe Económico 2009/ Barómetro A&B 2010: WWW.FIAB.ES

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Ganar Dimensión; una necesidad para la industria agroalimentaria española. Madrid, marzo de 2005

Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación y Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB). Una aproximación a la industria española de la alimentación y bebidas y su comercio exterior. Madrid, mayo de 2008.

Estados Unidos

California Agricultural Resource Directory 2010 – 2011, Agricultural Statistics Review. 39.

California Department of Food and Agriculture
WWW.CDFA.CA.GOV/PROGRAMS.HTML

California League of Food Processors
WWW.CLFP.COM/

California State University – Agricultural Research Institute
ARI.CALSTATE.EDU/

Oregon Department of Agriculture
WWW.OREGON.GOV/ODA/

Oregon Department of Agriculture. Oregon Agriculture: Facts and figures. June 2010.

Oregon State University, College of Agricultural Sciences
[HTTP://AGSCI.OREGONSTATE.EDU/](http://AGSCI.OREGONSTATE.EDU/)

Oregon State University, Food Innovation Center
[HTTP://FIC.OREGONSTATE.EDU/](http://FIC.OREGONSTATE.EDU/)

USDA, Agricultural Research Service.
WWW.ARS.USDA.GOV/RESEARCH/PROGRAMS.HTM

[USDA, Agricultural Research Service] Action Plan: National Program 306 “Quality and Utilization of Agricultural Products 2010-2015”.
WWW.ARS.USDA.GOV/RESEARCH/PROGRAMS.HTM

USDA, Agricultural Research Service. Strategic Plan for FY 2006-2010. February 2007. 56p.

USDA, Agricultural Marketing Service.
WWW.AMS.USDA.GOV/AMSV1.0/

USDA, Foreign Agricultural Service. Exports Programas at Work. October 2010. 68.

USDA, National Institute of Food and Agriculture

WWW.NIFA.USDA.GOV/

University of California, College of Agricultural and Environmental Sciences

[HTTP://CAES.UCDAVIS.EDU/RESEARCH/OUTEXT/](http://CAES.UCDAVIS.EDU/RESEARCH/OUTEXT/)

Sitios en Internet de las principales organizaciones de la industria de frutas y hortalizas, en particular Advisory Boards y Comités (que operan en materia de marketing orders).

Perú

Banco Agropecuario: WWW.AGROBANCO.COM.PE/

Comisión para la Promoción de las Exportaciones (PROMPEX)

WWW.PROMPERU.GOB.PE/

Comisión Técnica Multisectorial/Ministerios de Agricultura, Vivienda y Construcción, Economía y Finanzas, Junta Nacional de Usuarios. Política y Estrategia Nacional de Riego en el Perú. Gobierno de Perú, junio de 2003

FAO. América Latina y el Caribe: Entornos favorables para el desarrollo del sector agroindustrial. Chile, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, octubre de 2007.

Ministerio de Agricultura de Perú: WWW.MINAG.GOB.PE/

Programa de Servicios de Apoyo para Acceder a los Mercados Rurales PROSAAMER

WWW.PROSAAMER.GOB.PE/

Universidad de La Molina/ INDDA: WWW.LAMOLINA.EDU.PE/

7. ANEXOS

7.1 ANEXO 1

LISTADOS DE PRODUCTOS POR GRUPO Y CÓDIGOS SACH

Lista de productos que fueron integrado en el grupo FRUTAS Y HORTALIZAS EN CONSERVAS y códigos SACH correspondientes provenientes de la Base ITC (International Trade center - Trade Map)

Código	Descripción del producto
'07112010	Hortalizas conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar dicha conservacion), pero todavía impropias para consumo inmediato: Aceitunas: En salmuera
'07112090	Hortalizas conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar dicha conservacion), pero todavía impropias para consumo inmediato: Aceitunas: Las demás
'07113000	Hortalizas (incluso «silvestres») conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar dicha conservacion), pero todavía impropias para consumo inmediato.: Alcaparras
'07114010	Hortalizas conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar dicha conservacion), pero todavía impropias para consumo inmediato: Pepinos y pepinillos: En salmuera
'07114090	Hortalizas conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar dicha conservacion), pero todavía impropias para consumo inmediato: Pepinos y pepinillos: Los demás
'07115100	Hortalizas conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar dicha conservacion), pero todavía impropias para consumo inmediato: Hongos y trufas: Hongos del género Agaricus
'07115900	Hortalizas conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar dicha conservacion), pero todavía impropias para consumo inmediato: Hongos y trufas: Los demás
'07119000	Hortalizas conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar dicha conservacion), pero todavía impropias para consumo inmediato: Las demás hortalizas; mezclas de hortalizas
'08121000	Frutas u otros frutos, conservados provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para dicha conservacion), pero todavía impropios para consumo inmediato: Cerezas
'08129010	Frutas u otros frutos, conservados provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para dicha conservacion), pero todavía impropios para consumo inmediato: Los demás: Duraznos (melocotones)*
'08129090	Frutas u otros frutos, conservados provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para dicha conservacion), pero todavía impropios para consumo inmediato: Los demás: Los demás

Código	Descripción del producto
'11051000	Harina, sémola, polvo, copos, gránulos y pellets, de patata (papa): Harina, sémola y polvo
'11052000	Harina, sémola, polvo, copos, gránulos y pellets, de patata (papa): Copos, granulos y pellets
'11061000	Harina, sémola y polvo de las hortalizas de la partida 0713, de sagú o de las raíces o tubérculos de la partida 0714 o de los productos del capítulo 8: De las hortalizas de la partida 0713
'11062000	Harina, sémola y polvo de las hortalizas de la partida 0713, de sagú o de las raíces o tubérculos de la partida 0714 o de los productos del capítulo 8: De sagú o de las raíces o tubérculos de la partida 0714
'11063000	Harina, sémola y polvo de las hortalizas de la partida 0713, de sagú o de las raíces o tubérculos de la partida 0714 o de los productos del capítulo 8: De los productos del capítulo 8
11082000	Almidón y fécula; inulina: Inulina
11081200	Almidón y fécula; inulina: Almidón y fécula: Almidón de maíz
11081100	Almidón y fécula; inulina: Almidón y fécula: Almidón de trigo
11081300	Almidón y fécula; inulina: Almidón y fécula: Fécula de patata (papa)
11081400	Almidón y fécula; inulina: Almidón y fécula: Fécula de mandioca (yuca)
11081900	Almidón y fécula; inulina: Almidón y fécula: Los demás almidones y féculas
'20011000	Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético: Pepinos y pepinillos
'20019010	Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético: Los demás: Alcachofas
'20019020	Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético: Los demás: Alcaparras
'20019030	Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético: Los demás: Mezclas
'20019090	Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético: Los demás: Los demás
'20021010	Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético): Tomates enteros o en trozos: Enteros
'20021020	Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético): Tomates enteros o en trozos: En trozos
'20029011	Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético): Los demás: Purés y jugos de tomate, cuyo contenido en peso, de extracto seco, sea superior o igual al 7 % : De valor Brix inferior a 30
'20029012	Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético): Los demás: Purés y jugos de tomate, cuyo contenido en peso, de extracto seco, sea superior o igual al 7 % : De valor Brix superior o igual a 30 pero inferior o igual a 32
'20029019	Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético): Los demás: Purés y jugos de tomate, cuyo contenido en peso, de extracto seco, sea superior o igual al 7 % : Los demás
'20029090	Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético): Los demás: Los demás
'20031010	Hongos y trufas, preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético): Hongos del género Agaricus: Enteros

Código	Descripción del producto
'20031090	Hongos y trufas, preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético): Hongos del género Agaricus: Los demás
'20032010	Hongos y trufas, preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético): Trufas: Enteras
'20032090	Hongos y trufas, preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético): Trufas: Las demás
'20039010	Hongos y trufas, preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético): Los demás: Enteros
'20039090	Hongos y trufas, preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético): Los demás: Los demás
'20041000	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas (excepto los productos de la partida 2006): Patatas (papas)
'20049010	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas (excepto los productos de la partida 2006): Las demás hortalizas y las mezclas de hortalizas: Espárragos
'20049090	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas (excepto los productos de la partida 2006): Las demás hortalizas y las mezclas de hortalizas: Los demás
'20051000	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006): Hortalizas homogeneizadas
'20052000	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006): Patatas (papas)
'20054000	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006): Guisantes (arvejas, chícharos) (<i>Pisum sativum</i>)
'20055100	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006): Judías (porotos, alubias, frijoles, fréjoles) (<i>Vigna spp.</i> , <i>Phaseolus spp.</i>): Desvainadas
'20055900	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006): Judías (porotos, alubias, frijoles, fréjoles) (<i>Vigna spp.</i> , <i>Phaseolus spp.</i>): Las demás
'20056000	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006): Espárragos
'20057000	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006): Aceitunas
'20058000	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006): Maíz dulce (<i>Zea mays</i> var. <i>saccharata</i>)
'20059010	Las demás hortalizas (incluso «silvestres») preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar, excepto los productos de la partida 20.06.: Las demás hortalizas y las mezclas de hortalizas: Pimiento
'20059020	Las demás hortalizas (incluso «silvestres») preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar, excepto los productos de la partida 20.06.: Las demás hortalizas y las mezclas de hortalizas: Ají

Código	Descripción del producto
'20059090	Las demás hortalizas (incluso «silvestres») preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar, excepto los productos de la partida 20.06.: Las demás hortalizas y las mezclas de hortalizas: Las demás
'20059100	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006): Las demás hortalizas y las mezclas de hortalizas: Brotes de bambú
'20059910	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006): Las demás hortalizas y las mezclas de hortalizas: Las demás: Pimiento
'20059920	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006): Las demás hortalizas y las mezclas de hortalizas: Las demás: Ají
'20059990	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006): Las demás hortalizas y las mezclas de hortalizas: Las demás: Las demás
'20060010	Hortalizas, frutas u otros frutos o sus cortezas y demás partes de plantas, confitados con azúcar (almibarados, glaseados o escarchados): Cerezas
'20060020	Hortalizas, frutas u otros frutos o sus cortezas y demás partes de plantas, confitados con azúcar (almibarados, glaseados o escarchados): Mezclas de frutas
'20060090	Hortalizas, frutas u otros frutos o sus cortezas y demás partes de plantas, confitados con azúcar (almibarados, glaseados o escarchados): Los demás
'20071000	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Preparaciones homogeneizadas
'20079100	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: De agrios (cítricos)
'20079911	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Los demás: De durazno (melocoton)*: Pulpa
'20079912	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Los demás: De durazno (melocoton)*: Mermeladas y jaleas
'20079919	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Los demás: De durazno (melocoton)*: Los demás
'20079921	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Los demás: De damasco (albaricoque, chabacano)*: Pulpa
'20079922	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Los demás: De damasco (albaricoque, chabacano)*: Mermeladas y jaleas
'20079929	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Los demás: De damasco (albaricoque, chabacano)*: Los demás

Código	Descripción del producto
'20079990	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Los demás: Los demás
'20081110	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Frutos de cáscara, cacahuates (cacahuates, maníes) y demás semillas, incluso mezclados entre sí: Cacahuates (cacahuates, maníes): Sin cáscara
'20081190	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Frutos de cáscara, cacahuates (cacahuates, maníes) y demás semillas, incluso mezclados entre sí: Cacahuates (cacahuates, maníes): Los demás
'20081900	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Frutos de cáscara, cacahuates (cacahuates, maníes) y demás semillas, incluso mezclados entre sí: Los demás, incluidas las mezclas
'20082011	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Piñas (ananas): Conservadas al natural o en almíbar: En rodajas
'20082012	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Piñas (ananas): Conservadas al natural o en almíbar: En cubos
'20082019	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Piñas (ananas): Conservadas al natural o en almíbar: Las demás
'20082090	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Piñas (ananas): Las demás
'20083000	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Agrios (cítricos)
'20084010	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Peras: Conservadas al natural o en almíbar
'20084090	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Peras: Las demás
'20085000	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Albaricoques (damascos, chabacanos)
'20086011	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Cerezas: Conservadas al natural o en almíbar: Marrasquino o tipo marrasquino

Código	Descripción del producto
'20086019	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Cerezas: Conservadas al natural o en almíbar: Las demás
'20086090	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Cerezas: Las demás
'20087011	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Melocotones (duraznos), incluidos los griñones y nectarinas: Conservados al natural o en almíbar: En mitades
'20087019	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Melocotones (duraznos), incluidos los griñones y nectarinas: Conservados al natural o en almíbar: Los demás
'20087090	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Melocotones (duraznos), incluidos los griñones y nectarinas: Los demás
'20088000	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Fresas (frutillas)
'20089100	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Los demás, incluidas las mezclas (excepto las mezclas de la subpartida 2008.19): Palmitos
'20089200	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Los demás, incluidas las mezclas (excepto las mezclas de la subpartida 2008.19): Mezclas
'20089910	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Los demás, incluidas las mezclas (excepto las mezclas de la subpartida 2008.19): Los demás: Uva
'20089920	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Los demás, incluidas las mezclas (excepto las mezclas de la subpartida 2008.19): Los demás: Ciruelas
'20089930	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Los demás, incluidas las mezclas (excepto las mezclas de la subpartida 2008.19): Los demás: Kiwis
'20089990	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Los demás, incluidas las mezclas (excepto las mezclas de la subpartida 2008.19): Los demás: Los demás
200120 (*)	Cebollas, preparadas o conservadas en vinagre o en ácido acético.

Código	Descripción del producto
200530 (*)	Choucroute preparado o conservado, excepto en vinagre
21013000	Extractos, esencias y concentrados de café, té o yerba mate y preparaciones a base de estos productos o a base de café, té o yerba mate; achicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados: Achicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados
21032010	Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazónadores, compuestos; harina de mostaza y mostaza preparada: «Ketchup » y demás salsas de tomate: Ketchup ("catsup", "catchup")*
21032090	Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazónadores, compuestos; harina de mostaza y mostaza preparada: «Ketchup » y demás salsas de tomate: Las demás
21039090	Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazónadores, compuestos; harina de mostaza y mostaza preparada: Los demás: Los demás
21039020	Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazónadores, compuestos; harina de mostaza y mostaza preparada: Los demás: Mayonesa
230810 (*)	Bellotas y castanas de indias, del tipo utilizadas en alimentación animal

Lista de productos que fueron integrado en el grupo FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADOS y códigos SACH correspondientes provenientes de la Base ITC (International Trade center - Trade Map)

Código	Descripción del producto
'07101000	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Patatas (papas)
'07102100	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Hortalizas de vaina, estén o no desvainadas: Guisantes (arvejas, chícharos) (Pisum sativum)
'07102200	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Hortalizas de vaina, estén o no desvainadas: Judías (porotos, alubias, frijoles, fréjoles) (Vigna spp., Phaseolus spp.)
'07102910	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Hortalizas de vaina, estén o no desvainadas: Las demás: Habas (Vicia faba)
'07102990	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Hortalizas de vaina, estén o no desvainadas: Las demás: Las demás
'07103000	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Espinacas (incluida la de Nueva Zelanda) y armuelles
'07104000	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Maíz dulce
'07108010	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Las demás hortalizas: Coliflor (Brassica oleracea var.Botrytis L.)
'07108020	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Las demás hortalizas: Brécoles (brocoli, "broccoli") (Brassica oleracea var.Botrytis L. Var. Symosa)
'07108030	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Las demás hortalizas: Setas y demás hongos
'07108040	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Las demás hortalizas: Espárragos
'07108090	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Las demás hortalizas: Las demás

Código	Descripción del producto
07109000	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas: Mezclas de hortalizas
'08111000	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Fresas (frutillas)
'08112010	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas: Moras
'08112020	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas: Frambuesas
'08112090	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas: Los demás
'08119010	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Arándanos
'08119020	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Damascos (albaricoques, chabacanos)*
'08119030	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Duraznos (melocotones)*
'08119040	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Kiwis
'08119050	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Manzanas
'08119060	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Uvas
'08119090	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Las demás

Lista de productos que fueron integrado en el grupo JUGOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS y códigos SACH correspondientes provenientes de la Base ITC (International Trade center - Trade Map) Producto : 2009 Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas

Código	Descripción del producto
20091100	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Congelado
20091200	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Sin congelar, de valor Brix inferior o igual a 20
20091900	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de naranja: Los demás
20092900	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de toronja

Código	Descripción del producto
	o pomelo: Los demás
20093100	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otro agrio (cítrico): De valor Brix inferior o igual a .20
20093900	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otro agrio (cítrico): Los demás
20094100	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de piña (ananá): De valor Brix inferior o igual a .20
20094900	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de piña (ananá): Los demás
20095000	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de tomate
20096110	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de uva, incluido el mosto: De valor Brix inferior o igual a 30: Jugo
20096120	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de uva, incluido el mosto: De valor Brix inferior o igual a 30: Mosto
20096910	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de uva, incluido el mosto: Los demás: Jugo
20096920	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de uva, incluido el mosto: Los demás: Mosto
20097100	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de manzana: De valor Brix inferior o igual a 20
20097910	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de manzana: Los demás: De valor Brix superior a 20 pero inferior a 70
20097920	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de manzana: Los demás: De valor Brix superior o igual a 70
20098010	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza: De mora
20098020	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza: De frambuesa
20098030	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza: De durazno (melocoton)*

Código	Descripción del producto
20098040	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza: De kiwi
20098050	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza: De pera
20098060	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza: De ciruela
20098070	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza: De pimiento rojo de los géneros Capsicum o Pimenta
20098090	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza: Los demás
20099000	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Mezclas de jugos

Lista de productos que fueron integrado en el grupo FRUTAS Y HORTALIZAS DESHIDRATADAS y códigos SACH correspondientes provenientes de la Base ITC (International Trade center - Trade Map)

Código	Descripción del producto
'07122000	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación: Cebollas
'07123110	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación: Orejas de Judas (<i>Auricularia</i> spp.), hongos gelatinosos (<i>Tremella</i> spp.) y demás hongos; trufas: Hongos del género <i>Agaricus</i> : Enteros
'07123120	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación: Orejas de Judas (<i>Auricularia</i> spp.), hongos gelatinosos (<i>Tremella</i> spp.) y demás hongos; trufas: Hongos del género <i>Agaricus</i> : En trozos
'07123190	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación: Orejas de Judas (<i>Auricularia</i> spp.), hongos gelatinosos (<i>Tremella</i> spp.) y demás hongos; trufas: Hongos del género <i>Agaricus</i> : Los demás
'07123210	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación: Orejas de Judas (<i>Auricularia</i> spp.), hongos gelatinosos (<i>Tremella</i> spp.) y demás hongos; trufas: Orejas de Judas (<i>Auricularia</i> spp.): Enteros
'07123220	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación: Orejas de Judas (<i>Auricularia</i> spp.), hongos gelatinosos (<i>Tremella</i> spp.) y demás hongos; trufas: Orejas de Judas (<i>Auricularia</i> spp.): En trozos

Código	Descripción del producto
'07123290	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparacion: Orejas de Judas (<i>Auricularia</i> spp.), hongos gelatinosos (<i>Tremella</i> spp.) y demás hongos; trufas: Orejas de Judas (<i>Auricularia</i> spp.): Los demás
'07123310	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparacion: Orejas de Judas (<i>Auricularia</i> spp.), hongos gelatinosos (<i>Tremella</i> spp.) y demás hongos; trufas: Hongos gelatinosos (<i>Tremella</i> spp.): Enteros
'07123320	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparacion: Orejas de Judas (<i>Auricularia</i> spp.), hongos gelatinosos (<i>Tremella</i> spp.) y demás hongos; trufas: Hongos gelatinosos (<i>Tremella</i> spp.): En trozos
'07123390	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparacion: Orejas de Judas (<i>Auricularia</i> spp.), hongos gelatinosos (<i>Tremella</i> spp.) y demás hongos; trufas: Hongos gelatinosos (<i>Tremella</i> spp.): Los demás
'07123910	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparacion: Orejas de Judas (<i>Auricularia</i> spp.), hongos gelatinosos (<i>Tremella</i> spp.) y demás hongos; trufas: Los demás: Enteros
'07123920	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparacion: Orejas de Judas (<i>Auricularia</i> spp.), hongos gelatinosos (<i>Tremella</i> spp.) y demás hongos; trufas: Los demás: En trozos
'07123990	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparacion: Orejas de Judas (<i>Auricularia</i> spp.), hongos gelatinosos (<i>Tremella</i> spp.) y demás hongos; trufas: Los demás: Los demás
'07129010	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparacion: Las demás hortalizas; mezclas de hortalizas: Puerros
'07129020	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparacion: Las demás hortalizas; mezclas de hortalizas: Ají (<i>Capsicum frutescens</i>)
'07129030	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparacion: Las demás hortalizas; mezclas de hortalizas: Tomates
'07129040	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparacion: Las demás hortalizas; mezclas de hortalizas: Apio
'07129050	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparacion: Las demás hortalizas; mezclas de hortalizas: Ajo
'07129090	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparacion: Las demás hortalizas; mezclas de hortalizas: Las demás
'08011100	Cocos, nueces del Brasil y nueces de marañon (merey, cajuil, anacardo, cajú), frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados: Cocos: Secos
'08021210	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados: Almendras: Sin cáscara: Enteras

Código	Descripción del producto
'08021290	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados: Almendras: Sin cáscara: Las demás
'08022200	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados: Avellanas (<i>Corylus spp.</i>): Sin cáscara
'08023210	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados: Nueces de nogal: Sin cáscara: Enteras
'08023290	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados: Nueces de nogal: Sin cáscara: Las demás
'08025000	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados: Pistachos
'08029000	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados: Los demás
'08062010	Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas: Secas, incluidas las pasas: Morenas
'08062090	Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas: Secas, incluidas las pasas: Las demás
'08131000	Frutas y otros frutos, secos (excepto los de las partidas 0801 a 0806); mezclas de frutas u otros frutos secos o de frutos de cáscara de este capítulo: Albaricoques (damascos, chabacanos)
'08132000	Frutas y otros frutos, secos (excepto los de las partidas 0801 a 0806); mezclas de frutas u otros frutos secos o de frutos de cáscara de este capítulo: Ciruelas
'08133000	Frutas y otros frutos, secos (excepto los de las partidas 0801 a 0806); mezclas de frutas u otros frutos secos o de frutos de cáscara de este capítulo: Manzanas
'08134010	Frutas y otros frutos, secos (excepto los de las partidas 0801 a 0806); mezclas de frutas u otros frutos secos o de frutos de cáscara de este capítulo: Las demás frutas u otros frutos: Duraznos (melocotones)*
'08134020	Frutas y otros frutos, secos (excepto los de las partidas 0801 a 0806); mezclas de frutas u otros frutos secos o de frutos de cáscara de este capítulo: Las demás frutas u otros frutos: Mosqueta
'08134090	Frutas y otros frutos, secos (excepto los de las partidas 0801 a 0806); mezclas de frutas u otros frutos secos o de frutos de cáscara de este capítulo: Las demás frutas u otros frutos: Los demás
'08135000	Frutas y otros frutos, secos (excepto los de las partidas 0801 a 0806); mezclas de frutas u otros frutos secos o de frutos de cáscara de este capítulo: Mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este capítulo
'09042010	Pimienta del género <i>Piper</i> ; frutos de los géneros <i>Capsicum</i> o <i>Pimenta</i> , secos, triturados o pulverizados: Frutos de los géneros <i>Capsicum</i> o <i>Pimenta</i> , secos, triturados o pulverizados: Pimenton
'09042020	Pimienta del género <i>Piper</i> ; frutos de los géneros <i>Capsicum</i> o <i>Pimenta</i> , secos, triturados o pulverizados: Frutos de los géneros <i>Capsicum</i> o <i>Pimenta</i> , secos, triturados o pulverizados: Ají
'09042090	Pimienta del género <i>Piper</i> ; frutos de los géneros <i>Capsicum</i> o <i>Pimenta</i> , secos, triturados o pulverizados: Frutos de los géneros <i>Capsicum</i> o <i>Pimenta</i> , secos, triturados o pulverizados: Los demás
12119010	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados: Los demás: Boldo

Código	Descripción del producto
12119020	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados: Los demás: Orégano
12119041	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados: Los demás: Mosqueta: Pepa y pepa vana
12119042	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados: Los demás: Mosqueta: Cascarilla
12119043	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados: Los demás: Mosqueta: Flor y hojas
12119049	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados: Los demás: Mosqueta: Las demás
12119050	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados: Los demás: Hierba de San Juan (Hypericum perforatum)
12119060	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados: Los demás: Manzanilla
12119090	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados: Los demás: Los demás

Lista de productos que fueron integrado en el grupo ACEITES y códigos SACH correspondientes provenientes de la Base ITC (International Trade center - Trade Map)

Código	Descripción del producto
15091000	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Virgen
15099000	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Los demás
15100000	Los demás aceites y sus fracciones obtenidos exclusivamente de la aceituna, incluso refinados, pero sin modificar químicamente, y mezclas de estos aceites o fracciones con los aceites o fracciones de la partida 1509
15111000	Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Aceite en bruto
15119000	Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente: Los demás
15131100	Aceites de coco (de copra), de almendra de palma o de babasú, y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente: Aceite de coco (de copra) y sus fracciones: Aceite en bruto

Código	Descripción del producto
15131900	Aceites de coco (de copra), de almendra de palma o de babasú, y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente: Aceite de coco (de copra) y sus fracciones: Los demás
15132100	Aceites de coco (de copra), de almendra de palma o de babasú, y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente: Aceites de almendra de palma o de babasú, y sus fracciones: Aceites en bruto
15132900	Aceites de coco (de copra), de almendra de palma o de babasú, y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente: Aceites de almendra de palma o de babasú, y sus fracciones: Los demás
15159010	Las demás grasas y aceites vegetales fijos, incluido el aceite de jojoba, y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente: Los demás: Aceite de rosa mosqueta
15159090	Las demás grasas y aceites vegetales fijos, incluido el aceite de jojoba, y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente: Los demás: Los demás
23066000	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción de grasas o aceites vegetales, incluso molidos o en «pellets», excepto los de las partidas 2304 o 2305: De nuez o de almendra de palma
230650 (*)	Tortas y residuos solidos extraccion de grasas o aceites de coco o de
33011100	Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los «concretos » o «absolutos »; resinoides; oleorresinas de extraccion; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceracion; subproductos terpénicos residuales de la desterpenacion de los aceites esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales.: Aceites esenciales de agrios (cítricos): De bergamota
33011200	Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los «concretos » o «absolutos »; resinoides; oleorresinas de extraccion; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceracion; subproductos terpénicos residuales de la desterpenacion de los aceites esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales: Aceites esenciales de agrios (cítricos): De naranja
33011300	Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los «concretos » o «absolutos »; resinoides; oleorresinas de extraccion; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceracion; subproductos terpénicos residuales de la desterpenacion de los aceites esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales: Aceites esenciales de agrios (cítricos): De limon
33011400	Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los «concretos » o «absolutos »; resinoides; oleorresinas de extraccion; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceracion; subproductos terpénicos residuales de la desterpenacion de los aceites esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales.: Aceites esenciales de agrios (cítricos): De lima

Código	Descripción del producto
33011900	Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los «concretos » o «absolutos »; resinoides; oleorresinas de extraccion; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceracion; subproductos terpénicos residuales de la desterpenacion de los aceites esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales: Aceites esenciales de agrios (cítricos): Los demás

7.2 ANEXO 2

**PAUTAS DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA REALIZADA A
REPRESENTANTES DE EMPRESAS Y ESPECIALISTAS**

ENCUESTA ESPECIALISTAS

“POTENCIAL DE PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL HORTOFRUTÍCOLA”

Antecedentes generales del entrevistado

Nombre : _____
 Entidad: _____
 Cargo: _____

Antecedentes de la entidad

Comuna: _____
 Región: _____
 Teléfono: _____
 Sitio web: _____
 Rubro: _____
 Área de investigación principal: _____
 (Especificar rubro(s) de especialidad)

Desarrollo actual de la producción y mercado en la agroindustria hortofrutícola

De acuerdo a la información que usted tiene, ¿cuál es el volumen y valor de producción promedio nacional de los últimos 2 años en el rubro de su especialidad?

Volumen	Valor

En función de los antecedentes con que cuenta, ¿qué porcentaje de la producción del rubro de su especialidad en promedio se destina a mercados externos? (últimos 2 años)

Volumen	Valor

¿Cuáles son los principales mercados de destino de la producción nacional (dentro del rubro de su especialidad? (últimos 5 años) (Especificar por producto)

Nacional

Externo

De acuerdo a los antecedentes que usted maneja, ¿puede entregar una estimación del empleo generado en el rubro agroindustrial de su especialidad? (Especificar por producto si es posible)

Considerando el desarrollo actual de su área de especialización en el sector agroindustrial ¿puede entregar una estimación de la inversión realizada en el rubro de su especialidad?

¿Puede entregar una estimación de la capacidad de proceso instalada en su área de especialización dentro del sector agroindustrial nacional?

¿Qué **dificultades** enfrenta y fortalezas tiene el rubro en el cual usted se desempeña o de su especialidad?

TÓPICOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES

Tendencias de producción y comercialización de productos agroindustriales

¿Cuál ha sido la tendencia de producción de las empresas nacionales dentro del rubro en el cual usted se desempeña o de su especialidad? (últimos 2 años)

Volumen	
☐	Aumento
☐	Disminución
☐	Mantención

Valor	
☐	Aumento
☐	Mantención
☐	Disminución

¿Qué factores, a su juicio, explican estas tendencias? (Especificar por producto)

¿Cuál ha sido la tendencia observada en las exportaciones nacionales dentro del rubro en el cual usted se desempeña o de su especialidad? (últimos 2 años)

Volumen	
☐	Aumento
☐	Disminución
☐	Mantención

Valor	
☐	Aumento
☐	Mantención
☐	Disminución

¿Qué factores explican dicha tendencia? (Especificar por producto)

¿Quiénes lideran las exportaciones nacionales dentro del rubro en el cual usted se desempeña o de su especialidad? (Especificar por producto si corresponde)

¿Cuáles son los países competidores en el ámbito de producción y exportación en el cual usted se desempeña o de su especialidad? (Especificar por producto si corresponde)

Desarrollo futuro de la producción y mercados en la agroindustria hortofrutícola

A su juicio, ¿cuál debiera ser la tendencia futura de la producción nacional en el rubro que usted se desenvuelve? (Incluir productos, proyecciones en valor y volumen)

De acuerdo a su experiencia, ¿cuál debiera ser la tendencia futura del mercado de productos del rubro en el que usted se desenvuelve? (Incluir productos, proyecciones en valor y volumen)

Nacional

Externo

En su opinión, ¿qué comportamiento debieran tener en el futuro las exportaciones de los productos asociados al rubro en el cual usted se desenvuelve?

Volumen	
	Aumento
	Disminución
	Mantención

Valor	
	Aumento
	Mantención
	Disminución

En su opinión, ¿cuáles son los factores que incidirán en las tendencias señaladas? (Especificar por producto)

¿Qué desafíos genera a la agroindustria nacional (del rubro en el cual usted se desempeña) el potenciar su presencia en el comercio internacional?

¿Qué requiere la agroindustria nacional (del rubro en el cual usted se desempeña) para potenciar su presencia en el comercio internacional?

¿Qué **iniciativas** cree importante impulsar en el país para apoyar el desarrollo de la agroindustria hortofrutícola?

Innovaciones de productos y procesos

¿Qué **actores** (empresas, instituciones de investigación o investigadores) han desarrollado iniciativas o actividades innovadoras dentro de la actividad agroindustrial hortofrutícola nacional en los últimos años? ¿Qué cambios o innovaciones han impulsado estos actores? (la misma entidad entrevistada u otra)

Actores	Cambios o innovaciones de productos, de procesos, características de los nuevos productos o procesos

Experiencia internacional

A su juicio, ¿qué **países** son de interés conocer dado el desarrollo alcanzado en áreas similares a las que usted se desenvuelve?

ENCUESTA EMPRESAS
“POTENCIAL DE PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DEL SECTOR
AGROINDUSTRIAL HORTOFRUTÍCOLA”

Nombre: _____
Entidad: _____
Cargo: _____

Antecedentes de la entidad

Comuna: _____
Región: _____
Teléfono: _____
Sitio web: _____
Rubro: _____

Listado de Productos
(Indicar si es Principal
o Secundario):

Desarrollo actual de la producción y mercado en la agroindustria hortofrutícola

¿Cuál es el volumen de producción promedio de su empresa y a nivel nacional de sus principales productos? (año 2008 y 2009) (Especificar por producto)

Por Producto Empresa	Nacional

¿Cuáles son los valores de producción promedio de su empresa y nacional de los últimos 2 años?
(2008-2009) (Especificar por producto)

Por Producto Empresa	Nacional

¿Cuáles son los principales mercados de destino de sus principales productos y que porcentaje se destina a cada uno de ellos? (años 2008 y 2009) (Especificar por producto)

Nacional
Externo (por mercado de destino)

¿Cuál ha sido la tendencia de la producción nacional de las empresas en su rubro? (2008 y 2009)
 Creemos que esta pregunta será difícil de contestar cuando la empresa trabaje con varios productos, por ejemplo, mermeladas y jugos o en el caso que trabaje con frutas y verduras deshidratadas. En estos casos, puede ser que un producto haya aumentado y otro haya disminuido. ¿En este caso cuál sería la tendencia?

Volumen	
☐	Aumento
☐	Disminución
☐	Mantención

Valor	
☐	Aumento
☐	Mantención
☐	Disminución

¿Qué factores, a su juicio, explican estas tendencias? (Especificar por tipo de producto)

¿Cuál ha sido la tendencia observada a nivel nacional en las exportaciones de su rubro? (2008 y 2009)

Volumen	
☐	Aumento
☐	Disminución
☐	Mantención

Valor	
☐	Aumento
☐	Mantención
☐	Disminución

¿Qué factores explican dicha tendencia? (Explicar por producto)

¿Quiénes lideran las exportaciones nacionales dentro del rubro en el cual usted se inserta o de su especialidad?

¿Cuáles son los países competidores en el ámbito de **producción** en el cual usted se desempeña o de su especialidad?

¿Cuáles son los países competidores en el ámbito de **exportación** en el cual usted se desempeña o de su especialidad?

¿Qué **dificultades** y **fortalezas** presenta la actividad productiva en la cual usted se desempeña? Ver Anexo

TÓPICOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES

Desarrollo futuro de la producción y mercados en la agroindustria hortofrutícola

A su juicio, ¿cuál cree usted que será la tendencia futura de la producción nacional en el rubro que usted se desenvuelve? (Incluir productos, proyecciones en valor y volumen)

De acuerdo a su experiencia, ¿cuál debiera ser la tendencia futura del mercado de productos del rubro en el que usted se desenvuelve? (Incluir productos, proyecciones en valor y volumen)

Nacional

Externo

En su opinión, ¿qué comportamiento debieran tener en el futuro las exportaciones de los productos asociados al rubro en el cual usted se desenvuelve?

Volumen	
☐	Aumento
☐	Disminución
☐	Mantención

Valor	
☐	Aumento
☐	Mantención
☐	Disminución

En su opinión, ¿cuáles son los factores que incidirán en las tendencias señaladas? (Especificar por producto)

¿Qué desafíos enfrenta la agroindustria nacional (del rubro en el cual usted se desempeña) para potenciar su presencia en el comercio internacional? (Esta pregunta está orientada a describir el entorno al cual se enfrenta)

¿Qué requiere la agroindustria nacional (del rubro en el cual usted se desempeña) para potenciar su presencia en el comercio internacional? (Esta pregunta está orientada a identificar los requerimientos específicos de las empresas para enfrentar los desafíos antes identificados)

¿Qué **iniciativas** cree importante impulsar en el país para apoyar el desarrollo de la agroindustria hortofrutícola?

Innovaciones de productos y procesos

¿En los últimos años, la empresa que usted representa ha desarrollado iniciativas o actividades innovadoras? ¿Qué cambios o innovaciones ha impulsado dentro de la empresa?

Cambios o innovaciones de productos, de procesos, características de los nuevos productos o procesos

¿Qué **actores** (empresas, instituciones de investigación o investigadores) han desarrollado iniciativas o actividades innovadoras dentro de la actividad agroindustrial hortofrutícola nacional en los últimos años? ¿Qué cambios o innovaciones han impulsado estos actores? (la misma empresa u otra)

Actores	Cambios o innovaciones de productos, de procesos, características de los nuevos productos o procesos

Experiencia internacional

A su juicio, ¿qué experiencia de otros **países** es de interés conocer, dado el desarrollo alcanzado por ellos, en áreas similares a las que usted se desenvuelve?

Anexo entrevistas

Tópicos de análisis debilidades y fortalezas

ESPECÍFICOS

- Productividad
- Costos de producción
- Calidad de la producción
- Diversidad de la canasta de productos
- Nivel de industrialización de los productos
- Procesos industriales: nivel tecnológico en plantas
- Energía
- Manejo de Riesgos y Residuos, contaminación
- Certificación de procesos y productos
- Comercialización
- Marketing
- Recursos humanos: operarios, técnicos, profesionales: nivel de capacitación, disponibilidad, perfil.
- Preparación de las empresas frente a requerimientos en sustentabilidad ambiental y social

TRANSVERSALES

- Acceso a Transferencia Tecnológica o Asesoría Técnica
- Vinculación con instituciones de investigación (Universidades, INIA, otros)
- Asociatividad del sector
- Acceso, disponibilidad, requerimientos de Información: tecnológicos, de mercado y comercialización, normativa, ambiental
- Infraestructura Territorial y Regional
- Servicios a nivel Territorial y Regional

7.3 ANEXO 3

DOCUMENTOS ASOCIADOS A LA ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL TALLER DE TRABAJO

TALLER DE TRABAJO ESTUDIO “POTENCIAL DE PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL HORTOFRUTÍCOLA”

Objetivo

Consensuar y validar el diagnóstico de la situación actual del sector agroindustrial hortofrutícola nacional y la visión construida de su potencial de desarrollo en torno a posibles escenarios futuros sobre el sector agroindustrial nacional para el período 2010-2020. A su vez, identificar requerimientos del sector para aprovechar las oportunidades de desarrollo a las cuales se enfrenta este sector.

Metodología

En la realización del taller se aplicará una metodología que permite la participación y la concertación de decisiones por parte del grupo, y que a través de un ejercicio situacional hace posible estimular la participación crítica de cada uno de ellos.

El taller contará con un moderador responsable de orientar, conducir la discusión y facilitar los consensos.

Para la discusión en el taller, se utilizará la metodología de visualización en tarjetas, que consiste en que los participantes expresan sus propuestas en forma escrita, mediante tarjetas (y luego de ello intervienen para dar explicaciones adicionales, sólo si es necesario); las ideas se agrupan de acuerdo a su naturaleza y pertinencia, modificándose si es preciso de acuerdo a la discusión.

La participación es horizontal, es decir, en igualdad de condiciones para todos los participantes.

La metodología propuesta presenta un conjunto de ventajas que pueden resumirse en las siguientes:

- Ninguna idea se pierde, dado que queda un adecuado registro escrito de la discusión.
- Facilita la obtención de los consensos.
- Exige claridad conceptual antes de pedir la palabra.
- Estimula la capacidad de síntesis.
- Optimiza el uso del tiempo.

Rol de ODEPA en el Taller

- Envío de invitaciones formales firmadas por director nacional
- Bienvenida y presentación del marco del taller, y cierre (ver programa)
- Asistencia de sus profesionales en calidad de participantes

Propuesta de asistentes

- Alberto Montanari, Presidente ChileAlimentos
- Guillermo González, Gerente General ChileAlimentos
- Juan Pablo Barrios, Presidente ChileOliva
- Iris Carmona, Gerente General ChileOliva
- Pedro Pablo Díaz, Presidente Asociación de Productores y Exportadores de Ciruelas Secas
- María Paz Soto, Gerente Asociación de Productores y Exportadores de Ciruelas Secas
- Cristián Durtzan, Gerente PMC Ciruela Deshidratada
- Juan Luis Vial, Presidente Chilenut
- Ema Budinich, Jefa de Estudios SNA
- Jaime Crispi, Gerente Surfrut
- Max Von Bischofshausen, Gerente general Pentzke
- Gonzalo Bachelet, Gerente Alifrut
- Héctor Claro, Director Ejecutivo Prunesco
- Marcos Rojas, Gerente Agrícola Valle Grande (Olave)
- Pilar Eguillor, profesional ODEPA
- Jaime Bravo, profesional ODEPA
- Rebeca Iglesias, profesional ODEPA
- Magdalena Vergara, Asesora Dirección ODEPA
- Ema Laval, Jefa Departamento Política Agraria ODEPA
- Margarita Minchel, ProChile
- Rodrigo Contreras, Director de Asuntos Económicos Bilaterales DIRECON
- Soledad Hidalgo, profesional Unidad Desarrollo Estratégico FIA
- Javier Herreros, profesional Subgerencia de Alimentos Comité INNOVA Chile de CORFO
- Loreto Valenzuela, Jefa División de Fomento INDAP
- Gabriel Saavedra, profesional INIA, director Centro de Estudios en Alimentos Procesados, VII Región
- Oscar Melo, investigador Faculta de Agronomía e Ingeniería Forestal PUC (economista Agrario)

- Marcos Mora, investigador Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad de Chile (economista Agrario)
- Cristián Krarup, investigador Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal PUC (especialista en agroindustria de hortalizas)
- José Miguel Aguilera, investigador Facultad de Ingeniería PUC, Presidente CONICYT (especialista en procesamiento alimentos)
- María de la Luz Hurtado, investigadora Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad de Chile (especialista aceite de oliva)
- María Elvira Zúñiga, investigadora Facultad de Ingeniería Bioquímica PUCV, Directora CREAS (especialista en procesamiento agroindustrial y funcionalidad de alimentos)
- Juan Ignacio Domínguez, decano de la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal PUC (economista agrario).

Por parte de IdeaConsultora participarán María José Etchegaray (moderadora del taller), Esteban Barrios y Macarena Vio.

Lugar

Sala de reuniones de ODEPA

Fecha

Martes 28 de diciembre

Programa de trabajo

9:00 - 9:15 horas	Recepción
9:15 - 9:30 horas	Bienvenida y presentación de objetivos y contexto del estudio (Director Nacional de ODEPA)
9:30 - 10:45 horas	Presentación “Diagnóstico y proyecciones del sector de agroindustria hortofrutícola nacional” (IDEACONSULTORA)
10:45 - 11:00 horas	Café
11:00 – 12:00 horas	Taller de Análisis de los factores determinantes de la capacidad de desarrollo del sector agroindustrial hortofrutícola (IDEACONSULTORA)
12:00 – 12:45 horas	Taller de Identificación de requerimientos e iniciativas para el fortalecimiento del sector agroindustrial hortofrutícola (IDEACONSULTORA)
12:45 – 13:00 horas	Cierre (ODEPA)

PROPUESTA DE INVITACIÓN DE IDEACONSULTORA

Taller de Trabajo en el marco del estudio

“Potencial de Producción y Exportación del Sector Agroindustrial Hortofrutícola”

Martes 28 de diciembre

9:00 a 13:00 hrs.

Gustavo Rojas Le-Bert, director nacional de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA), del Ministerio de Agricultura, tiene el agrado de invitarle a un Taller de Trabajo en el marco del estudio *“Potencial de Producción y Exportación del Sector Agroindustrial Hortofrutícola”*, que la empresa IdeaConsultora está desarrollando a solicitud de esta Oficina.

El *objetivo* del Taller es consensuar y validar el diagnóstico sobre la situación actual de la agroindustria hortofrutícola nacional y una visión acerca de su potencial de desarrollo, en el contexto de posibles escenarios para el período 2010-2020; e identificar los principales requerimientos del sector para aprovechar las oportunidades de desarrollo que se le presentan. Se busca así fortalecer la relación entre el sector público y el sector privado, sobre la base de acuerdos que permitan potenciar el esfuerzo de desarrollo competitivo en que está empeñada esta industria.

Para ello, estamos invitando a un grupo reducido de personas, de manera de sostener un intercambio fructífero, que reúna las perspectivas de los distintos sectores vinculados a esta industria. Por eso, resulta de la mayor importancia poder contar con su participación, la cual desde ya agradecemos.

El Taller se realizará el día.... en el salón, de 9:00 a 13:00 hrs. Le agradecemos confirmar a la brevedad su participación, en el teléfono.....Adjuntamos el programa de la mañana de trabajo.

**FORMATO DE LA INVITACIÓN ENVIADA POR MAIL
(SE ADJUNTA PROGRAMA DE LA ACTIVIDAD)**

De: Macarena Vio [mailto:MVIO@IDEACONSULTORA.CL]

Enviado el: Saturday, December 18, 2010 12:19 AM

Para: 'MZUNIGA@UCV.CL'

Asunto: Invitación Taller "Proyecciones Agroindustria Hortofrutícola" MINAGRI

Importancia: Alta

**Taller de Trabajo en el marco del estudio
"Potencial de Producción y Exportación del Sector Agroindustrial Hortofrutícola"**

**Martes 28 de diciembre de 2010
9:00 a 13:00 hrs.**

Estimada Sra. Zúñiga:

Gustavo Rojas Le-Bert, Director Nacional de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA), del Ministerio de Agricultura, tiene el agrado de invitarle a un Taller de Trabajo en el marco del estudio *"Potencial de Producción y Exportación del Sector Agroindustrial Hortofrutícola"*, que la empresa IdeaConsultora está desarrollando a solicitud de esta Oficina.

El *objetivo* del Taller es consensuar y validar el diagnóstico sobre la situación actual de la agroindustria hortofrutícola nacional y una visión acerca de su potencial de desarrollo, en el contexto de posibles escenarios para el período 2010-2020; e identificar los principales requerimientos del sector para aprovechar las oportunidades de desarrollo que se le presentan.

El Taller se realizará el día **28 de diciembre entre 09:00 y 13:00 hrs.** en las dependencias del Ministerio, piso 5. Adjuntamos el programa de la mañana de trabajo.

Como Ministerio es muy importante poder contar con su valiosa participación, la cual desde ya agradecemos.

Se ruega confirmar a los teléfonos 2311128 / 2349874.

PROGRAMA DE TRABAJO DEL TALLER



Taller de Trabajo en el marco del estudio "Potencial de Producción y Exportación del Sector Agroindustrial Hortofrutícola"

Martes 28 de diciembre

9:00 a 13:00 hrs.

9:00 - 9:15 horas	Recepción
9:15 - 9:30 horas	Bienvenida y presentación de objetivos y contexto del estudio Sr. Gustavo Rojas, Director Nacional de ODEPA
9:30 - 10:45 horas	Presentación "Diagnóstico y proyecciones del sector de agroindustria hortofrutícola nacional" IDEACONSULTORA
10:45 - 11:00 horas	Café
11:00 - 12:00 horas	Taller de Análisis de los factores determinantes de la capacidad de desarrollo del sector agroindustrial hortofrutícola IDEACONSULTORA
12:00 - 12:45 horas	Taller de Identificación de requerimientos e iniciativas para el fortalecimiento del sector agroindustrial hortofrutícola IDEACONSULTORA
12:45 - 13:00 horas	Cierre ODEPA

TRANSCRIPCIÓN DE RESULTADOS

Taller de Trabajo en el marco del estudio “Potencial de Producción y Exportación del Sector Agroindustrial Hortofrutícola”

(Santiago, oficinas de ODEPA, 28 de diciembre de 2010)

A continuación se presenta la transcripción de los resultados del taller descrito en la sección metodología del presente informe, listando los temas abordados para cada una de las preguntas realizadas.

1. FACTORES CRÍTICOS QUE PUDIESEN OBSTACULIZAR LAS PROYECCIONES DE DESARROLLO DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL HORTOFRUTÍCOLA ECONÓMICOS

- Aumento del costo de la mano obra por presión de otros sectores (minería, industria)
- Aumento del precio del petróleo, aumento de costos, por tanto desafíos de innovación
- Incremento de costos producción (mano obra, energía, pago royalties por uso de variedades protegidas, entre otros) versus disminución de retornos (menor tipo de cambio)
- Aumento del precio del cobre, baja del precio del dólar y, por tanto, pérdida de competitividad
- Costo elevado de la mano obra y que prefiere otro tipo de trabajo
- Pérdida de competitividad por tipo de cambio (para inversiones, porque la rentabilidad de proyectos no es buena) influye en pérdida de competitividad futura. Se da en todos los sectores.

MERCADOS Y COMERCIALIZACIÓN

- Falta de una imagen alimentaria posicionada a nivel mundial
- Gran competencia de otros países (China, España)
- Precios obtenidos por los productos nacionales.
- Escaso monitoreo de tendencias. En el caso de Asia hay frutas chilenas que ni se conocen. Tendencias se producen por gustos, más que por salud.
- Trabas a la comercialización al aceite de oliva en la Unión Europea, por ejemplo
- Términos de referencia entre productores y agroindustria. Agricultura de contrato clara, que permita a productores proyectarse a mayor plazo en su relación con ella.
- Exigencias de medición de huella de carbono de productos

TECNOLÓGICOS

- Escasa I+D en desarrollo de productos (ojalá productos para consumo final) y nuevos procesos
- Falta inversión del país en innovación y desarrollo de productos

- Desafíos tecnológicos de investigación no enfrentados. Pasar de industria de copia a una propia. Existe volumen y tecnología suficiente para enfrentar propios desafíos. Zonificación especies y variedades. Desarrollo variedades aptas para suelo, clima y requerimientos de los mercados.
- No hay trabajos de I+D en costo energía para ajustarlos
- Genética de variedades. Estamos pagando royalties. Los materiales genéticos que se usan en el país son producidos en áreas similares pero no iguales (distinta carga de plagas y enfermedades, horas de luz).
- Alto porcentaje de pérdidas en postcosecha de productos que se industrializan en plantas, por ejemplo en tomate.
- Innovación en toda la cadena de valor de la agroindustria alimentaria. Por ejemplo, usar tecnologías de revalorización de desechos.
- Faltan departamentos de I+D en las propias empresas.
- Factores climáticos. Adaptarse mejor al clima (años helados y secos por ejemplo) y a restricciones de agua
- Factores climáticos podrían influir en desplazamiento territorial. El cambio climático nos enfrenta a desafíos varietales, eficiencia en recursos humanos, investigación en control de nuevas plagas y enfermedades, etc.

NORMATIVA

- Rigidez en normas internas (ej: laboral y medioambiental). Norma de residuos líquidos, le significó 100 millones de dólares a la industria en su conjunto, con el mayor estándar a nivel mundial.
- Aumento exigencias en certificaciones y normativas. Negociación de acuerdos que nos abren mercados, pero a su vez mayores exigencias de este tipo, lo cual encarece costos y atenta contra competitividad de productos. En todo caso, Chile lo ha hecho bien en general y frente a eso, estamos mejor parados frente competidores que deben invertir más para lograr certificarse.

PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD

- Baja productividad de mano de obra (faltan capacitaciones SENCE)
- Baja productividad en la cadena de valor de estos productos y problemas de cumplimiento en las exigencias respecto a países competidores.
- Próximos 10 años se duplicará demanda por alimentos, debido a que gente se incorpora a consumo. Es tremenda oportunidad. Dado que hemos hecho más volumen que valor, el paso natural es revertir hacia valor. Apuesta debe ser poner foco en apoyar a todo tipo de empresas (que sean muchas) a aumentar valor agregado (I+D en su producto para avanzar cadena de valor), y que así no queden en el mercado sólo empresas más grandes que pueden afrontar.
- Calidad y uniformidad de producción de pequeños agricultores (nueces, frambuesas, hortalizas, entre otros). Integración de la cadena y formación de alianzas para que este segmento de productores use trazabilidad, normas de inocuidad, buenas prácticas agrícolas, en forma masiva.

- No ser capaces de generar incentivos para ser capaces de aprovechar oportunidades futuras, en alianzas para avanzar en cadena de valor y así ofrecer productos de mayor valor.

2. RUTA A SEGUIR PARA ABORDAR PROBLEMAS PLANTEADOS COMO FACTORES CRÍTICOS

- Desarrollo de economías de escala y control de gestión en la producción primaria. Tendencia a mecanización (punto en que converge productividad, calidad y solución a alto costo mano obra)
- Estrategia comunicacional hacia la calidad, transmisión de atributos y cualidades, con valoración externa de los productos chilenos. Por ejemplo, en la medida que se conozca la calidad del aceite oliva chileno, se podrán mejorar precios.
- Nichos son importantes pero no para la gran mayoría de la industria. Necesidad de desarrollar mercados masivos subiendo calidad promedio de los productos chilenos ofertados

3. FACTORES FUERA DE LA GOBERNABILIDAD DEL SECTOR (GOBIERNO E INDUSTRIA)

- Tipo cambio
- Costo de la energía (es un hecho que en Chile es mucho mayor). Por lo tanto trabajar en eficiencia energética (se podría lograr hasta 40% de ahorro). Fijación de tarifas, se está trabajando para que se pueda modular.
- Demanda externa y competencia. Si bien no se puede gobernar, es necesario monitorear.
- Cambio climático. Si bien no se puede gobernar, hay que trabajar para adelantarse a sus efectos y adaptarse.
- Costo de la mano obra. Usar eficiencias en uso mano obra (productividad y principalmente gestión, estudio que muestra que mayor gap está en logística), legislación laboral, y mecanización
- Aumento de las exigencias internacionales. Si bien no se puede gobernar, es necesario monitorear.
- Barreras arancelarias, en algunas de las cuales no tenemos influencia (aceite de oliva UE).
- Normativas ambientales y laborales.

4. ACCIONES O INICIATIVAS QUE DEBIESEN EMPRENDERSE EN VIRTUD DE LOS FACTORES CRÍTICOS GOBERNABLES IDENTIFICABLES

- Imagen productos y estrategia comunicacional
 - Promocionar y desarrollar imagen país, sector alimentos, subsectores de alimentos procesados (marcas sectoriales), por línea de producto,

- aumentando recursos para hacerlo. Con énfasis en la calidad de los productos ofrecidos y que demanda el mercado
 - Apertura de nuevos mercados
- Acceso a mejores precios
 - Dar un enfoque de mayor calidad a los productos agroindustriales que oferta el país
 - Desarrollo de normativas hacia sellos de calidad, inocuidad o diferenciación de productos
- Disminución de costos de producción
- Productividad de la mano de obra
 - Modificación instrumento SENCE para adaptarlo al sector
- Exigencias y rigidez de las normas internas
- Integración de la AFC
 - Alinear a la pequeña agricultura y encadenarla con el sector privado
 - Más alianzas productivas con INDAP
- I+D+i
 - Aumento inversión en I+D
 - Mayor beneficio tributario a la I+D+i de este sector (la particularidad es que recuperación un año después es complicado para empresas que manejan mucha caja hacia productores y venta futura implica que les es muy difícil invertir por anticipado)
 - Desarrollar capacidades de innovación en las empresas (formación capital humano)
 - Abordar vía I+D+i los siguientes temas: mejoramiento genético, adaptación a nuevos déficit, innovación en proceso para mejorar eficiencia, nuevos productos que respondan a la demanda
- Fortalecimiento alianzas en cadena de valor
 - Desarrollar instrumentos de negociación / términos de referencia agricultor agroindustria
 - Incentivar el desarrollo de cluster tanto regionales como internacionales
 - Fortalecer el trabajo asociativo en el desarrollo de proyectos a través de asociaciones gremiales, porque en estos espacios las empresas plantean sus requerimientos en innovación, en conjunto se lograrán mejor, porque mayoría no pueden hacerlo en forma individual.
 - Mayor acceso a capacitación técnica en materias internacionales (acuerdos comerciales, medidas sanitarias y fitosanitarias, normas técnicas)
- Inversión pública en el sector (fomento e innovación)
 - Idealmente los recursos para el sector debiesen ser manejados en entidades con lineamientos específicos para el sector (en MINAGRI para temas productivos, en MINREL para temas comerciales). Además, debiese aumentar el monto de apoyo.

7.4 ANEXO 4

DOCUMENTOS ASOCIADOS A LA AGRUPACION DE PRODUCTOS PARA HACER LAS PROYECCIONES Y A LA DEFINICIÓN DE PAÍSES PARA ESTUDIO DE BENCHMARKING

PROPUESTA DE AGRUPACIÓN DE PRODUCTOS QUE PERMITA HACER PROYECCIONES EN ESE ESQUEMA DE AGREGACIÓN

La estimación de proyecciones de crecimiento del sector agroindustrial horto – frutícola proponemos plantearlo desde la orientación del estudio encargado por ODEPA. En este sentido, el centro del análisis está en los productos agroindustriales y no en la materia prima (cuyo origen puede ser diverso), por lo cual una alternativa pertinente a esta visión es hacerlo de acuerdo al tipo de producto obtenido mediante su procesamiento (Conservas, Jugos, Congelados, Deshidratados y Aceites). Esta forma de agrupación considera que cada grupo de productos, en forma agregada, presenta similitudes considerando los siguientes antecedentes:

- Modelo de negocio y gestión comercial de las empresas.
- Tecnologías de procesamiento.
- Formas de envasado y transporte de los productos.
- Canales de comercialización.
- Formas de uso de los productos.
- Tendencias en las preferencias en el consumo de los productos.
- Dinámica de crecimiento de exportaciones.
- Dinámica de crecimiento de las importaciones.

A su vez, el análisis diagnóstico del sector que se ha desarrollado en el presente estudio se estructura bajo la lógica de la agrupación mencionada, lo cual permite la realización de las proyecciones del valor de las exportaciones de estos grupos de productos considerando criterios de comportamiento aplicables a cada grupo, posibilitando proyecciones más certeras.

Si bien los productos podrían agruparse bajo la lógica de la materia prima de la que provienen (Berries, Carozos, Cítricos, Hortalizas de distintas familias, entre otras), estos grupos no presentan similitudes de comportamiento en la mayoría de los factores que puedan modificarlos, lo cual imposibilita y/o complejiza una proyección de su crecimiento. Adicionalmente, el análisis base de las proyecciones desde el punto de vista del desarrollo agroindustrial específico pierde visibilidad en la lógica por grupo de especies y su desarrollo, modificando la orientación central del estudio.

PROPUESTA DE PAÍSES BENCHMARKING ESTUDIO ODEPA POTENCIAL AGROINDUSTRIA HORTOFRUTÍCOLA

Criterio de análisis	Estado de California (USA)	Bélgica	Australia	Canadá	España	Perú
Dinámica productiva y exportadora	- Producción, importación y exportación creciente en todos los grupos de productos en que son líderes. - Modelo centrado en generación de productos masivos de calidad y alto valor, basados en producción propia con uso de tecnología de punta.	- Exportaciones basadas en producción propia y en importaciones reacondicionadas para exportar. - Desarrollo de productos de mayor valor y dirigido y orientación a nichos de mercado. - Vocación exportadora.	- Creciente, centrada en productos no masivos de calidad y alto valor agregado. - Exportaciones basadas en producción propia. - Vocación exportadora.	Exportación de productos de alto valor y basados en producción propia.	- Alta fragmentación de la producción, con alto nivel de asociatividad. - Exportaciones crecientes, usando producción propia e importaciones de productos y reacondicionado para exportar productos masivos y de valor medio. - Vocación exportadora	- Producción y exportaciones crecientes en productos alimentarios. - Vocación exportadora.
Condiciones productivas de desarrollo inicial	Condiciones agroclimáticas y productivas similares a Chile		Condiciones agroclimáticas y productivas similares a Chile.		Condiciones agroclimáticas y productivas similares a Chile	- Condiciones climáticas especialmente favorables en determinadas especies. - Alta superficie disponible e importantes inversiones en desarrollo.

Criterio de análisis	Estado de California (USA)	Bélgica	Australia	Canadá	España	Perú
						Desarrollo reciente.
Competidor en relación a Chile en productos en que son líderes³⁰	4o exportador en valor de jugos (8,2% del valor mundial) 1er exportador en valor de deshidratados (26,7% del valor mundial). 9o exportador en valor de congelados (4,2% del valor mundial). 4o exportador en valor de conservas (7,8% del valor mundial). 12o exportador en	3er exportador en valor de jugos (8,6% del valor mundial). 1er exportador en valor de congelados (15,7% del valor mundial). 5o exportador en valor de conservas (6,4% del valor mundial). 11o exportador en valor de aceites (0,4% del valor mundial). - Capacidad	9o exportador en valor de aceites (0,6% del valor mundial). - Desarrollo agroindustrial en fase de crecimiento, estrategia de desarrollo vinculación empresa-investigación-Estado.	7o exportador en valor de congelados (4,4% del valor mundial). 11o exportador en valor de conservas (3,7% del valor mundial)	1er exportador en valor de aceites (44,5% del valor mundial). 7o exportador en valor de jugos (5,3% del valor mundial). 6o exportador en valor de deshidratados (3,7% del valor mundial). 5o exportador en valor de congelados (6,0% del valor mundial). 6o exportador en valor de conservas	- Competidor en relación a Chile en especies y productos agroindustriales específicos. - Empresas chilenas en proceso de expansión hacia Perú.

³⁰ Posición de Chile en exportaciones mundiales (valor) de productos agroindustriales hortofrutícolas:

Conservas: 1,1% del valor mundial exportado. Posición 18.

Congelados: 3,8% del valor mundial exportado. Posición 7.

Jugos: 1,5% del valor mundial exportado. Posición 15.

Deshidratados: 2,9% del valor mundial exportado. Posición 11.

Aceites: 0,3% del valor mundial exportado.

Criterio de análisis	Estado de California (USA)	Bélgica	Australia	Canadá	España	Perú
	valor de aceites (0,4% del valor mundial). ▪ Capacidad competitiva de interés de acuerdo a estrategia de desarrollo sector agroalimentario.	competitiva de interés y desarrollo exportador dadas las restricciones en costos de producción y disponibilidad de superficie de producción.			(6,3% del valor mundial). ▪ Dinámica de desarrollo inicial desde condiciones similares países en desarrollo.	

Santiago, 03 de diciembre de 2010

Sra. Macarena Vio
IdeaConsultora Ltda.
Presente

Después de revisar los documentos de IdeaConsultora sobre estudio “Potencial Hortofrutícola”, que contienen las propuestas de países para hacer el benchmarking (basado en los criterios señalados en el informe de avance 1) y la propuesta de agrupación de productos para el desarrollo de las proyecciones, nos permitimos hacer los siguientes comentarios:

1. Respecto a los países propuestos, consideramos que Canadá no sería un buen modelo a investigar ya que, a pesar de ser un país desarrollado, su agricultura se basa en la producción de granos y cereales y no presenta un gran desarrollo en la agroindustria hortofrutícola. La contraparte, por lo tanto, propone cambiar este país por el Estado de Oregón, Estados Unidos, por ser éste el centro agroindustrial de productos congelados de este país, por lo que sería un buen referente a considerar.
2. En el caso de Perú, creemos que este país está en una etapa muy primaria de desarrollo de su agroindustria y tal vez no sea el mejor modelo a estudiar, por lo que no sería un gran aporte. Sugerimos cambiarlo por China.
3. En relación al producto 6: “Informe sobre modelo de desarrollo implementado en países líderes en esta actividad”, en el nuevo cronograma entregada por la Consultora, no se considera la entrega de un informe intermedio, previo al informe final, para nuestra validación; por lo tanto, sugerimos se incluya información sobre el punto 6 en el Segundo Informe de Avance, que tiene fecha de entrega el 13 de diciembre.
4. En relación a la propuesta de agrupación de productos, si bien estamos de acuerdo en que el centro de análisis sean los productos agroindustriales, según su procesamiento y no la materia prima, creemos necesario para que el Estudio sea de utilidad, incorporar en el análisis, al menos los tres productos más importantes de cada grupo (conservas, jugos, congelados, deshidratados y aceites), de acuerdo al origen de la materia prima.
5. Por último, esperamos contar con más información acerca del taller antes de su realización, como por ejemplo, asistentes, rol de Odepa, metodología de trabajo, etc.

Se despiden atentamente,

Jaime Bravo

Pilar Eguillor

Magdalena Vergara

Contraparte Técnica Estudio Potencial Hortofrutícola

Santiago, 07 de diciembre de 2010

Sra. Magdalena Vergara
Contraparte Técnica Estudio Potencial Hortofrutícola
ODEPA
Presente

Después de revisar la carta enviada el día 03 de diciembre de 2010 con sus comentarios a la propuesta de IdeaConsultora de países para hacer el benchmarking (basada en los criterios señalados en el Informe de Avance 1) y la propuesta de agrupación de productos para el desarrollo de las proyecciones, nos permitimos responder lo siguiente:

1. Acogemos el comentario respecto al interés por el Estado de Oregón, Estados Unidos, por ser éste el centro agroindustrial de productos congelados de ese país, de modo que lo incluiremos en reemplazo de Canadá.
2. En el caso de Perú, si bien está en una etapa muy primaria de desarrollo de su agroindustria, fue un país bastante mencionado en las entrevistas realizadas, considerando el crecimiento explosivo de su sector agroalimentario, que ha contado con un importante apoyo e inversión por parte del sector público y que dispone de ventajas comparativas en determinadas especies respecto de Chile (por clima y disponibilidad de superficie) y representa un centro atractivo de inversión para las empresas chilenas vinculadas al sector. En cuanto a China, es sin duda un país destacado por sus volúmenes de exportación en la mayoría de los grupos de productos agroindustriales hortofrutícolas en estudio y por su potencial de crecimiento asociado a su tamaño; sin embargo, su modelo de desarrollo está basado en la exportación de *commodities* (con menores estándares de calidad respecto del producto nacional), razón por la cual no presenta concordancia con el modelo que debiese seguir nuestro país. Por eso nuestra opinión es que no sería un aporte en cuanto a las buenas prácticas que podrían ser tomadas como modelo a seguir. A la luz de lo planteado, solicitamos entonces reconsiderar la observación y quedamos a la espera de la decisión de ustedes al respecto.
3. En relación al producto 6: “Informe sobre modelo de desarrollo implementado en países líderes en esta actividad”, en el nuevo cronograma entregado por Idea Consultora no se considera la entrega de un informe intermedio debido a que así fue planteado en los términos de referencia del estudio definidos por ODEPA. Por lo anterior, y de acuerdo a la

planificación inicial del estudio, se está trabajando para entregar ese producto en el informe final. Al mismo tiempo, el presente intercambio de propuestas y observaciones tiene relación justamente con la elección de los países líderes, de modo que es a partir de ahora (y en particular luego de la entrega del informe de avance, el 13 de diciembre) cuando el estudio puede concentrarse de manera prioritaria en el desarrollo de este producto. Por lo anterior, no es posible adelantar la entrega del producto 6 al segundo informe de avance.

4. En relación a la propuesta de agrupación de productos, de acuerdo a lo señalado en sus observaciones, y tal como lo tenía considerado el equipo técnico de IdeaConsultora, se incorporarán en el análisis al menos los tres productos más importantes de cada grupo (conservas, jugos, congelados, deshidratados y aceites), de acuerdo al origen de la materia prima.
5. La información sobre el taller será enviada en el curso del día martes 07 de diciembre de 2010.

Quedamos entonces a la espera de sus comentarios a los puntos 2 y 3.

Se despide atentamente,



Macarena Vio
IdeaConsultora Ltda.

c.c.:
Pilar Eguillor
Jaime Bravo



Santiago, 09 de diciembre de 2010

Sra.

Macarena Vio

IdeaConsultora Ltda.

Presente

Estimada Macarena:

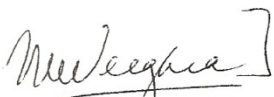
Deseamos hacer referencia a los comentarios efectuados en nuestra carta fechada el día 03 de diciembre de 2010, relacionados con las propuestas de países referentes, a incluir en el estudio de benchmarking y la propuesta de agrupación de productos para el desarrollo de las proyecciones, en el marco del estudio "Potencial de producción y exportación del sector agroindustrial hortofrutícola", y a la cual IdeaConsultora ha dado respuesta con fecha 07 de diciembre. Sobre esta última, nos permitimos comentar lo siguiente:

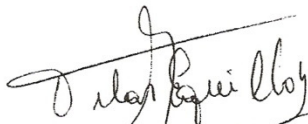
- Con respecto a los comentarios incluidos en el punto 2 de su carta, nos parece pertinente incluir a Perú como país referente en el estudio de benchmarking. Esta decisión se basa en los argumentos entregados por ustedes, en relación a los comentarios emitidos por los principales actores involucrados en el sector. Asimismo, aceptamos el análisis realizado y los criterios considerados para excluir a China, como un referente relevante para el estudio.
- A raíz de la demora en la determinación de los países a ser incluidos en el estudio de benchmarking, y dado el corto período de tiempo disponible para el análisis de los distintos sistemas utilizados por estos referentes, aceptamos la inclusión de esta etapa sólo en el informe final.

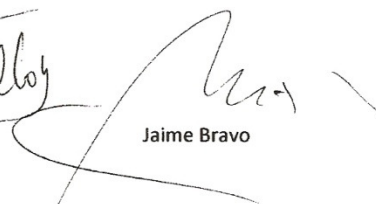


Con respecto a los puntos 1, 4 y 5, estamos de acuerdo y agradecidos por su acogida.

Sin otro particular se despiden atentamente,


Magdalena Vergara


Pilar Eguilor


Jaime Bravo

CONTRAPARTE TÉCNICA ESTUDIO

7.5 ANEXO 5



Santiago, 13 de diciembre de 2010

Sra. Magdalena Vergara
Contraparte Técnica Estudio Potencial Hortofrutícola
ODEPA
Presencia:

Estimada Magdalena:

En el marco del estudio "Potencial de Producción y Exportación del Sector Agroindustrial Hortofrutícola", que ideaconsultora está desarrollando para ODEPA, el motivo de la presente es solicitar una prórroga de la entrega del Segundo Informe de Avance, para mediados de la próxima semana. Hacemos esta solicitud en consideración al volumen de la información disponible que es necesario procesar en esta etapa, su grado de desagregación y las necesidades de sistematización y análisis para la adecuada generación de los productos requeridos, de modo que aporten de la mejor manera a los objetivos que se propone el estudio.

Naturalmente, entendemos que la prórroga que solicitamos no modifica la fecha de entrega ya fijada del informe final del estudio, ni afecta tampoco la calidad de los productos que deben presentarse en cada etapa.

Sin otro particular, y esperando una acogida favorable, se despide atentamente

Macarena Vio
IdeaConsultora Ltda.



Orrego Luis 087, Oficina 5, Providencia, Santiago de Chile
Fono-Fax: 56-2-2349874 / 2311128
www.ideaconsultora.cl

**CARTA DE ODEPA EN RELACIÓN A LA FECHA DE ENTREGA DEL SEGUNDO
INFORME DE AVANCE (en respuesta a solicitud de Ideaconsultora)**



Santiago, 14 de diciembre de 2010

Sra.

Macarena Vio

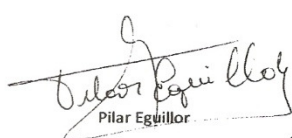
IdeaConsultora

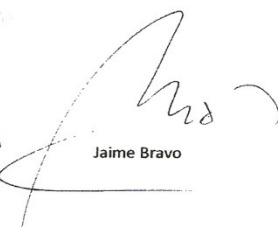
Presente

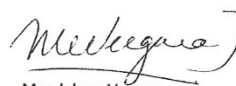
Estimada Macarena,

Según carta recibida el día 13 de diciembre la contraparte técnica acepta la prórroga solicitada del Segundo Informe. Esperamos una copia el miércoles 22 a más tardar a las 12:00.

Te saluda atentamente


Pilar Egúillor


Jaime Bravo


Magdalena Vergara