



TOGETHER
for a sustainable future

OCCASION

This publication has been made available to the public on the occasion of the 50th anniversary of the United Nations Industrial Development Organisation.



TOGETHER
for a sustainable future

DISCLAIMER

This document has been produced without formal United Nations editing. The designations employed and the presentation of the material in this document do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the Secretariat of the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) concerning the legal status of any country, territory, city or area or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries, or its economic system or degree of development. Designations such as “developed”, “industrialized” and “developing” are intended for statistical convenience and do not necessarily express a judgment about the stage reached by a particular country or area in the development process. Mention of firm names or commercial products does not constitute an endorsement by UNIDO.

FAIR USE POLICY

Any part of this publication may be quoted and referenced for educational and research purposes without additional permission from UNIDO. However, those who make use of quoting and referencing this publication are requested to follow the Fair Use Policy of giving due credit to UNIDO.

CONTACT

Please contact publications@unido.org for further information concerning UNIDO publications.

For more information about UNIDO, please visit us at www.unido.org

21388

**JUGO DE FRUTA
CONCENTRADO DE BOLIVIA**

**PROYECT N° SF/BOL/95/001
CONTRACT N° 95/185 P
UNIDO VIENNA**



JUGO DE FRUTA CONCENTRADO DE BOLIVIA

GRANDES IMPORTADORES

I.- ANTECEDENTES GENERALES

II.- CONCENTRADO DE NARANJA

III.- CONCENTRADO DE PIÑA

IV.- CAMBIO DE PROVEEDORES

**V.- EFECTOS ESPERADOS DEL PROYECTO DE LEY SOBRE
JUGOS**

VI.- BOLIVIA COMO ALTERNATIVA

VII.- OTROS PAISES

VIII.- ACEITES ESENCIALES

PEQUEÑOS CONSUMIDORES

I.- ELABORADORES DE JUGOS CONCENTRADOS A PUBLICO

II.- CONSERVERAS DE FRUTAS

III.- REPOSTERIA - PASTELERIA

ANTECEDENTES DE IMPORTACION

LISTADO DE ENTREVISTADOS

RESUMEN Y CONCLUSIONES

GRANDES IMPORTADORES DE CONCENTRADOS DE FRUTA

I.- ANTECEDENTES GENERALES

Se entrevistó a ocho ejecutivos de cinco grupos industriales, que representan el 97% de la importación de concentrado de naranja y el 90% del de piña.

Ellos definen los jugos concentrados como commodities, que se transan en Bolsa en base a especificaciones de calidad precisas. Para ellos, significa que hay operadores expertos que venden y se cubren simultáneamente, lo que les asegura que podrán cumplir incluso con variaciones fuertes de precio.

La elección entre proveedores está influenciada por el precio, pero también pesan significativamente los aspectos de Seriedad, Servicio y Estabilidad en la oferta.

II.- CONCENTRADO DE NARANJA

1.- Proveedores actuales

Todos se abastecen normalmente desde Sao Paulo, de cuatro a cinco grandes grupos, los que aparte de darles un precio conveniente, ofrece servicios tales como:

- Diseño y preparación de productos a la medida
- Asistencia técnica ante problemas, invitándolos a trabajar en sus laboratorios
- Información de nuevos productos en otros países
"Les permite conocer las novedades"
- Comunicación fácil y periódica

2.- Brasil como exportador

a.- Lo ven como el gran productor mundial de concentrado de naranja.

"Lo impulsaron los mismos empresarios de Florida, producen tres veces más que en USA"
"Va a Europa con barcos tanques de concentrado"

b.- Tiene prestigio exportador, son profesionales y se preocupan del negocio a largo plazo.

"Nunca dejan botados a los clientes"

"Se preocupan del largo plazo"

c.- Son grandes trasnacionales que venden en todo el mundo.

"Están en Brasil, podrían estar en cualquier país"

d.- Encuentran que tiene una calidad cercana a la de Florida, a un precio significativamente inferior.

e.- Permite aprovechar fletes de retorno, con despacho de fruta fresca desde Chile.

3.- Otros países abastecedores

Han hecho pruebas con Argentina, Uruguay, pero no han podido mantener una relación continua, porque:

a.- No respetan los contratos cuando varían los precios

b.- El sabor del jugo argentino ha sido muy irregular

c.- Si varían los precios, tratan de renegociar las condiciones.

4.- Recepción de las importaciones

Todos los traen en camiones, con containers refrigerados, desde Sao Paulo.

En Chile, los que no tienen bodegas de frío, tienen que arrendar , a un costo de US\$1 por Ton/día, lo que encuentran costoso.

5.- Participación del jugo de naranja en la venta total de jugos

Va desde un mínimo de 40% en los casos de VITAL y WATTS, que cuentan con una importante participación de jugos nacionales, en especial damasco, hasta un 70% para el caso de SOPROLE.

6.- Características técnicas exigidas

Dicen trabajar en una relación Concentrado/Jugo de 1 a 14 hasta 1 a 15.

Brix:	65% mínimo
pH:	3,4 a 3,8
Acidez:	4,35 - 5,50
(A. cítrico)	
Brix/Acidez:	12,0 - 16,5
Fibra/Pulpa:	5 - 8%

Se almacena idealmente a -15 a -18 grados Celsius

7.- Concentrado aséptico

Conocen algunas experiencias israelitas, las que estarían aún en etapa de desarrollo. Por el momento hay serios problemas organolépticos.

8.- Cómo diferenciarse en concentrado de naranja

Aparte de los aspectos de calidad ya vistos, algunos sugieren el agregar aromas especiales, para diferenciarse en Chile.

III.- JUGO DE PIÑA

1.- Abastecimiento actual

Se han presentado las dos situaciones siguientes:

a.- Aparición del jugo de piña aséptico

Sudáfrica y Tailandia ofrecen este tipo de jugo, que permite ahorros significativos de frío y mejoras organolépticas. Esto significó el desplazamiento del concentrado congelado de Brasil, quien aún no ofrece esta tecnología.

Brasil ofrecía inicialmente la piña en cubos, con poco sabor y con calidad irregular, por lo que debían emplear saborizantes artificiales.

Thailandia y Sudáfrica enviaban inicialmente los cubos de piña sin el centro fibroso, con una calidad superior a la de Brasil.

Ven al congelado como algo del pasado, no tienen interés en volver a usarlo, salvo precios sustancialmente menores que los asépticos.

b.- Mala cosecha 1994 en Sudáfrica, exceso de calor

Este "sunburn" fue bien aprovechado por Thailandia, que le significó abastecer sobre el 70 % del mercado este primer semestre.

A pesar de su mala cosecha, reconocen los esfuerzos sudafricanos por cumplir los contratos, para no ser desplazados en el futuro. Para muchos, el sudafricano es el mejor jugo del punto de vista organoléptico.

c.- En menor escala, señalan la incertidumbre política en Sudáfrica, que les ha motivado a buscar otros proveedores

Han probado los concentrados de Israel, de buena calidad y homogéneos, pero de precio superior al Thai. Hay ahora algunas pruebas con la piña de Ecuador, como experiencia.

2.- Participación de la Piña en ventas de jugos

Declaran vender del 15 al 20% de piña, dentro del total de jugos (Incluye jugos de uva, manzana, damasco, durazno)

3.- Características técnicas

Brix: 60 %

Relación Concentrado/Jugo: 1 a 19

4.- Nuevos productos en Piña

Watts lanzó al mercado un concentrado en bolsa (sachet), de pulpa de piña, vendiendo más que el jugo en caja tetra. Piensan relanzarlo en la próxima temporada.

IV.- CAMBIO DE PROVEEDORES

Hay una barrera inicial al cambio representada por el "cambio de standards" que crea problemas con Producción. Piensan que hay acostumbramiento a sabores determinados; los nuevos concentrados pueden significar problemas.

Aparte del Precio, los elementos mínimos que requieren:

- Garantizar una calidad homogénea, certificada responsablemente.
- Sean grandes productores, traders de prestigio, que aseguren Calidad, Permanencia y la ya señalada Homogeneidad

"Las cooperativas agrícolas normalmente son pequeñas y no pueden homogeneizar"

- Respeto a los contratos de Largo Plazo.

Proceso de entrada:

Los nuevos oferentes deben pasar la etapa de especificaciones técnicas y valores referenciales. Después viene el envío de muestras.

Forma de operación:

Estas empresas trabajan todo en Cobranza, no aceptan Cartas de Crédito, ya que estiman que tienen suficiente prestigio y de hecho los brasileños lo aceptan.

V.- EFECTOS ESPERADOS DEL PROYECTO DE LEY SOBRE JUGOS

Esperan que en los próximos meses se publique una ley que norma las indicaciones de lo que se entiende por diferentes tipos de jugos. Este proyecto ya tiene dos años de trámite.

Actualmente el mercado se reparte como sigue: —

Jugos en base a polvos	500 millones Lts/año
Jugos de concentr. frutas	50 millones Lts/año

Se establecerán las apelaciones:

Jugos de Frutas (10 brix en vez de 5 actuales)

Néctar de Frutas

Refrescos en base a polvos (Zuko, Tang, etc.)

A pesar que en general reconocen la buena calidad de los polvos saborizantes (Zuko y Tang son de gran prestigio), esperan un desplazamiento desde los Refrescos a los Néctares y Jugos, por dos razones:

a.- Toma de conciencia en el público de la diferencia entre lo artificial y natural.

b.- Crecimiento del ingreso en los grupos medios y bajos, normalmente lleva a buscar productos de mejor calidad.

Algunos piensan que de realmente crecer el mercado de jugos en la categoría Top, probarían con el concentrado de Bolivia, para contar con un producto líder.

VI.- BOLIVIA COMO ALTERNATIVA

1.- Imagen como país

En general tienen la visión de un país tecnológicamente muy atrasado, lo que les genera dudas en la parte técnica, aparte de la poca experiencia que puedan tener en el rubro.

"¿Estarán preparados para trabajar los jugos como commodities, asegurando entregas a largo plazo?"

Pero más de la mitad de los entrevistados reconocen que saben muy poco de Bolivia, no tienen mayor información. Los que si lo han conocido, tienen experiencias mezcladas: los que han trabajado en Aceites, reiteran su gran desconfianza a los controles de calidad que emplean.

"No pagaría antes de haber revisado todo el despacho; no tienen controles de calidad"

En cambio, con el café en grano han tenido buenas experiencias, con gente seria.

"Mucho más serios que los argentinos"

Sin embargo, si se les diesen garantías de seriedad técnica y comercial, así como un descuento interesante sobre el precio de mercado, la mayoría estarían interesados en efectuar contratos de prueba, para pensar en negocios de largo plazo.

"Si las muestras son de buena calidad y el descuento en precio atractivo, haríamos las pruebas"

"Un precio de US\$ 1.300 CIF Stgo. en vez de US\$ 1.500, en naranja, es bueno"

2.- Aspectos tecnológicos

Consideran que hay mucha tecnología incorporada en los concentrados, tanto en la recuperación de aromas como en la mantención de colores. Dudan que Bolivia la pueda tener.

Algunos de los entrevistados proponen un joint venture con grandes consorcios internacionales, lo que proveería del fuerte respaldo que requieren.

Señalan que no bastan los controles de pH y grado Brix; deben asegurarse de la estabilidad y sanidad del producto de larga vida.

"Debiera conocer su capacidad instalada, ver su nivel técnico"

3.- Distancias

Varios ejecutivos piensan que podrían producirse ahorros de fletes desde Santa Cruz, en vez de Sao Paulo, siempre que hayan fletes de retorno. A otros les preocupa la calidad de los caminos, cuanto se cortan en la época de las lluvias. Para ellos la ruta Sao Paulo / Santiago es larga pero muy buena; además está la alternativa por barco desde Santos.

4.- Stock en Chile

Se les planteó la posibilidad que hubiese un almacén franco en Iquique (1.500 kms. al norte de Santiago) por cuenta del exportador boliviano, para facilitar los pedidos.

Hubo un interés limitado por esta opción, ya que ellos reciben sus pedidos mensualmente, a lo más cada dos meses, por lo que están ya organizados. Ven sin embargo un ahorro en frío que puede ser atractivo. En resumen, dependerá de que pasa con el precio final.

Suponen que podría ser más atractivo para los pequeños elaboradores, que efectúan dos o tres importaciones al año.

VII.- OTROS PAISES

1.- PERU

Los que habían trabajado, en piña o naranja peruanas, no quieren volver a hacerlo, por la falta de homogeneidad de su producción, con grandes variaciones de calidad.

2.- ARGENTINA

Hay una generalizada desconfianza por:

- Poca seriedad en precios y calidades
- No respetar acuerdos

"Los brasileños nunca nos dejan botados; los argentinos siempre renegocian"

3.- USA - Florida

Cotizan allí en forma referencial, ya que aunque es de muy buena calidad, quedan fuera por precios.

VIII.- ACEITES ESENCIALES

Es para ellos un insumo importante, pero de volumen muy poco significativo, ya que lo usan sólo para reforzamiento. En general se abastecen de los grandes productores americanos y europeos.

Podría haber aquí una ventaja de parte de un productor pequeño, preparando aromas de acuerdo a los requerimientos locales. Actualmente hay que adaptarse a lo que se ofrece internacionalmente; en Chile habría una preferencia por aromas más dulces que en el mercado internacional.

PEQUEÑOS CONSUMIDORES DE CONCENTRADOS

I.- ELABORADORES DE JUGOS CONCENTRADOS A PUBLICO

1.- Empresas entrevistadas

Frutos del Huerto (Keriko) y BYT (Frugo). La primera importa proteína de fruta deshidratada, en vez de concentrado congelado. La segunda, trabaja con pulpas congeladas.

2.- Importaciones y proveedores

a.- Deshidratados:

Los deshidratados provienen de Alemania y Suiza, evitando la importación en tambores congelados, que les resulta más costoso, dado su volumen. Aseguran tener un producto final similar al del congelado.

Evalúan como muy tecnológicos y serios a sus proveedores, los que será difícil de sustituir por empresas sudamericanas.

b.- Congelados

Trabajan todo con congelado, tanto Naranja como Piña, recibendolos en tambores vía terrestre desde Brasil. Debido a la cantidad que compran, no se justifica operar en Sudáfrica o Thailandia.

3.- Criterios de elección de proveedores

Precio competitivo y standards según las normas. Están concientes que dado sus volúmenes, no pueden exigir mucho en servicio.

Los compradores de congelado están abiertos a otros productores, ya que los compromisos son de temporada a temporada. Prueban constantemente nuevos productos, pocos de los cuales pasan los controles de calidad.

Para el caso de la naranja, realizan además tests sensoriales, ya que el consumidor chileno preferiría un mayor grado de acidez que en otros países.

4.- Relación con los proveedores

Para el caso de los brasileños, los evalúan como muy serios y profesionales, sin problemas de entrega o de variación de calidad.

"... tratando a todos sus clientes por igual, sin importar si es pequeño o grande".

5.- Imagen de Bolivia

Tienen una imagen común sobre este país, caracterizada por:

- Muy poca tecnología
- Mercado pequeño y atrasado
- Pueden tener buena materia prima, pero sin desarrollo. No tienen imagen de elaborar esa materia prima.

" El comercio está muy atrasado, aún se comercializa en la calle, a todo sol, sobre paños en el suelo"

" Es otro mundo; pregunté por sacarina y no la conocían... "

Pero si ofreciera responsablemente una calidad asegurada, a un buen precio, no habría problema en comprar concentrado congelado.

Aceites esenciales

Compran en Chile, de Floramatic, Cramer, Roche. Insisten mucho en la calidad; no visualizan que venga de Bolivia.

II.- CONSERVERAS DE FRUTA

1.- Empresas entrevistadas

Agroindustrial Wasil y Conservera Pentzke, que están entre las cinco mayores del país. Trabajan esencialmente con fruta nacional, importando sólo piña, en distintos cortes.

Para ellas, la piña representa entre el 10 al 15% de sus ventas.

2.- Proveedores

Sudafrica y Thailandia son los proveedores comunes de ambas empresas. Destacan la larga relación que han mantenido, con excelente calidad y precios razonables.

Las ven como empresas muy tecnificadas, con calidad pareja. Cortes especiales, aparte de las rodajas, son difíciles y exigen equipamiento de calidad.

La compran en conserva y no congelada, por los costos. Latas de tres kilos, en cajas de 6 unidades.

"Hay muchos países que producen piña, como Brasil, Ecuador o México, pero no es firme, se deshace..."

"Viene en conserva y acá se vuelve a hacer conserva; entonces es cuando se deshace..."

"No es cosa de cortarla a mano, hay que implementar tecnología"

3.- Nuevos proveedores

Reciben regularmente información y ofertas con muestras, pero no tienen seguridad que la calidad sea permanente. Aunque el precio sea muy atractivo, quieren conocer primero al proveedor y su seriedad.

Esta seriedad la refieren a:

- Producto homogéneo
- Controles de calidad
- Plazos de entrega

4.- Jugos concentrados

Están tratando de vender pulpa hacia otros países, para producir allá jugos concentrados, en México especialmente. Confían en llegar a un joint venture, pero quieren ir de a poco.

" Si Bolivia va a producir jugos concentrados, tiene que tener tecnología y años de experienciay costalazos que cuestan carísimo..."

5.- Imagen de Bolivia

Es más ubicada como comprador de conservas chilenas, en donde han demostrado gran seriedad; incluso trabajan en Cobranza y no con Cartas de Crédito.

En cuanto productores industriales, los ven con una agroindustria muy atrasada, con gran necesidad de incorporar nuevas tecnologías.

Mencionan importaciones de palmitos en tarro, que tuvieron problemas con el sellado; además no cumplieron con los plazos de entrega.

Uno de los conserveros se interesaría en realizar un joint venture en Bolivia, en donde él aportaría la tecnología, la asesoría comercial y la imagen de marca (Wasil).

III.- REPOSTERIA - PASTERIA

1.- Empresas entrevistadas

Pastelería Mozart y Pastelería Strindberg, de las cinco más grandes en Santiago. Ellas no utilizan los jugos concentrados, sino la fruta en conserva, como relleno de tortas y pasteles.

Del volumen total de conservas empleado, la piña representa el 70%.

Usan muy poco la naranja, están incorporándola en algunos productos, para los que usan la tipo mandarina europea.

2.- Proveedores

Por el volumen que usan, no importan directamente sino que compran a distribuidores locales. La piña principalmente es la sudafricana, que les da mayor garantía de calidad, aunque también usan la de Thailandia.

Han habido problemas con esta última, por lo disparateo del tamaño de las rodajas. Es más dulce que la sudafricana, pero les complica la variación en la rodaja.

La compran en tarros de un galón, embalados en cajas de 6 unidades.

3.- Criterios para elegir los proveedores

Hacen una mezcla de Calidad pareja y buen Precio, junto a un cumplimiento riguroso en las entregas.

"Somos conservadores y siempre compramos la sudafricana; la thailandesa es de buena calidad, pero no uniforme"

"Si el producto no llega, anulamos la compra y vamos a un Supermercado, aunque aumente los costos"

Al cambiar de marca se les producen problemas para mantener la calidad, por lo que son recelosos a nuevas ofertas.

"Los importadores por competir traen marcas de menor precio pero de menor calidad"

4.- Imagen de Bolivia

Uno de los entrevistados trabajó el palmito boliviano, lo que fue una mala experiencia, ya que no venía calibrado ni de la misma madurez.

"Unos tiernos, otros leñosos... "

Ambos ven a las empresas bolivianas bastante subdesarrolladas técnicamente, con muy malas condiciones higiénicas, por lo que piensan que eso debe traspasarse a las industrias.

"No puede haber una brecha muy grande entre la realidad del ambiente y la de las industrias... "

EVOLUCION DEL MERCADO DE IMPORTACION JUGOS CONCENTRADOS

NARANJA CONGELADA

Ha crecido 61% en volumen entre 1992 y 1994. En los primeros meses de 1995 prácticamente iguala a todo 1994.

Brasil es el gran exportador, permanentemente provee sobre el 90% del abastecimiento.

Se observan experiencias con diversos otros países, que no han continuado.

PIÑA ASEPTICA

Se ha duplicado el volumen entre 1992 y 1994. En el primer semestre del '95 ya supera al total de 1994.

Brasil con su piña congelada, quedó desplazado por la oferta de piña aséptica.

El principal oferente actual es Tailandia, quien además se ha beneficiado de los problemas climáticos de Sudáfrica (Calores excesivos en última cosecha).

FUENTES DE INFORMACION

- Registro de información Banco Central.
- Cámara de comercio de Santiago.

IMPORTACIONES DE NARANJA Y PIÑA

	1992		1993		1994		1995 - 1ER. SEMESTRE	
	TON. NETAS	US\$ MILES OF	TON. NETAS	US\$ MILES OF	TON. NETAS	US\$ MILES OF	TON. NETAS	US\$ MILES OF
NARANJA CONGELADA	926	1.565	1.144	1.435	1.493	2.062	1.526	2.287
NO CONGELADA	25	50	23	62	81	400	40	274
LIQUIDA	22		19		41	64	14	
POLVO	3		4		40	336	26	
PIÑA	412	668	551	658	820	821	913	1.015

Cuadro Nº 2
IMPORTACION POR PAISES - NARANJA CONGELADA
TON. NETAS

	1992		1993		1994		1995 1ER. SEM.	
	TON. NETAS	%	TON. NETAS	%	TON. NETAS	%	TON. NETAS	%
BRASIL	898	97,0	1.088	95,1	1.439	96,4	1.387	90,9
URUGUAY	20	2,1	0		20	1,3	0	
USA	0		21	1,8	19	1,3	13	0,8
ARGENTINA	0				0		122	0,8
OTROS	8	0,9	35	3,1	15	1,0	4	0,3
TOTAL	926	100%	1.144	100%	1.493	100%	1.526	100%

**IMPORTACION POR PAISES - NARANJA NO CONGELADA
LIQUIDA - TON. NETAS**

	1992	1993	1994	1995 - 1er. Sem.
USA	9	0	27	7
ISRAEL	13	0	0	0
ARGENTINA	0	18	0	5
ALEMANIA	0	0	11	0
OTROS	0	1	3	2
TOTAL	22	19	41	14

**Cuadro Nº 4
IMPORTACION POR PAISES - PIÑA ASEPTICA
TON. NETAS**

	1992	%	1993	%	1994	%	1995 - 1er. Sem.	%
BRASIL	135	32,8	288	52,3	343	41,8	18	2,0
PERU	161	39,1	23	4,1	0		46	5,0
SUDAFRICA	116	28,1	168	30,6	206	25,1	168	18,4
THAILANDIA	0		48	8,7	146	17,8	665	72,8
VENEZUELA	0		20	3,6	0		0	
MEXICO	0		0		82	10,0	3	0,3
OTROS	0		4	0,7	43	5,3	13	1,5
TOTAL	412	100%	551	100%	820	100%	913	100%

Cuadro Nº 5
CUADRO DE IMPORTADORES
JUGOS CONCENTRADOS - TON. NETAS

1994		
NARANJA CONGELADA	Ton. Netas	%
SOPROLE	703	47,1
WATTS	408	27,3
VITAL	171	11,4
LONCOLECHE	113	7,6
SAVORY	57	3,8
OTROS	42	2,8
TOTAL	1.493	100%

PIÑA ASEPTICA	Ton. Netas	%
SOPROLE	343	41,8
VITAL	220	26,8
WATTS	112	13,7
LONCOLECHE	56	6,8
LECHERA DEL SUR	45	5,5
OTROS	44	5,4
TOTAL	820	100%

Cuadro Nº 6
MERCADO DE IMPORTACION
JUGOS LIQUIDOS 1994

	TON. NETAS	%	US \$MILES - CIF	%
NARANJA CONGELADA	1.493	63,5	2.062	70,0
NARANJA NO CONGELADA LIQUIDA	41	1,7	64	2,2
PIÑA ASEPTICA	820	34,8	821	27,8
TOTAL	2.354	100%	2.947	100%

Cuadro Nº 7
IMPORTACION DE FRUTA FRESCA

	TON. NETAS	US\$ MILES CIF	US \$ %
PLATANOS	147.950	33.775	97,26
PIÑAS	2.757	847	2,44
SANDIAS	367	38	0,11
GUAYABAS MANGOS	11	14	0,04
OTROS	26	52	0,15
TOTAL	151.111	34.726	100%

Cuadro Nº 8
IMPORTACION POR PAISES
FRUTA FRESCA
% US \$ MILES

PLATANOS	%	PIÑAS	%
ECUADOR	92,7	BRASIL	98,4
BRASIL	6,1	PANAMA	1,0
PERU	1,2	PERU	0,4
		BOLIVIA	0,2
TOTAL	100%	TOTAL	100%

Cuadro Nº 9
PARTICIPACION EN LA IMPORTACION DE FRUTAS
US \$ MILES 1994

		%
FRUTA FRESCA	34.726	92,2
JUGOS DE FRUTA	2.947	7,8
TOTAL	37.673	100%

LISTADO DE ENTREVISTADOS

GRANDES CONSUMIDORES

1.- LONCOLECHE

Santa Lucía 212 - 2º piso - Santiago

Tel. 639 48 42

GERENTE DE DESARROLLO - SR. FERNANDO BARAÑO

SUBGERENTE DE DESARROLLO - SR. RAMON ANDREU

2.- SAVORY/NESTLE/ CHAMONIX

Roger de Flor 2800

Tel. 233 30 30

JEFE DE ABASTECIMIENTOS - SR. CESAR GONZALEZ

3.- SOPROLE

Diagonal Santa Elena 2605 - Santiago

Tel. 552 84 99

GERENTE COMERCIAL - SR. CRISTIAN RODRIGUEZ

JEFE DE DESARROLLO - SR. VICTOR PASTEN

4.- VITAL

Américo Vespucio Sur 1651 - Pudahuel

Tel. 601 95 24

GERENTE DE PRODUCCION - Sr. CESAR VARGAS

5.- WATTS

Camino a Lonquén 1-B - Cerrillos

Tel. 535 15 02

EX GERENTE COMERCIAL - SR. SERGIO SEPULVEDA

SUBGERENTE DE ABASTECIMIENTO - SR. EMILIO ALVARADO

PEQUEÑOS CONSUMIDORES

1.- AGROINDUSTRIAL WASIL

Américo Vespucio 1361 - Quilicura

Tel. 603 20 58

GERENTE OPERACIONES - SR. PATRICIO MILLET

2.- BYT - FRUGO

Apoquindo 4081 - Santiago

Tel. 228 37 82

SUBGERENTE GENERAL - CRISTIAN YAVAR W.

3.- CONSERVERA PENTZKE

El Bosque Sur 1180 - Providencia

Tel 274 19 07

JEFE COMERCIO EXTERIOR - SR. JAVIER CALLEJA

4.- FRUTOS DEL HUERTO - KERIKO

Coronel Souper 4158 - Santiago

Tel. 779 79 01

GERENTE SABORES CONCENTRADOS - SR. HECTOR FEBRERO

5.- PASTELERIA MOZART

Pedro de Valdivia 2059 - Santiago

Tel. 209 18 80

ADMINISTRADORA - SRA. ISABEL ARAVENA

6.- PASTELERIA STRINDBERG

Walker Martínez 3042 - La Florida

Tel. 285 42 52

JEFE DE ADQUISICIONES - SR. ARTURO MARTINEZ

RESUMEN Y CONCLUSIONES

1.- El mercado de importación de jugos concentrados en Chile, de naranja y piña, es pequeño, pero creciendo rápidamente. Naranja representa algo más de los dos tercios del total.

2.- Los importadores están muy concentrados; cuatro empresas controlan más del 90% de la importación. Ellos son grandes grupos empresariales, del área láctea y de bebidas, con muy buenas redes de distribución nacionales.

3.- El concentrado de naranja proviene fundamentalmente de Brasil, normalmente abastece sobre el 90%. Hay constantemente ensayos con otros países, que no perduran.

4.- El concentrado de Piña, actualmente llega de Sudáfrica y Thailandia ; Brasil quedó desplazado por el cambio tecnológico. También hay constantemente ensayos con otros países, que no se han consolidado.

5.- Los usuarios de concentrados, tanto los grandes como los medianos y pequeños, coinciden en:

- Preocupación por contar con una oferta homogénea y estable.
- Que su calidad les de tranquilidad en mantener los standards de producción.
- Contar con muy buenos precios, pero sin sacrificar lo anterior.

Para ello, les interesan interlocutores serios, conocidos y que tengan gran tecnología., para hacer negocios perdurables.

6.- Los elaboradores de jugos esperan un fuerte incremento de la demanda por jugos naturales al modificarse el sistema legal de apelación de los jugos , en especial por una toma de conciencia en los consumidores de las diferencias con los refrescos en polvo.

7.- Los grupos brasileños exportadores de concentrado de naranja tiene una muy buena imagen de seriedad y tecnología, atendiendo bien a compradores grandes y pequeños.

Los puntos b y c están claramente satisfechos por los actuales abastecedores del mercado, por lo que son sólo condiciones necesarias pero no diferenciadoras. El precio atractivo es la variable adicional para lograr entrar a este mercado.