

CHILE



Alianza del
Pacífico

El poder
de la integración

CONTENIDO

1. GENERALIDADES DEL MERCADO
2. COMERCIO INTRABLOQUE
3. ACUERDO COMERCIAL
4. COMO FUNCIONA EL CANAL HORECA EN CHILE
5. OPORTUNIDADES DEL CANAL HORECA
6. CONDICIONES DE ACCESO
7. CONECTIVIDAD ENTRE PAÍSES
8. CULTURA DE NEGOCIOS



GENERALIDADES DEL MERCADO



Alianza del
Pacífico

El poder
de la integración

- ✓ **MONEDA OFICIAL /
MONEDA DE
NEGOCIOS**



La moneda oficial de Chile es el Peso (\$), es la divisa utilizada en todas las transacciones comerciales y de negocios dentro del país.

DIFERENCIA HORARIA

- ✓ **+ 2 HORAS COLOMBIA Y PERÚ**
✓ **+ 3 HORAS MÉXICO**



✓ **IDIOMA OFICIAL**

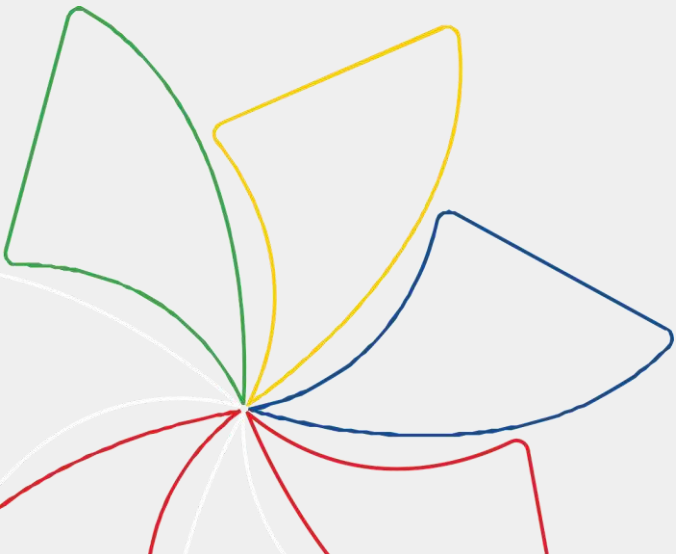


El idioma oficial de Chile es el **español**, aunque existen varias lenguas indígenas que son reconocidas como patrimonio cultural del país.

✓ **POBLACIÓN ÉTNICA**

La población de Chile es de **18,5 millones de habitantes**. Está compuesta por chilenos (88,9%), indígenas mapuche (9,1%), aimara (0,7%) y otros pueblos indígenas (1%). 1,9 millones son extranjeros.

Día nacional: 18 de septiembre



PRINCIPALES SECTORES DE LA ECONOMÍA DE CHILE

✓ SECTOR AGRÍCOLA:

- Representa el 3,5% del PIB y emplea al 9,2% de la población empleada.
- Chile es el principal productor mundial de **cobre (28% de la producción global)**, **nitratos naturales** (100%), **yodo** (64%) y **renio** (55%). También es el segundo mayor productor de **litio** (19%) y **molibdeno** (23%).
- **Chile** se encuentra entre los 5 mayores productores mundiales de **cereza y arándano** y entre los 10 mayores de **uva, manzana, kiwi, durazno, ciruela y avellana**. Otros productos agrícolas incluyen cebolla, trigo, maíz, avena, y lana.

✓ SECTOR SERVICIOS:

- Representa el 56,9% del PIB y emplea al 66,7% de la población activa.
- El sector **Comercio (mayorista y minorista)** concentra el **34.4% de las empresas** de servicios en Chile. El segundo sector más importante es **Transporte y Almacenamiento**.
- Los **Servicios financieros** se consolidan en el país por la transformación tecnológica (Fintech). También destacan las **actividades profesionales, científicas, y técnicas**, los **Servicios TI** y el **Turismo**.

✓ SECTOR INDUSTRIAL

- Representa el 29,7% del PIB y emplea al 23,3% de la población activa.
- Chile ha realizado inversiones significativas en tecnologías limpias que junto al aumento de redes inteligentes (smart grids), consolida a Chile como al país como **líder mundial en energías renovables**.
- Los principales productos del sector son: **hierro y acero, cemento, textiles, plásticos, metalmecánica, eléctrico-electrónica**.
- Para 2029 Chile aspira a **cuadruplicar la generación distribuida de energía renovable**.

COMERCIO INTRABLOQUE

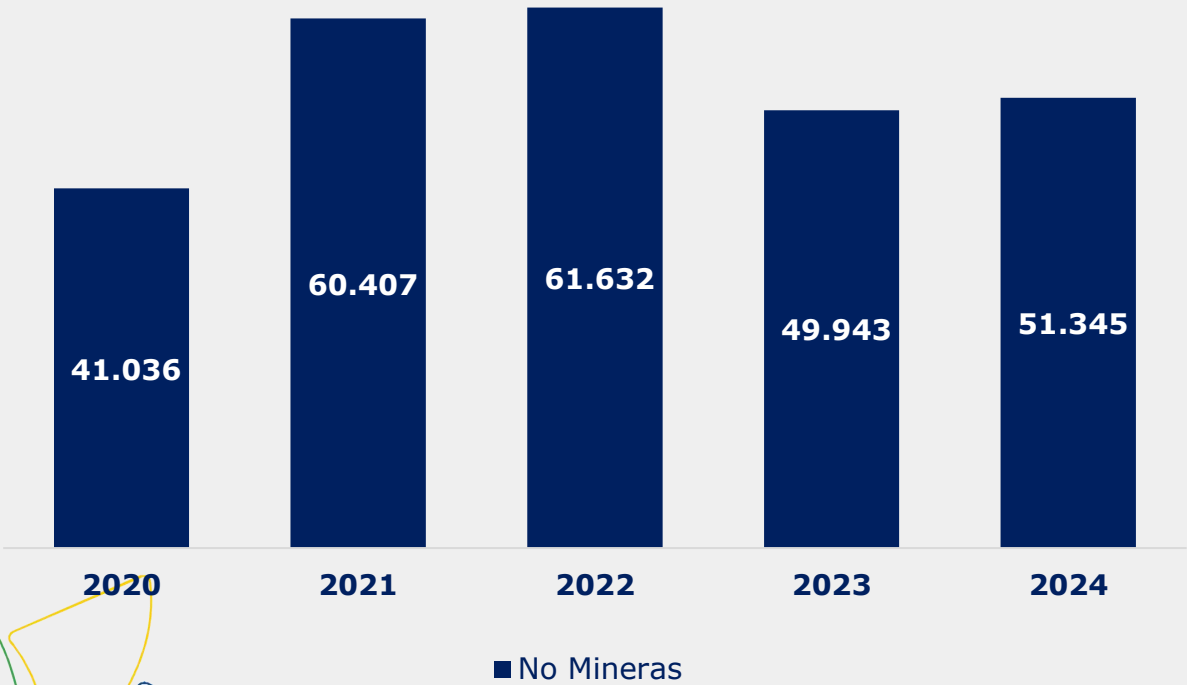


Alianza del
Pacífico

El poder
de la integración

IMPORTACIONES CHILE DEL MUNDO EN 2024

IMPORTACIONES TOTALES DE CHILE NO MINERAS
(2020- 2024) USD Millones



Fuente: Trade Map (2025) Cálculos ProColombia
*Las importaciones descritas no están destinadas en su totalidad al canal HORECA. Son una aproximación de los principales productos relacionados al sector (según clasificación realizada por ProColombia).

PRINCIPALES PRODUCTOS RELACIONADOS AL CANAL HORECA* IMPORTADOS POR CHILE EN 2024

Usd millones

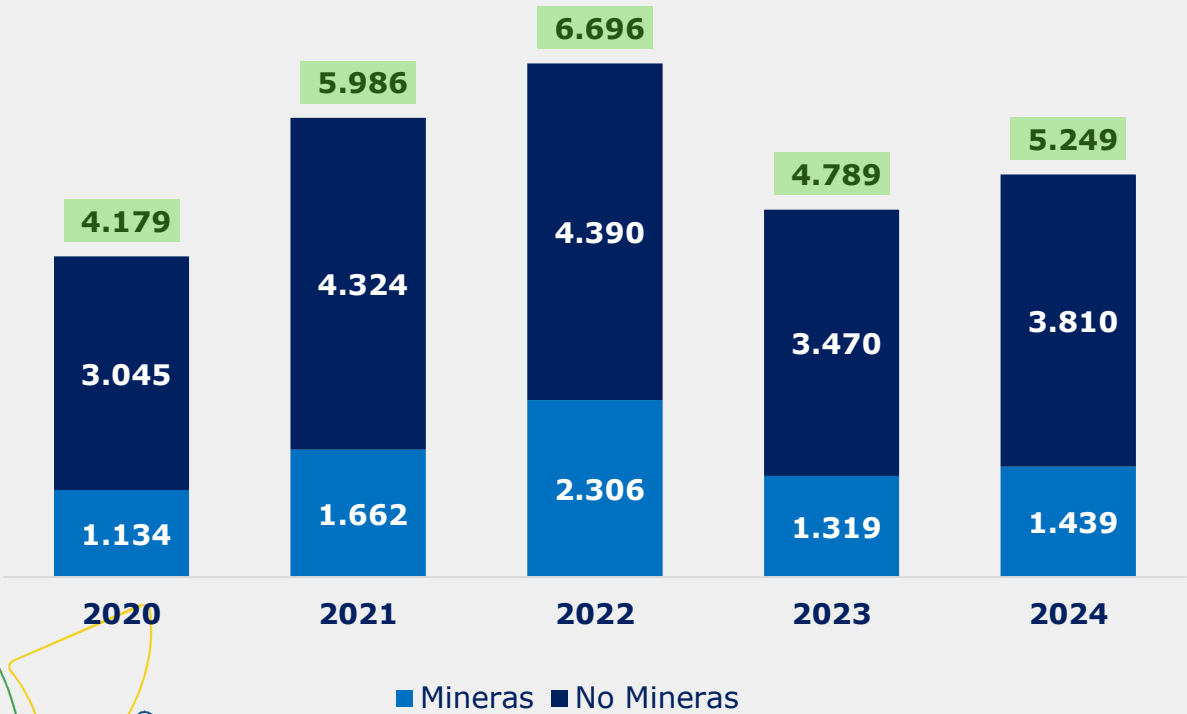
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	VALOR USD
ALIMENTOS	\$3.361
ARTÍCULOS DE DOTACIÓN	\$2.396
FRUTAS Y HORTALIZAS	\$853
MOBILIARIO	\$451
BEBIDAS	\$439
ASEO PERSONAL	\$420
PRODUCTOS DE ASEO	\$386
ROPA HOGAR	\$159

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR CATEGORIA:

- Alimentos:** Carne deshuesada de bovino, preparaciones alimenticias en general, queso.
- Artículos de dotación:** aparatos para filtrar o depurar agua, artículos de plástico, frigoríficos congeladores, vajilla y artículos para servicio de mesa.
- Aseo personal:** preparaciones capilares, desodorantes, champú.
- Bebidas:** agua, cerveza, whisky.
- Frutas y hortalizas:** papas preparadas, plátanos frescos o secos, aguacates.
- Mobiliario:** muebles de metal, muebles de madera, asientos de madera.
- Productos de aseo:** preparaciones para lavar, jabón, preparaciones para perfumar locales, desinfectantes.
- Ropa hogar:** ropa de tocador o cocina, visillos y cortinas, ropa de cama.

RELACIÓN COMERCIAL DE CHILE CON SOCIOS DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO

IMPORTACIONES TOTALES DE CHILE PROVENIENTES DE PAÍSES DE LA AP
(2020- 2024) USD Millones



6,1%

De las importaciones NME de Chile en 2024 tuvieron como origen países de la AP.



5,8%
TCAC

Crecimiento en las importaciones NME intra bloque de Chile con AP entre 2020 y 2024.



MÉXICO

SOCIO #6 EN LAS IMPORTACIONES NME DE CHILE EN 2024



PERÚ

SOCIO #11 EN LAS IMPORTACIONES NME DE CHILE EN 2024



COLOMBIA

SOCIO #16 EN LAS IMPORTACIONES NME DE CHILE EN 2024

Fuente: Trade Map (2025)

ACUERDO COMERCIAL



Alianza del
Pacífico

El poder
de la integración

ACUERDO COMERCIAL

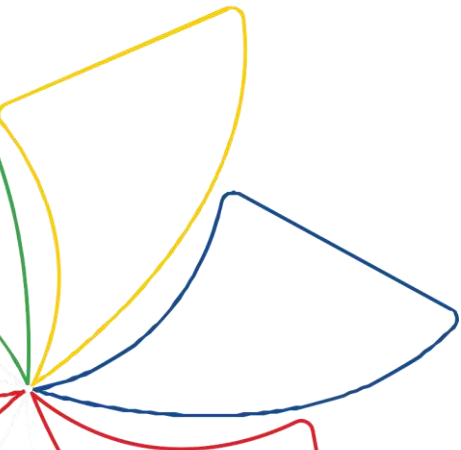
LOGROS: BENEFICIOS COMERCIALES Y MIGRATORIOS

INTEGRACIÓN ECONÓMICA Y MERCADO COMÚN

- **DESGRAVACIÓN ARANCELARIA:** se han reducido o eliminado aranceles para más del 98 % del comercio intrarregional.
- **ACUMULACIÓN DE ORIGEN:** facilidades para que productos con insumos de los países miembros puedan calificar para el tratamiento preferencial arancelario.
- **MERCADO DIGITAL REGIONAL:** iniciativas de integración digital, conectividad, intercambio de servicios y comercio electrónico.
- **INTEROPERABILIDAD DE LAS VENTANILLAS ÚNICAS DE COMERCIO EXTERIOR:** intercambio en tiempo real de certificados de origen y fitosanitarios, generando ahorros en costos y tiempo, beneficios para exportadores e importadores.

LIBERTAD DE MOVIMIENTO DE PERSONAS Y FACILITACIONES MIGRATORIAS

- **EXENCIÓN DE VISADO Y SIMPLIFICACIÓN DE TRÁMITES MIGRATORIOS:** Los países han establecido movilidad para visitantes de hasta 6 meses bajo ciertas condiciones ("turismo, tránsito, negocios no remunerados") entre miembros.
- **RECONOCIMIENTO MUTUO DE DOCUMENTOS Y TÍTULOS:** Reconocimiento mutuo de documentos profesionales.
- **MOVILIDAD ACADÉMICA:** programas de intercambio estudiantil y practicas profesionales para promover el empleo juvenil.



COMO FUNCIONA EL CANAL HORECA EN CHILE

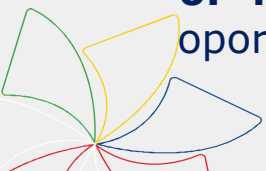


Alianza del
Pacífico

El poder
de la integración

TENDENCIAS CLAVES DEL SECTOR HORECA EN CHILE EN 2025

- **1. Crecimiento en Restaurantes de Servicio Completo:** Se espera un aumento significativo en el gasto en restaurantes de servicio completo, impulsado por una creciente demanda de experiencias gastronómicas únicas y de alta calidad.
- **2. Conciencia de Precios:** Los consumidores están más conscientes de sus gastos, lo que ha llevado a una migración hacia opciones más económicas, como restaurantes de servicio limitado, aunque también hay un crecimiento en la escena gastronómica de alta gama.
- **3. Aumento de Ventas en Restaurantes de Comida Rápida:** Las ventas en restaurantes de comida rápida están en aumento, con un crecimiento notable en categorías como hamburguesas, que se espera que crezcan un 18% en términos de ventas.
- **4. Cafés y Bares:** Las ventas en cafés y bares también están en crecimiento, con un aumento del 7% en 2024, destacando el rendimiento de las barras de jugos y batidos.
- **5. Innovaciones en Entrega:** Las aplicaciones de entrega continúan creciendo, aunque a un ritmo más lento que durante la pandemia. Los consumidores buscan ofertas atractivas y descuentos en tarifas de entrega.
- **6. Nuevos Centros Comerciales:** La apertura de nuevos centros comerciales en Chile está creando oportunidades para el sector HORECA, atrayendo a más consumidores a los espacios de comida.

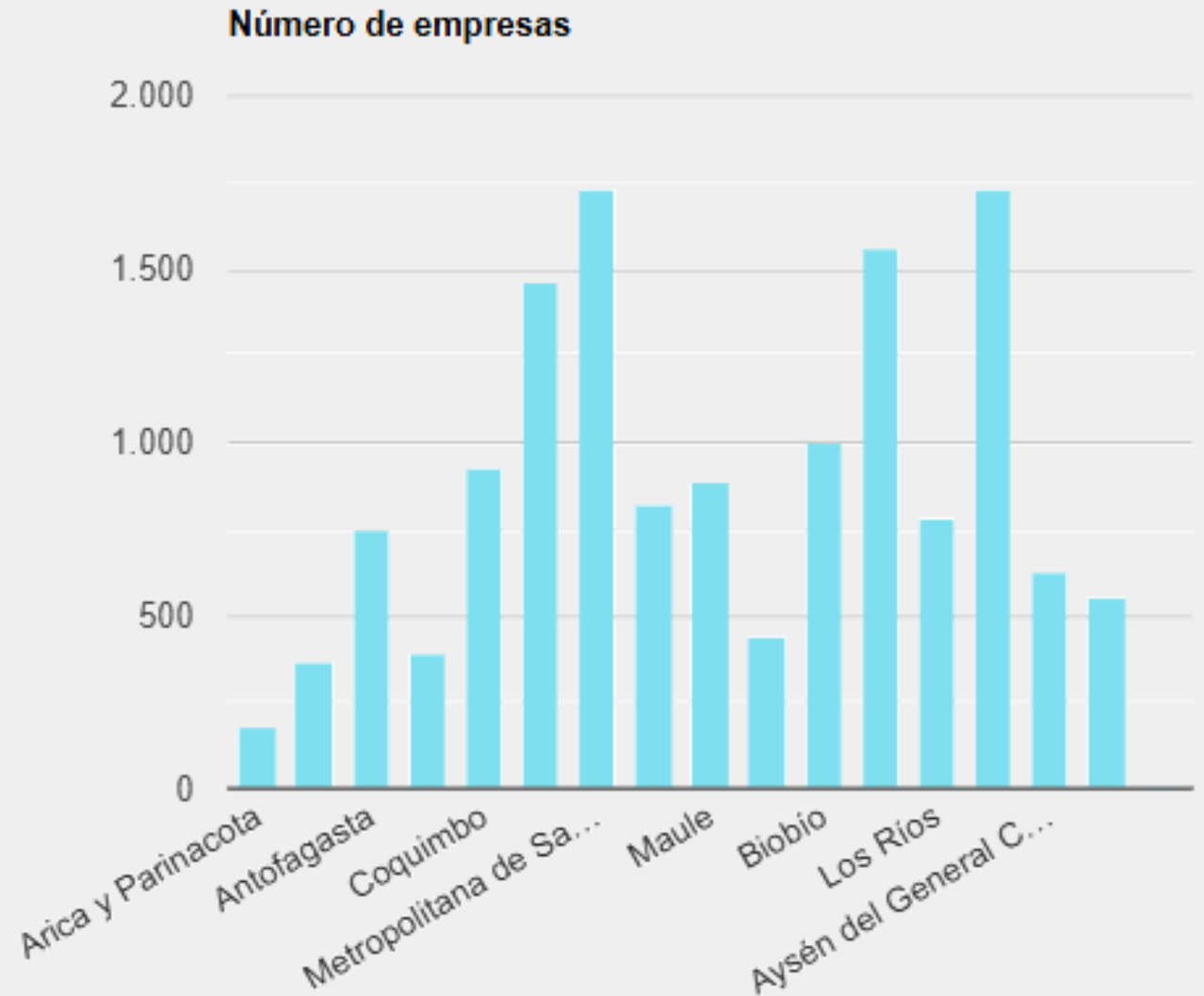
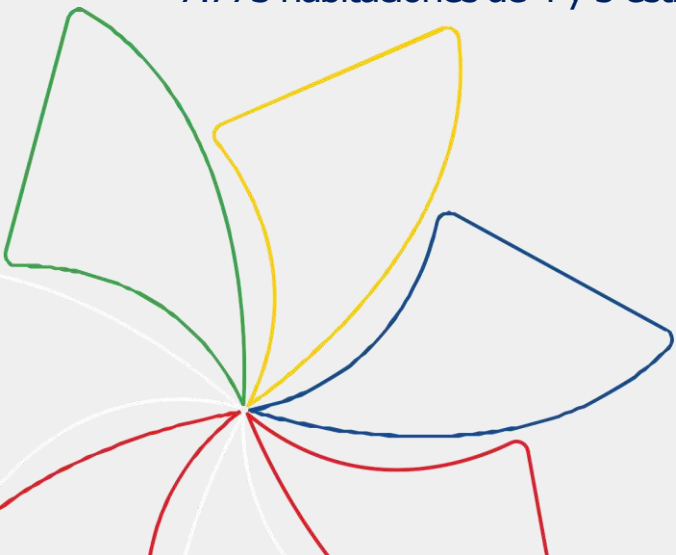




HOTELES

HOTELES

- Chile recibió en 5,2 millones de turistas en 2024 un 40% mas que 2023
- Los principales destinos son Santiago, Valparaíso, Los Lagos, La Araucanía, Rapa Nui y Magallanes.
- Al 2022 se tiene registro de 14.223 servicios de alojamiento en Chile.
- RM cuenta con 1.735 alojamiento principalmente corporativo.
- 7.773 habitaciones de 4 y 5 estrellas



ALGUNAS CADENAS



26 HOTELES

- Ibis
- Mercure
- Novotel
- Pullman



14 HOTELES

- Sheraton
- W Hotels
- Ritz Carlton
- Courtyard
- Four Points
- Marriot
- City Express
- AC hotel
- Reinassance



7 HOTELES

- Intercontinental
- Holiday Inn



9 HOTELES

- Doubletree
- Garden inn
- Hampton



3 HOTELES

- NH Collection



4 HOTELES

- NH Collection

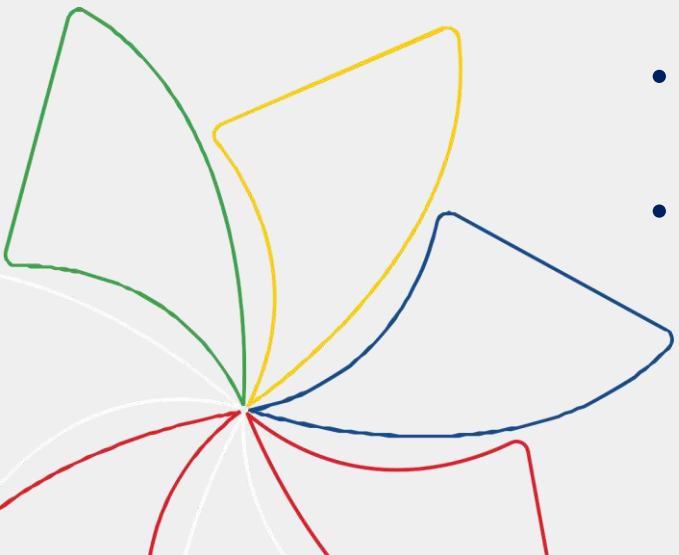


35 HOTELES

- Diego de Almagro

CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

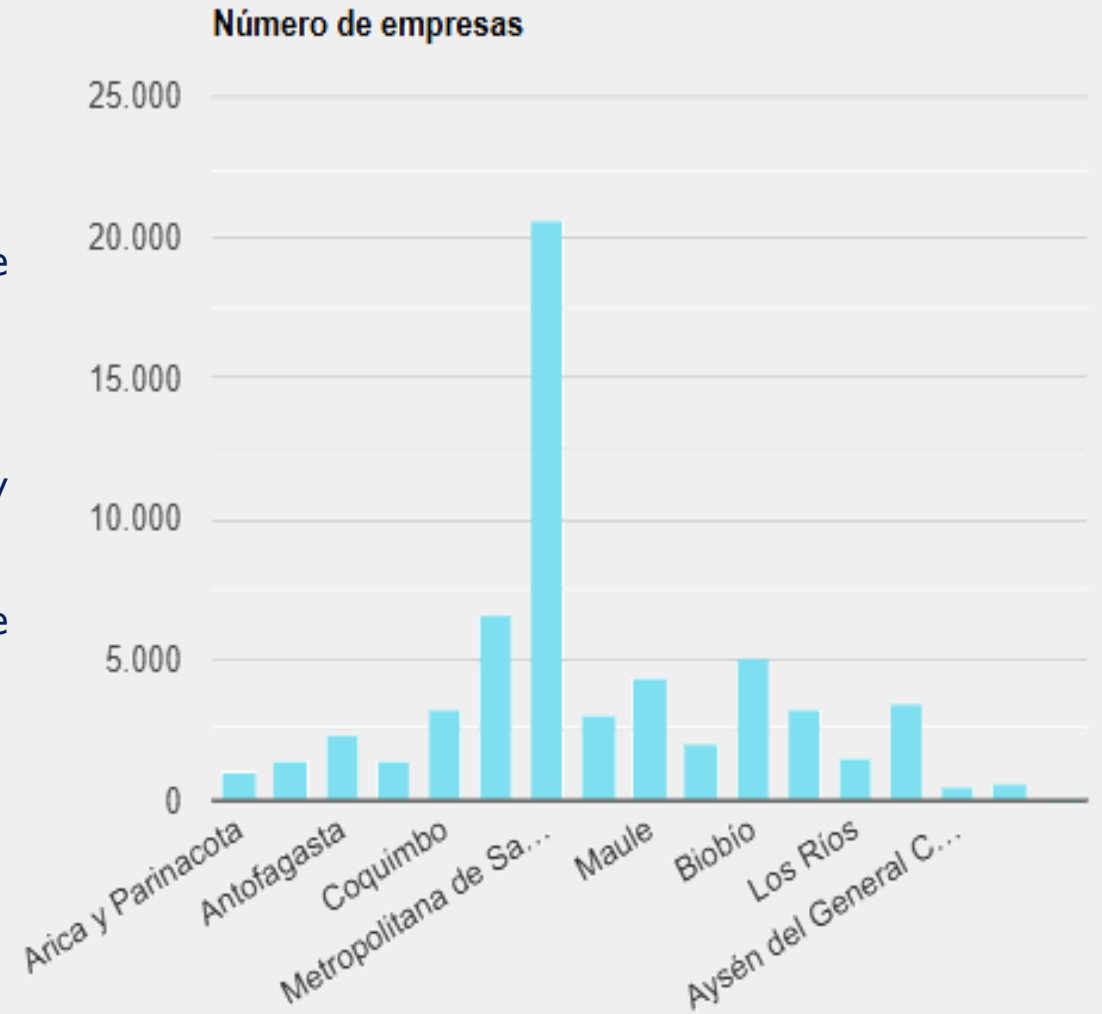
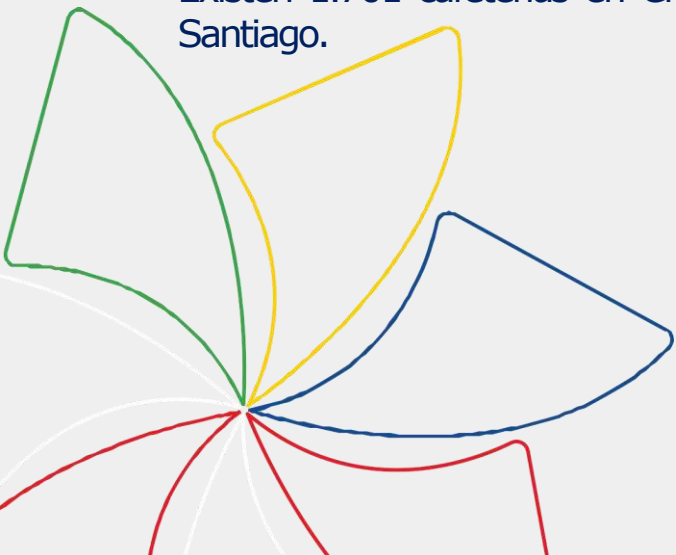
- Sector con altas temporadas marcadas como verano, temporada de ski o ferias importantes que se realizan en la ciudad
- Existe el modelo de licencias, hoteles son operados por inversionistas inmobiliarios bajo la supervisión y pauta de las cadenas
- No es usual la importación directa
- Existe un canal de proveedores especializados para las diferentes líneas como alimentos/ perecederos, textiles, amenities, limpieza



RESTAURANTES Y CAFÉS

RESTAURANTES

- Chile cuenta con 60.633 locales de alimentos y bebidas según SERNATUR.
- La RM concentra 20.647 (34%)
- Alto crecimiento de los formatos de Fast Food (Alto impacto desde Apps de Delivery)
- 75% presencial y 25% digital
- Alto impacto del modelo cashback de bancos con descuentos entre 40 y 50%
- Existen 1.701 cafeterías en Chile un 38% en la Región Metropolitana de Santiago.



ALGUNAS CADENAS



134 locales / 24 marcas



70 locales



265 locales / 4 marcas



325 locales / 7 marcas



179 locales / 3 marcas



161 locales



Arcos Dorados

115 locales

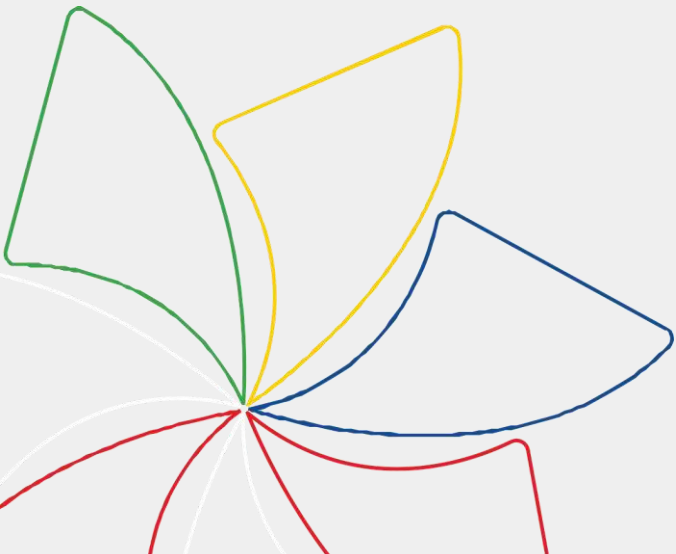


209 locales



CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

- Cada vez crece la cultura en Chile de salir a comer durante la semana. Las promociones impulsan la tendencia
- Las plataformas de delivery impulsan el consumo a restaurantes. Las principales plataformas Rappi, Pedidos Ya, Uber
- El chileno cada vez mas abierto a nuevos sabores y propuestas tipo fusión impulsado por un ambiente mas globalizado
- Los clientes aprecian propuestas innovadoras y que brinden una experiencia. Crecen propuestas de restaurantes temáticos
- Alto impacto de redes sociales e influencers del mundo gastronómico



CATERING

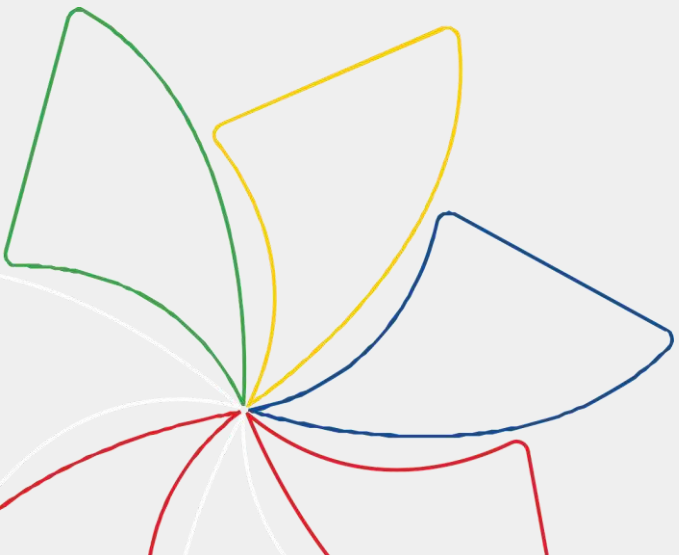
ALIMENTACIÓN INSTITUCIONAL

Existe alto impacto del sector de alimentación institucional en industrias como:

- Minería
- Salud
- Industria
- Eventos
- Colegios



MERCADO PÚBLICO



- El canal de compras públicas en Chile equivale a 5% del PIB por un valor de US\$17.643 millones
- El mercado se administra desde la plataforma www.mercadopublico.cl
- Los principales sectores son Salud, Municipalidades, Gobierno Central y Obras Públicas.
- La plataforma permite ver planes de compra de cada entidad, así como histórico de adjudicaciones. Cuenta con una página de analítica <https://datos-abiertos.chilecompra.cl/>
- Los convenios marco son una oportunidad para participar activamente del mercado
- Requiere tener presencia local pues la mayoría de las compras se hacen DDP

PROGRAMA DE ALIMENTACIÓN JUNAEB Y JUNJI

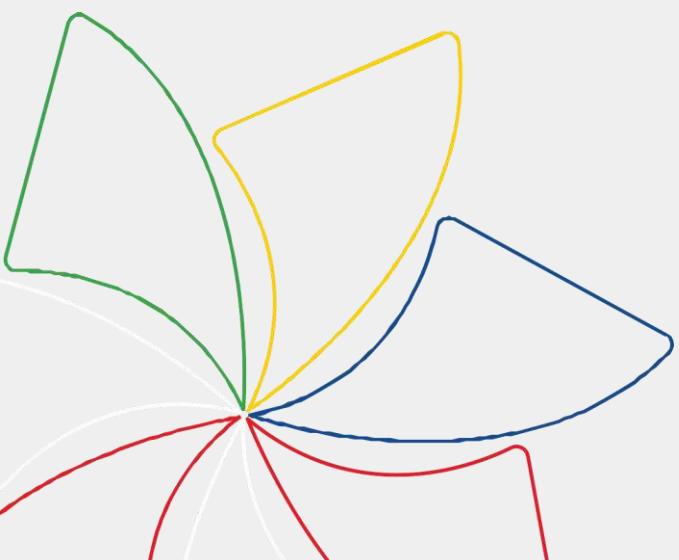
JUNAEB Programa de alimentación escolar PAE

- Programa de alimentación escolar para alumnos de educación parvularia, básica, media o adultos en establecimientos municipales o particulares subvencionados adscritos al programa.
- Busca aportar necesidades nutricionales y facilitar la incorporación y permanencia en el sistema escolar

JUNJI Programa de alimentación del Párvulo PAP

- Programa enfocado en jardines y salas cuna con el fin de cubrir necesidades nutricionales de la edad temprana.

La preparación de los alimentos se realiza en los establecimientos. Cuenta con pauta nutritiva dada por el Mineduc en donde se privilegia alimentos frescos y nutritivos.



EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Alimentos

Textiles / Equipos / Menaje

Limpieza

Distribuidor especializado en rubro

Perecederos

No Perecederos

Sábanas, Uniformes, Equipos
de cocina (Cocción,
Refrigeración), Vajilla,
Mobiliario

Productos de limpieza,
Consumibles, Servicios.



INVERSIERRA.
FOOD SERVICE



Difem.
LABORATORIOS

ASOCIACIONES Y ACTORES RELEVANTES



Alianza del
Pacífico

El poder
de la integración

ACHIGA

Asociación de la industria gastronómica

www.achiga.cl



Hoteleros de Chile

Asociación de la industria de hoteles y alojamientos

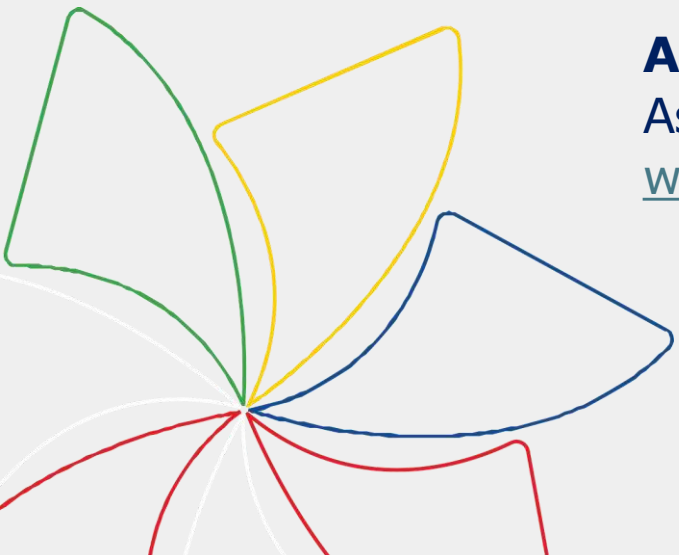
www.hoteleros.cl



ANAPAC

Asociación de profesionales y amantes del café

www.anapac.cl



EVENTOS



Alianza del
Pacífico

El poder
de la integración

Eventos comerciales



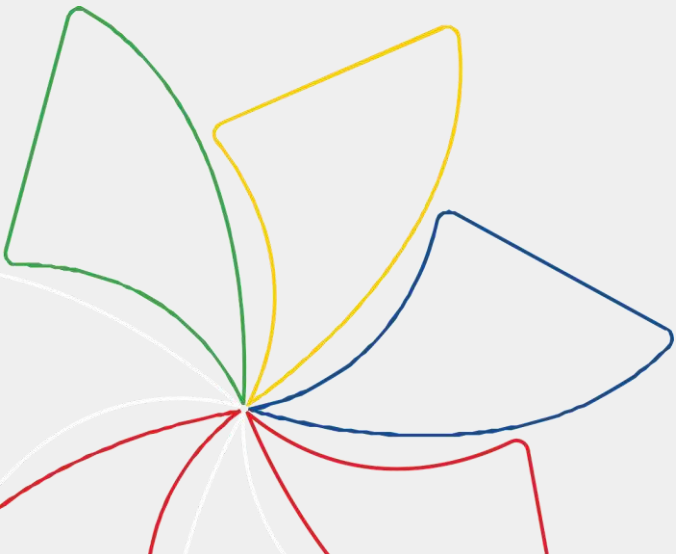
PRINCIPALES EVENTOS



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



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



OPORTUNIDADES DEL CANAL HORECA



Alianza del
Pacífico

El poder
de la integración

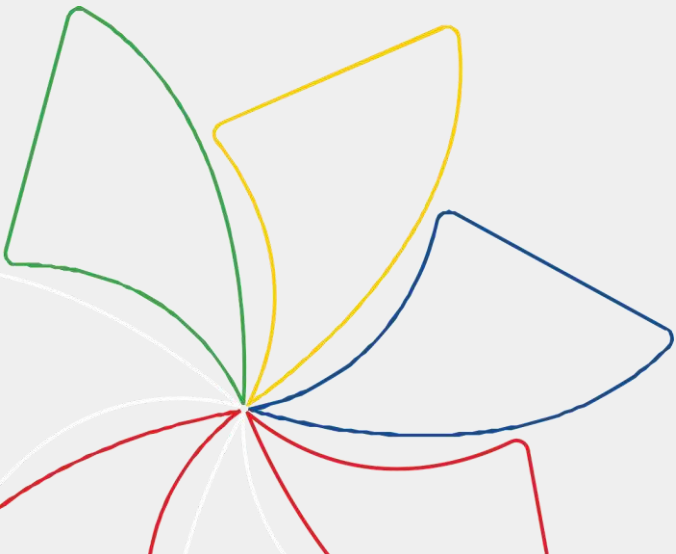
ALIMENTOS

Perecederos

- Proteínas
- Vegetales y frutas
- Lácteos

No Perecederos

- Café y Té
- Chocolate y derivados
- Licores
- Salsas y condimentos
- Pulpas
- Azúcar y endulzantes
- Harinas y panadería
- Grasas
- Congelados



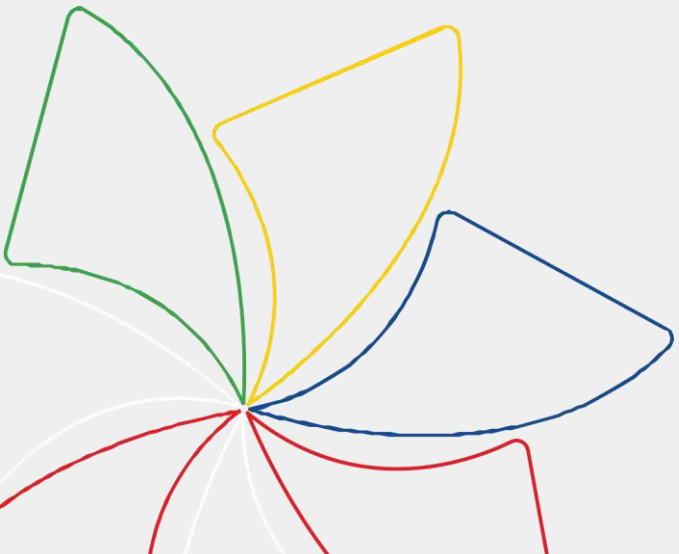
TEXTILES, EQUIPO Y MENAJE

- Ropa de cama
- Menaje de cocina (platos, copas, collas, sartenes, mesa
- Equipamiento menor
- Uniformes
- Equipos de cocina (lavavajillas, cocción, frío, mezcladores, cafeteras, etc.)
- Mobiliario (camas, colchones, sillas, mesas)
- Decoración



LIMPIEZA Y ASEO

- Amenities
- Dispensadores de jabón/shampoo
- Detergentes y desinfección
- Aseo mecánico
- Ambientadores
- Servicios de lavandería



CONDICIONES DE ACCESO



Alianza del
Pacífico

El poder
de la integración

PROTOCOLOS SANITARIOS

- Es una negociación entre países
- Se da para productos frescos de origen agrícola y pecuario
- Se trabaja de forma coordinada con las autoridades sanitarias de cada país



<https://defensa.sag.gob.cl/reqmercado/consulta.asp?tp=1>



AUTORIZACIÓN ALIMENTOS IMPORTADOS MINSAL

- Al ingresar los alimentos a Chile, el Servicio Nacional de Aduanas exigirá a los importadores el Certificado de Destinación Aduanera (CDA), en el que consta el lugar donde se depositarán, la ruta y las condiciones del traslado (tanto del vehículo como del transportista) desde los recintos aduaneros hasta la bodega o almacén de destino.
- Una vez que concluye el procedimiento mencionado anteriormente, los interesados e interesadas podrán solicitar la autorización de uso y disposición de los alimentos importados.

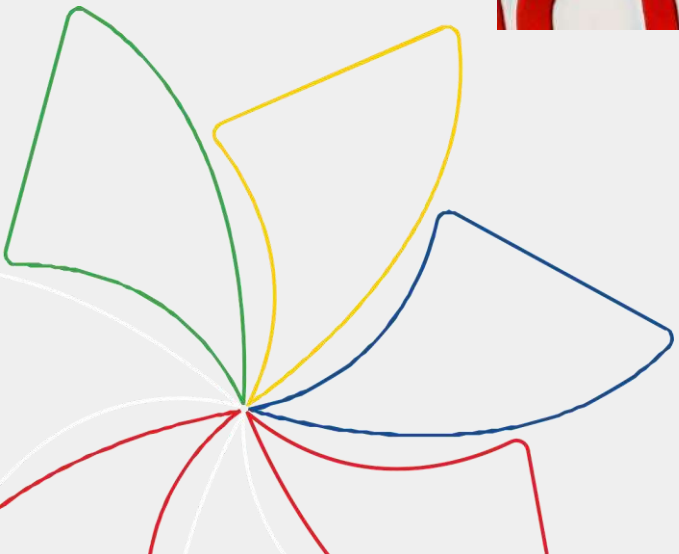


<https://www.chileatiende.gob.cl/fichas/184-autorizacion-de-uso-y-disposicion-para-alimentos-importados>

LEY DE ROTULADO DE ALIMENTOS



- Regulada por Ley 20.606
- Exigencia en cuanto a rotulado de alimentos a través de disco pare donde muestra "altos en"
- Promoción a través de dibujos en empaques o juguetes como gancho
- Prohíbe comercializar "altos" en establecimientos educativos
- Ley de alimentos fija parámetros



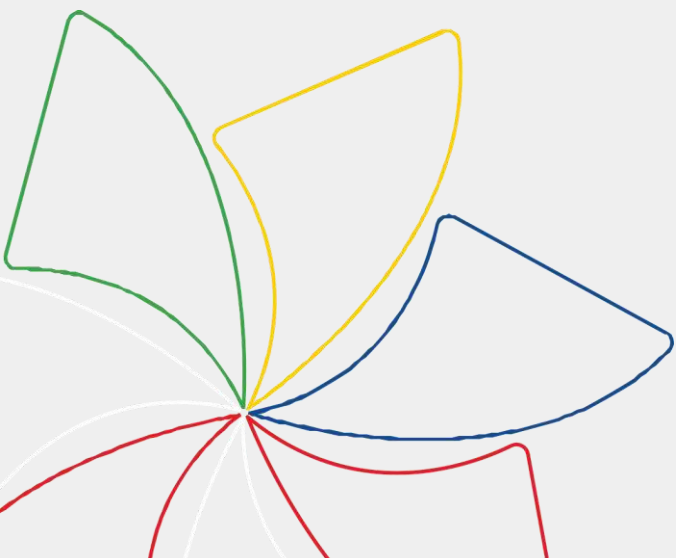
LEY REP

La **Ley REP** en Chile corresponde a la **Ley N° 20.920**, publicada en 2016, también llamada **Ley de Responsabilidad Extendida del Productor y Fomento al Reciclaje**.

Su objetivo es **reducir la generación de residuos y fomentar su reutilización, reciclaje y valorización**, estableciendo que quienes introducen productos en el mercado nacional (productores, importadores o comercializadores) deben hacerse cargo de los residuos que estos generan una vez terminada su vida útil.

Sectores: **Baterías, Aceites lubricantes, Envases y embalajes, Neumáticos, Pilas.**

<https://leyrep.cl/productos-prioritarios/envases-y-embalajes/>



CONECTIVIDAD ENTRE PAÍSES



Alianza del
Pacífico

El poder
de la integración

Desde **Chile**, los **tiempos promedio de tránsito hacia los países de la Alianza Pacífico** varían según el modo de transporte. Por **vía aérea** el tiempo es de 8 horas y 33 minutos, con servicios ofrecidos por **9 aerolíneas**, por **vía marítima** el tiempo es de aproximadamente **17 días de tránsito** con oferta de **9 navieras** y por **vía terrestre** hay un promedio de **69 horas** de recorrido.

PAÍS DE DESTINO	 CONECTIVIDAD DESDE CHILE					
	MEDIO DE TRANSPORTE					
	 AÉREO	 MARÍTIMO		 TERRESTRE		
	Aerolíneas	Duración (horas)	Navieras	Duración (días)	Kilómetros	Duración (horas)
 COLOMBIA	6	8:35	7	11	6.218	96
 MÉXICO	6	11:08	9	7		
 PERÚ	4	4:39	8	3	3.279	42

CULTURA DE NEGOCIOS



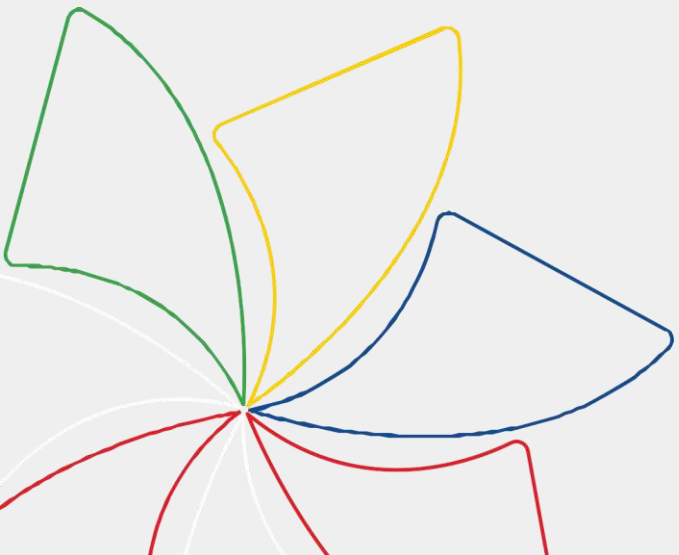
Alianza del
Pacífico

El poder
de la integración

BUSCAR CLIENTES EN EL MERCADO



- Las visitas al mercado son muy importantes. Las reuniones presenciales generan confianza
- Los compradores en Chile visitan ferias internacionales en todo el mundo
- Identificar prospectos a través de estadísticas
- Revisando marketplaces marcas afines
- Revisando etiquetado de productos el “importador por”
- LinkedIn es buena herramienta para contacto en frío
- Referencia de compradores locales



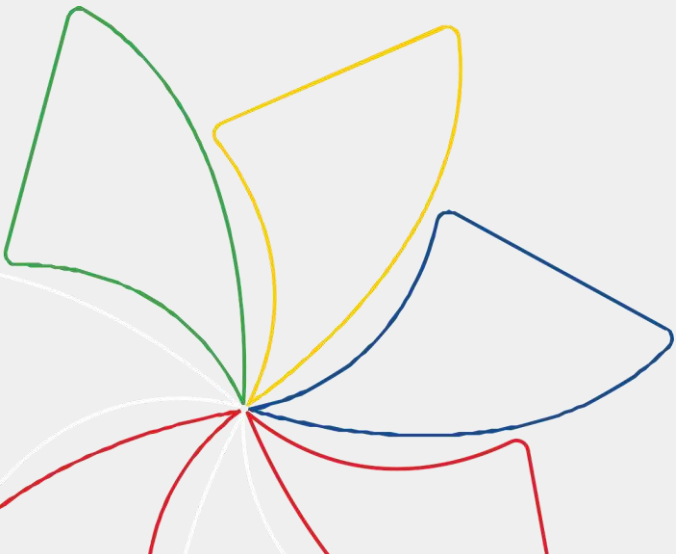
HACIENDO NEGOCIOS



- Referencia casos de éxito para generar confianza
- Entregar la mejor oferta (no regateo)
- Demostrar conocimiento del mercado (Trabajo previo)
- Presentar plan de acción conjunto. No solo vender
- Seguimiento ojalá vía teléfono o WhatsApp (no solo email)
- Presentar información completa
- Claridad en cuanto a exclusividades



- Incumplir
- Presentar oferta económica al principio
- Presentar información en otros idiomas (ej. inglés)
- Multiplicar el precio en pesos colombianos X 4. (Se debe hacer un análisis previo)
- Trabajar de forma reactiva el mercado



GRACIAS



Alianza del
Pacífico

El poder
de la integración