

TENDENCIAS FAVORABLES PARA LA INNOVACION ALIMENTARIS EN MERCADOS INTERNACIONALES

Rossana Zamorano Cáceres

Jefa Departamento Agro & Alimentos

SEPTIEMBRE 2020



CHILE LO HACEMOS TODOS

PROCHILE UN PUENTE AL MUNDO

16

Oficinas Regionales

56

Oficinas Comerciales en
el mundo

.....

Un puente
al mundo



WWW.PROCHILE.GOB

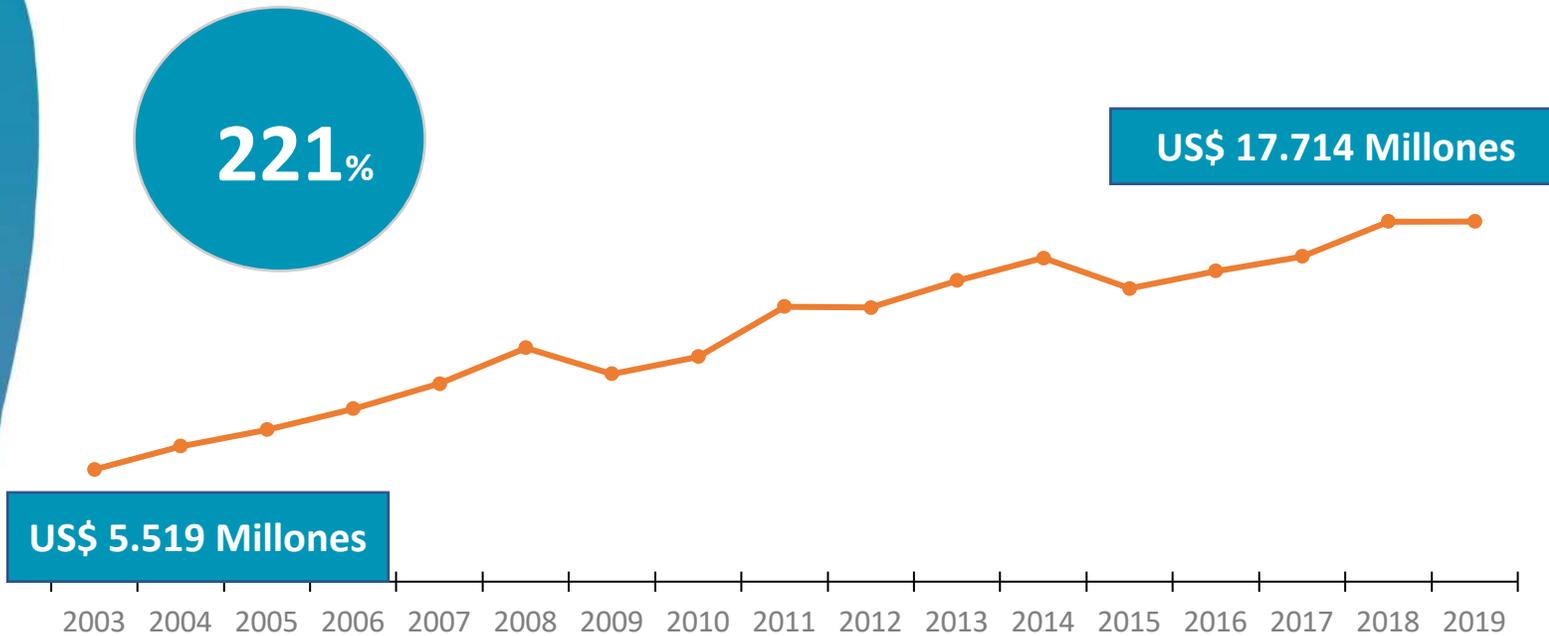


> Índice

1. EXPORTACIONES SECTOR ALIMENTOS
2. OFERTA INNOVACION ALIMENTARIA
3. TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES
4. ROL DE PROCHILE Y LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS “NUEVO ESCENARIO”

EXPORTACIONES CHILENAS DE ALIMENTOS

Evolución 2003 - 2019



TOTAL EXPORTACIONES PAIS
Bienes no Cobre

59%

APORTE AL PIB
2018

3,0%

GENERACIÓN DE EMPLEO
SECTOR EXPORTADOR

368.316

Fuente: Departamento de Información Comercial, Dirección Estudios SUBREI, con datos del Banco Central de Chile (cifras sujetas a variación del valor).

EXPORTACIONES CHILENAS DE ALIMENTOS - 2019

EMPRESAS
2.250



778 Grandes
1.079 Pymes
191 Mipymes



27,6%
del total de
exportadoras

PRODUCTOS
970



54% Prod. Agropecuarios
35% Pesca y Acuicultura
11% Vino
0,001% Manufacturas
(endulzantes)

*Participación sobre el valor exportado de alimentos

DESTINOS
177



1° Estados Unidos
2° China
3° Japón

Fuente: Subdepartamento de Información Comercial, Estudios, DIRECON-PROCHILE, con cifras del Banco Central de Chile y del Servicio Nacional de Aduana (cifras sujetas a variación del valor).

EXPORTACIONES CHILENAS DE ALIMENTOS AL MUNDO

Por Continente, Año 2019



China (52%)
Japón (28%)
Corea del Sur (7%)
Taipéi (3%)



Estados Unidos (92%)
Canadá (8%)



Rusia (19%)
Holanda (16%)
Reino Unido (16%)
Alemania (10%)



Brasil (33%)
México (16%)
Colombia (10%)
Perú (10%)



EAU (42%)
Israel (29%)
Arabia Saudita (21%)
Líbano (2%)



Nigeria (50%)
Ghana (10%)
Marruecos (9%)
C. De Marfil (9%)

Fuente: Subdepartamento de Información Comercial, Estudios, DIRECON-PROCHILE, con cifras del Banco Central de Chile y del Servicio Nacional de Aduana (cifras sujetas a variación del valor).

EXPORTACIONES CHILENAS DE ALIMENTOS

Var ENE- JUN 2019 - 2020

MACROSECTOR	ENE-JUN 2019	ENE-JUN 2020
Agropecuarios	USD 5,388,043,716	USD 5,453,881,522
Pesca y Acuicultura	USD 3,497,526,529	USD 3,304,979,521
Vinos	USD 958,633,949	USD 850,118,301
Total	USD 9,844,204,194	USD 9,608,979,345

31% DEL VALOR TOTAL
VENTAS NO COBRE

US\$ 66 MILLONES
AGROPECUARIOS

Fuente: Departamento de Información Comercial, Dirección Estudios SUBREI, con datos del Banco Central de Chile (cifras sujetas a variación del valor).

> Índice

1. EXPORTACIONES SECTOR ALIMENTOS
2. OFERTA INNOVACION ALIMENTARIA
3. TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES
4. ROL DE PROCHILE Y LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS “NUEVO ESCENARIO”

OFERTA CHILENA DE ALIMENTOS

Diversidad Geográfica

Zona Norte

Zona Centro

Zona Sur



Aceite de Pescado 38%
Harina de Pescado y
Crustáceos 16%
Semillas de Brócoli 7%

**Arica y
Parinacota**



Uva Fresca 72%
Algas 16%
Harina de Pescado
y Crustáceos 3%

Atacama



Vino Tinto Emb.
8%
Nueces 7%
Uva Fresca 6%

Metropolitana



Celulosa 14%
Manzanas Frescas
11%
Cartulina 11%

Maule



Celulosa 40%
Madera Aserrada y/o
Cepillada 15%
Tableros de Madera 7%

Bío - Bío



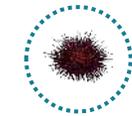
Celulosa 69%
Madera en Plaquetas 10%
Quesos 4%

Los Ríos



Salmón y Trucha 86%
Merluzas 11%
Cojinoba 1%

Aysén



Salmón y Trucha 57%
Erizos de Mar 8%
Bacalao de Profundidad 8%

Magallanes



Harina de Pescado
y Crustáceos 76%
Aceite de Pescado 18%
Algas 3%

Tarapacá



Harina de Pescado
y Crustáceos 59%
Algas 25%
Pulpos 8%

Antofagasta



Uva Fresca 32%
Paltas Frescas 10%
Clementinas Frescas 9%

Coquimbo



Uva Fresca 18%
Paltas Frescas
11%
Pasas 8%

Valparaíso



Carne de Cerdo
15%
Cerezas Frescas
15%
Uva Fresca 8%

O'Higgins



Celulosa 89%
Tableros de Madera
5%
Arándanos Frescos 2%

Ñuble



Celulosa 55%
Manzanas Frescas 10%
Harinas, Almidones y
derivados 10%

La Araucanía



Salmón y Trucha 83%
Mejillones 4%
Madera en Plaquetas 2%

Los Lagos

INNOVACION ALIMENTARIA DE CHILE

LA NUEVA OFERTA

- **FOOD TECH**
- **ADITIVOS ESPECIALIZADOS**
- **ALIMENTOS FORTIFICADOS**
- **ALIMENTOS “LIBRES DE”**
- **INGREDIENTES FUNCIONALES**
- **SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS**



EMPRESAS
100

Exportadoras o con potencial

Fuente: Subdepartamento de Información Comercial, Estudios, DIRECON-PROCHILE, con cifras del Banco Central de Chile y del Servicio Nacional de Aduana (cifras sujetas a variación del valor).

INNOVACION ALIMENTARIA DE CHILE

OFERTA CON ALTO VALOR AGREGADO



Chile IMAGEN DE CHILE

INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

AUMENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE EXPORTACIONES

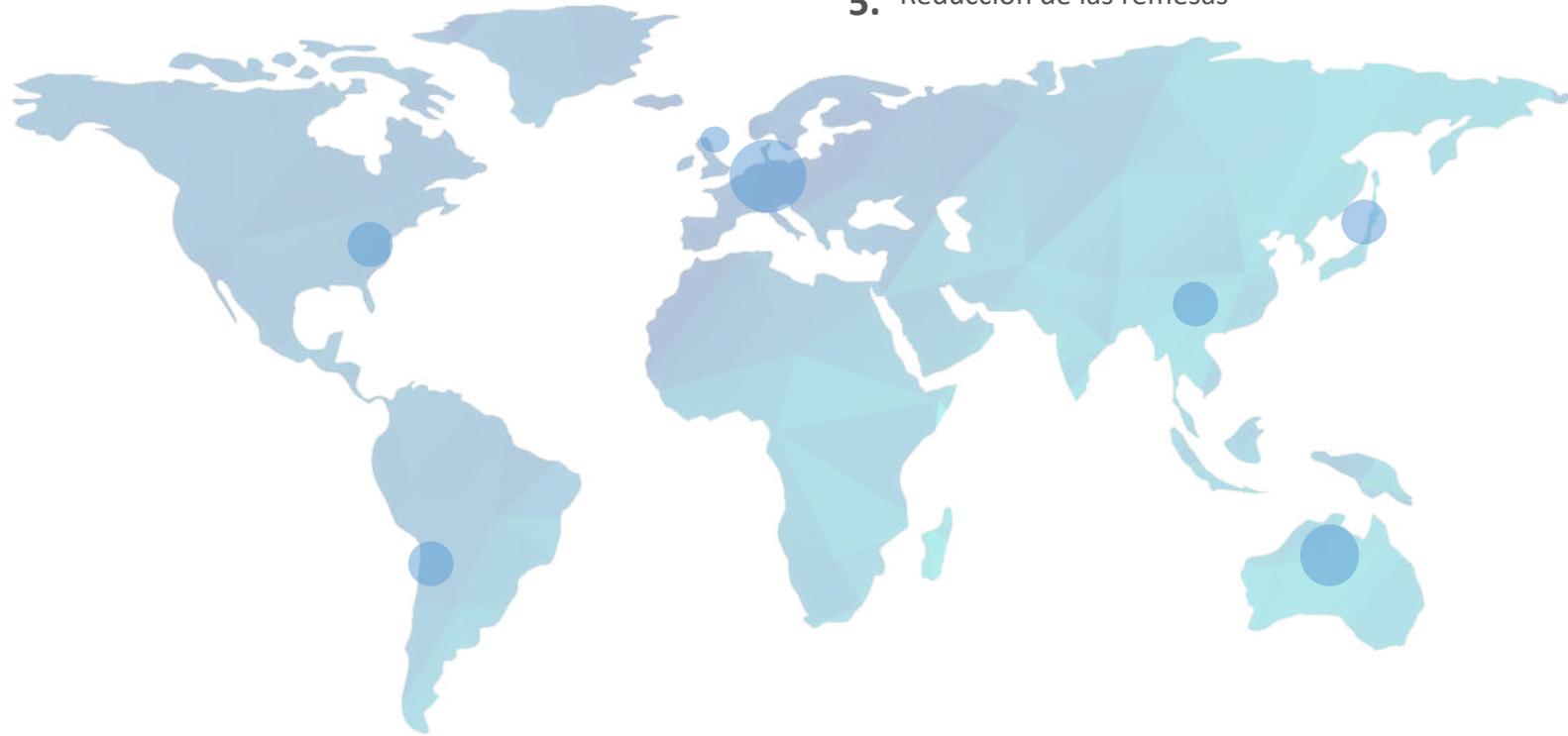
+ VALOR AGREGADO

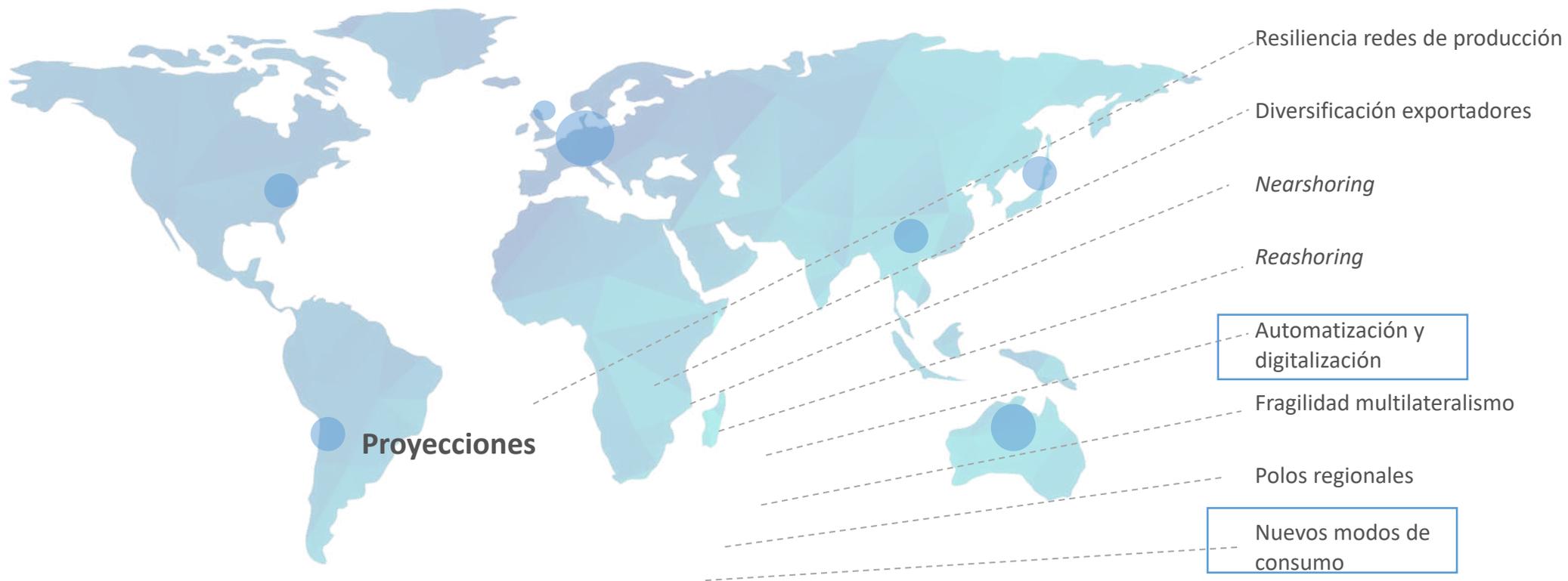
> Índice

1. EXPORTACIONES SECTOR ALIMENTOS
2. OFERTA INNOVACION ALIMENTARIA
3. TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES
4. ROL DE PROCHILE Y LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS “NUEVO ESCENARIO”

Pandemia → **Crisis económica** →

1. Reducción del comercio internacional
2. Caída de los precios de los productos primarios
3. Intensificación de la aversión al riesgo y el empeoramiento de condiciones financieras mundiales
4. Menor demanda de los servicios turísticos
5. Reducción de las remesas







Oportunidad



Modificación de hábitos

Reconversión

Nuevos Estándares

Nuevos polos frutícolas

Super Alimentos

Ecommerce

Abastecimiento

Sostenibilidad

TENDENCIAS

NUEVOS HABITOS DE CONSUMO



NUEVAS OPORTUNIDADES

SOSTENIBILIDAD

No solo demanda,
Productos que reflejen el
respeto por el medio
ambiente/entorno y por las
comunidades locales.

INOCUIDAD

Mayor preocupacion por la
trazabilidad de los productos.
Importante el origen.

SALUDABLE

Consumidor actual exigente,
demandando alimentos que,
además de tener buen sabor,
sean nutritivos, saludables y
ofrezcan beneficios
fisiológicos.

DRIVERS



GENERAN ESPACIO PARA LA INNOVACION

PRINCIPALES TENDENCIAS



ALEMANIA PROFUNDIZA EL CONSUMO DE ALIMENTOS SALUDABLES

En el período post COVID-19, los consumidores alemanes aspiran a fortalecer su sistema inmunológico, consumiendo más vitaminas, suplementos, probióticos y otros productos naturales. Al mismo tiempo, los artículos almacenables, como alimentos larga vida y congelados, han aumentado significativamente sus ventas y copan las preferencias de los consumidores.

EN BRASIL CRECE DEMANDA POR PRODUCTOS ORGÁNICOS

El mercado brasileño ha mostrado un progresivo interés en productos orgánicos. Este primer semestre, las ventas de alimentos orgánicos en el retail aumentaron un 50%.

La pandemia ha aumentado la tendencia al autocuidado, por lo que se proyecta que el consumo de esta categoría de productos seguirá al alza.



Fuente: PROCHILE,, a través de sus oficinas comerciales.

PRINCIPALES TENDENCIAS



Fuente: PROCHILE,, a través de sus oficinas comerciales.

PRINCIPALES TENDENCIAS

Highlights para el Ecommerce & Gestión Ecosistemas Digitales, 2020



El comercio electrónico es la mayor oportunidad

- Asia está liderando el desarrollo del comercio electrónico.
- El Market Place está tomando gran parte del market share.
- La tienda de comestibles está más atrás, pero creciendo rápidamente.



Los líderes están consolidando el crecimiento

- 4 de los 5 primeros en 2024 son jugadores de comercio electrónico.
- Los minoristas de Omnichannel están invirtiendo fuertemente.
- Muchas plataformas de nicho que aparecen, apoyarán la innovación de la marca pero no impulsarán el volumen.



Los ecosistemas serán los ganadores

- Siguen ampliando los productos y servicios
- Todos los principales ecosistemas dan prioridad a la experiencia del usuario, la retención de clientes y la excelencia operativa para impulsar la escala.



El futuro ecosistema evolucionará

- Los minoristas deben ganar en la logística, las capacidades en línea y fuera de línea, y la elección (selección).
- Tienen la oportunidad de diferenciarse a través de la vida social, la búsqueda y la vida conectada.



Las marcas necesitan un contacto más directo con el comprador

- Las marcas pueden construir sus propios ecosistemas para ampliar los puntos de contacto con los compradores-
- Esto puede incluir servicios locales, contenido en línea, tiendas y sitios de comercio electrónico

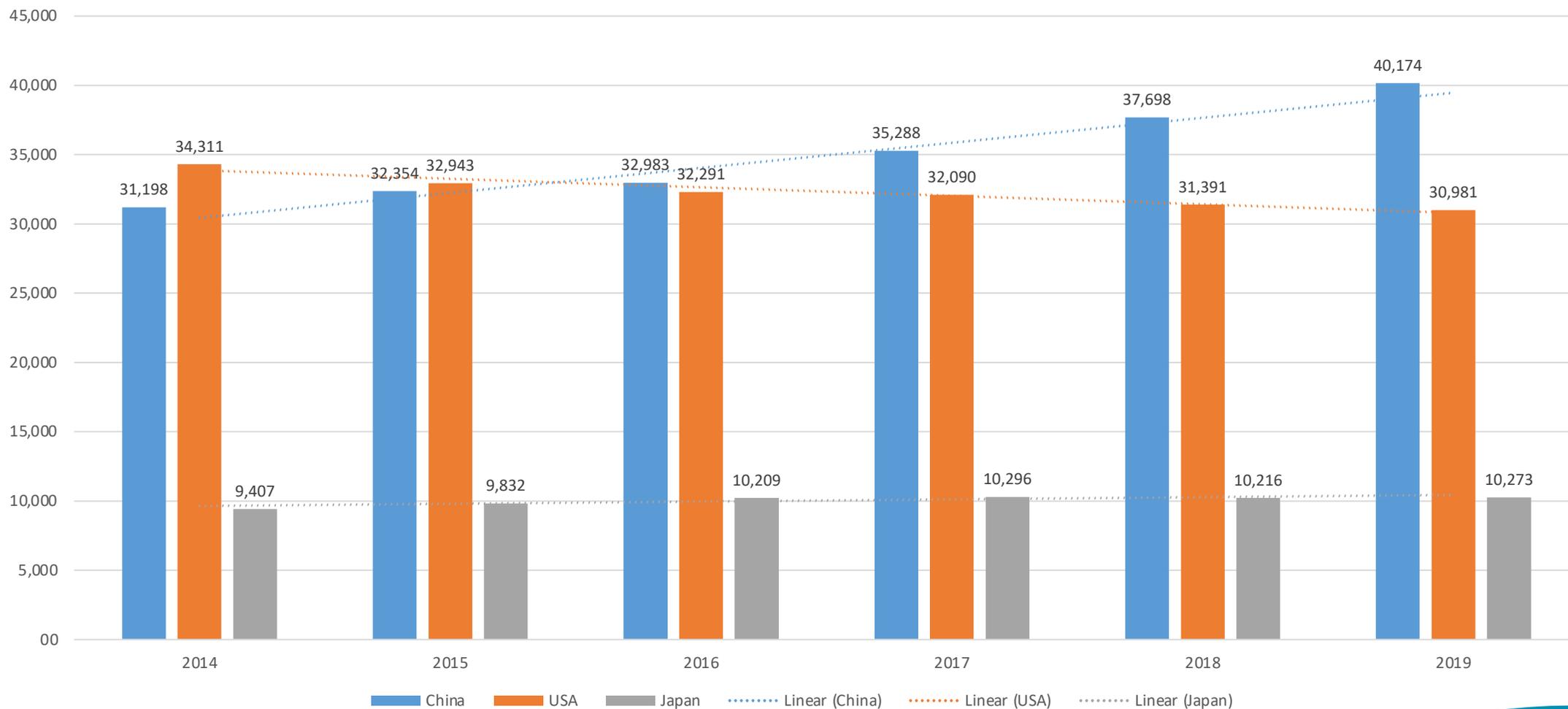
PRINCIPALES TENDENCIAS

El futuro crecimiento de la marca estará determinado por las capacidades del comercio electrónico

- Se destaca la importancia del comercio electrónico como una oportunidad de crecimiento para los minoristas y las marcas de todo el mundo.
- **Para 2024, el comercio electrónico representará el 30% de las ventas al por menor de la cadena mundial, frente al 22% actual.** Aunque representa una proporción considerablemente menor de las ventas minoristas mundiales de hoy en día, **el comercio electrónico añadirá más ventas (1,7 millones de dólares) que la venta minorista en tiendas (1,6 millones de dólares) en los próximos cinco años**, lo que pone de relieve la magnitud del premio para los minoristas y las marcas que invierten en este canal.
- Esta remezcla del **panorama minorista mundial debe ir acompañada de una reorientación fundamental de todos los actores hacia la transformación digital.**

TENDENCIAS

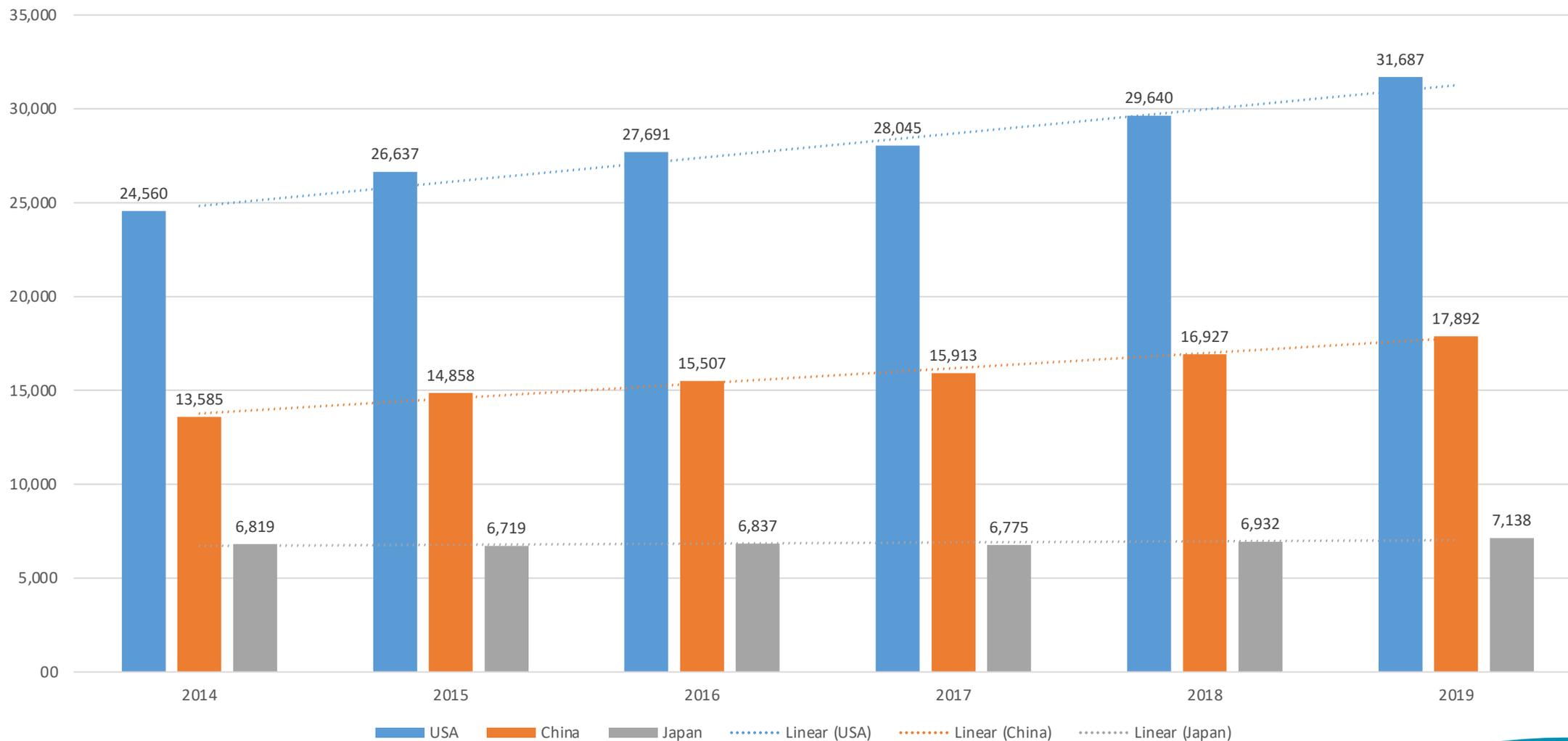
ALIMENTOS FORTIFICADOS Y FUNCIONALES (EMPAQUETADOS) USD million



Fuente: EUROMONITOR

TENDENCIAS

ALIMENTOS FORTIFICADOS Y FUNCIONAL (BEBBIDAS) USD million



Fuente: EUROMONITOR

Oportunidades a Destacar

Fortalecimiento del canal eCommerce



Alza en la digitalización de la rutina



Alza en el consumo de bienes vinculados al bienestar



Los alimentos congelados se convierten en la "potencia de ventas" durante la pandemia de coronavirus

> Índice

1. EXPORTACIONES SECTOR ALIMENTOS
2. OFERTA INNOVACION ALIMENTARIA
3. TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES
4. ROL DE PROCHILE Y LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS “NUEVO ESCENARIO”

Marco Estratégico

US\$1*
PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

➔

US\$87 FOB
US\$ 384 INCREMENTO EN EL PIB

COMERCIO EXTERIOR

El total del **intercambio comercial** en 2019 **US\$139.275 millones**, equivalente al **56,4% del PIB**.

INCIDENCIA ECONÓMICA

Participan un total de **43.251 empresas**, que implican **2.800.000 empleos**. De ellas, 8.150 son empresas exportadoras y 3.650 son Pymes.

INCIDENCIA CLIENTES PROCHILE**

En 2019, ProChile trabajó con **1.977 empresas clientes** y **1.002 Pymex**, cuyas exportaciones alcanzaron los **US\$ 29.783 millones** (57% exp no cobre) Equivalente al **10,5% del PIB**

DESEMPEÑO EXPORTADOR CLIENTES***

Exportaciones de **US M\$ 19.632** de clientes vs. **US M\$ 14.836** no clientes.
7 mercados promedio vs. **3** productos promedio vs. **4**
Generación empleo clientes: **410.000**

*Investing In Trade Promotion Generates Revenue, International Trade Center, 2016

**Información de 2019, obtenida del Banco Central, Aduanas y exportaciones totales de clientes (no considera ventas nacionales).

*** Exportaciones no cobre, sobre universo de 1.977 empresas clientes

Ajuste de la Estrategia de Promoción en Pandemia

Rediseño: Gestión y Herramientas de Promoción

OBJETIVOS

- ❖ Disminuir el impacto de la crisis en economía
- ❖ Contribuir a la generación de ingresos y empleo
- ❖ Preparar al Servicio para la reactivación económica

DEFINICIONES

- ❖ QUIÉNES: Empresas Exportadoras
- ❖ FOCO: Empresas PYMEX
- ❖ PRIORIDAD: Impacto en el empleo

MERCADOS FOCO

Primera prioridad por volumen: China, EE.UU., Japón, Brasil, Perú, Corea, Holanda, España y Colombia.

Segunda Prioridad por oportunidades estratégicas: Reino Unido, Rusia, Alemania, México, India, Asean, MENA, AP.

MACROSECTORES FOCO

- ❖ Silvoagropecuario
- ❖ Servicios e Industria 4.0
- ❖ Economía Creativa

70 ASOC.
GREMIALES

FOCOS TRANSVERSALES

- ❖ Innovación
- ❖ Sostenibilidad
- ❖ Mujeres y pueblos originarios

Capacitación Interna

MEJOR SERVICIO

Transformación Digital

EFICIENCIA

Inteligencia de Mercado

EFICACIA

Priorización de la Inversión

AUSTERIDAD

Nuevas Herramientas Digitales

INNOVACIÓN

INSTRUMENTOS PROCHILE

MUJER EXPORTA PROGRAMA DE INFORMACIÓN, CAPACITACIÓN Y APOYO



<https://www.prochile.gob.cl/landing/mujer-exporta/>

2ª CONVOCATORIA
PROCHILE A TU MEDIDA
PROGRAMA DE ACELERACIÓN PARA LA PYME EXPORTADORA

60 PYMES | Aumento de cupos
3x REGION | Enfoque Regional
x2 ETAPAS | Asesoramiento personalizado

ACELERA TU PROCESO EXPORTADOR
ProChile se adapta a tu negocio para consolidar tu internacionalización.

MÁS INFORMACIÓN → POSTULA AQUÍ →

<https://www.prochile.gob.cl/landing/prochile-a-tu-medida/>



- MUJER EXPORTA
- PROCHILE A TU MEDIDA
- FERIAS INTERNACIONALES

INSTRUMENTOS PROCHILE



- RUEDAS DE NEGOCIOS
- ENEXPRO
- CHILE B2B



www.chileb2b.cl

INSTRUMENTOS PROCHILE



www.prochile.gob.cl/concursos



- CONCURSO SILVOAGROPECUARIO
- MARCAS SECTORIALES
- CONVENIOS



*Chile potencia alimentaria, una oferta
que se transforma y adapta.*

*Alimentos saludables, seguros y con compromiso
social para abastecer al mundo.*

TENDENCIAS FAVORABLES PARA LA INNOVACION ALIMENTARIS EN MERCADOS INTERNACIONALES

Rossana Zamorano Cáceres
Jefa Departamento Agro &
SEPTIEMBRE 2020



CHILE LO
HACEMOS
TODOS