



UNR Universidad
Nacional de Rosario

FACULTAD DE CIENCIA POLITICA Y RELACIONES INTERNACIONALES.

CICLO DE COMPLEMENTACION CURRICULAR DE LICENCIATURA EN GESTION DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES.

**PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACION DE OLEINA
PARA ALIMENTACION PORCINA A LA REPUBLICA DE
CHILE.**

DIRECTOR TIF: LIC. OSVALDO MUSTO

FRANCISCO NOEL.

Septiembre 2023, Rosario.

INDICE:

Resumen ejecutivo	4
Marco conceptual	6
Descripción de la empresa	8
Descripción del negocio	10
Misión	10
Visión	10
Objetivos	10
Valores	11
Santa Fe Aceites en el mercado internacional	11
Estrategia de ingreso al mercado chileno	11
Descripción del producto	12
Proceso productivo: oleaginosas	17
Análisis del mercado chileno: oleínas vegetales destinadas al sector porcino	20
Importancia de la oleína vegetal en la alimentación animal	25
Demanda potencial aproximada de oleína vegetal en la República de Chile	28
Descripción país	30
Evolución del comercio exterior de Chile durante el año 2021 y 1º semestre 2022	33
Productos del comercio bilateral Chile – Argentina 2022 (en millones de dólares)	34
Cultura de negocios en la República de Chile	35
Cámaras de Comercio y Consulado de la República Argentina en la República de Chile	37
Promoción de la oleína vegetal en la República de Chile	39

Análisis FODA de la exportación	41
Logística y Transporte Internacional	42
Envase y embalaje	43
Empresa transportista: Transmodal	43
Documentación utilizada en el transporte internacional carretero	44
Medio de pago: Orden de pago internacional	45
Costos y precios de exportación: en dólares estadounidenses	46
Costos de producción	46
Gastos de exportación	46
Gastos de administración, comercialización y financieros	47
Beneficios cuya base de cálculo no está relacionada con el precio FOB	47
Utilidad (importe fijo por unidad de cotización, neto del impuesto a las ganancias)	48
Costo total de pre – exportación	48
Gastos de exportación cuya base de cálculo es el precio FOB	48
Beneficios a las exportaciones cuya base de cálculo es el precio FOB	48
Utilidad	49
Precio FOB	49
Flete internacional	49
Seguro internacional	49
Precio CIP	50
Análisis de la inversión	50
Trámites previos a la exportación	50

Valorización, documentación y aranceles para importar en la República de Chile	54
Certificado de origen: Cámara de Comercio Exterior de Rosario	56
Conclusión	58
Referencias bibliográficas	60

RESUMEN EJECUTIVO

Santa fe aceites S.R.L es una empresa familiar fundada en el año 2009. La planta se encuentra ubicada en una zona industrial, dentro de la ciudad de Capitán Bermúdez, provincia de Santa Fe. Cuenta con una capacidad de producción de 5000 toneladas mensuales de oleína vegetal y ocupa un predio de 2 hectáreas. La actividad principal es el acondicionamiento y recuperación de subproductos orgánicos (aceites, borras, gomas) generados, mayormente, por la industria aceitera, los cuales son destinados a la producción sustentable de oleínas vegetales. Originalmente, la producción se planteó para satisfacer al mercado interno, pero ante la creciente demanda internacional, en 2013, comenzaron a concretar operaciones de exportación a Francia, Inglaterra, Holanda, España y Alemania.

La **oleína vegetal** es un producto utilizado como ingrediente en la formulación de alimentos balanceados. Son ácidos grasos vegetales obtenidos a partir de subproductos del procesamiento y/o refinado de aceites vegetales (aceite de girasol, soja, maíz, maní). Este producto se obtiene mediante un proceso catalizado por ácido en el que la separación de la materia grasa, proveniente de las borras de neutralización y/o gomas, se lleva a cabo debido a la neutralización/hidrólisis de los componentes que generan la emulsión de las materias primas. Las oleínas contribuyen a brindar valor energético al alimento balanceado, siendo una importante fuente de ácido linoleico. Alimento apto para consumo animal.

Se pretende incorporar en el mercado de la República de Chile la oleína vegetal producida por Santa Fe Aceites SRL, para poder dirigirla a las industrias productoras de piensos o alimentos balanceados porcinos, como así también, a los productores de cerdos.

Si bien la empresa ya exporta a países europeos, como ya se ha mencionado, se detecta la posibilidad de comercializar la oleína vegetal a la República de Chile. Se determina que el mercado chileno exhibe características propicias para la incorporación de la misma. Otro factor, no menos importante, es la ausencia de barreras comerciales, ya que, en virtud al Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 35 celebrado en marco Mercosur – República de Chile, la tarifa arancelaria es cero. A continuación, se detallan las principales características comerciales que ofrece el mercado chileno:

De las importaciones de oleína de la República de Chile, la República Argentina representa el 75% de las mismas. De acuerdo a datos recopilados de la fuente TradeMap, se concluye que dentro de los grandes exportadores de oleína a nivel mundial las dos más importantes son: la República de Indonesia y la Federación de Malasia, representando un 60% de las mismas. La República Argentina se posiciona como número uno en exportaciones de oleínas dentro del Continente Americano, seguido por Estados Unidos de América. La República del Perú y la República Federativa de Brasil registran exportaciones, pero no son relevantes cuando se las compara con las de la República Argentina. Estas estadísticas dan cuenta de la superioridad de la República Argentina al ser el mayor productor y exportador de la región, como así también, contar con la ventaja comparativa de cercanía con la República de Chile, ya que, separan a ambos países aproximadamente 1.300 km.¹

El grado de apertura comercial que posee la República de Chile y su crecimiento constante en la producción de carne porcina. Como parte de su política comercial, la República de Chile es un país que promueve el libre comercio y constantemente está buscando actualizar y concretar acuerdos comerciales con otros países y bloques. Posee la red de Tratados de Libre Comercio más poderosa del mundo. Los 30 tratados, con 65 economías, equivalen al 88% del PIB mundial, brindando acceso, en condiciones preferenciales, al 65% de la población mundial. De acuerdo a datos de la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales (SUBREI) y el Banco Central, solo durante 2021, el intercambio comercial de Chile se elevó hasta los US\$ 186.548 millones, incrementándose un 41% en comparación con 2020. La producción porcina chilena se distribuye principalmente en la zona centro del país, concentrándose en 3 regiones (Metropolitana, O'Higgins y el Maule) el 90% de la producción. Si nos referimos a la exportación, la industria porcina se encuentra en el cuarto puesto del sector exportador de alimentos chileno, representando 1300 millones de dólares en 2020, siendo la carne porcina responsable del 60% del total exportado.

También se destaca la **fuerte demanda asiática de carne porcina chilena**. Los destinos de exportación se concentran de la siguiente manera: casi el 90% del total de los envíos se van a Asia, principalmente a China (65% del valor total) mientras que Japón (14%) y Corea (13%).

¹ Los kilómetros que se toman como referencia corresponden a la distancia que separan a la Ciudad de Rosario (ARG) con la Ciudad de Santiago de Chile (CHI).

En cuanto a la estrategia de ingreso al mercado chileno se propone realizarla mediante una empresa trading radicada en República de Chile, en la región de O'Higgins, llamada Graneles de Chile SA. Al ser una empresa con experiencia en el rubro va a servir de canal de distribución para la materia prima exportada. Otro factor importante es su ubicación, ya que se encuentra ubicada en una zona estratégica donde, como ya se mencionó, la producción porcina se concentra allí. Se recomienda esta extensión del producto mediante una trading, ya que, al ser la primera exportación a la República de Chile, no se cuenta con la suficiente experiencia. Esta condición puede ser reemplazada en un futuro si es que el negocio funciona y las condiciones se dan favorables para Santa Fe Aceites SA. Con el correr del tiempo se pueden concretar vínculos directos con las empresas productoras de alimentos balanceados de cerdos o con los mismos productores porcinos.

La oleína que ofrece Santa Fe Aceites SA cumple con los más exigentes estándares y certificaciones internacionales, con lo cual **no requiere de ningún tipo de adaptación** para su ingreso al mercado chileno.

MARCO CONCEPTUAL

Es necesario plantear ciertos interrogantes para encuadrar el objetivo del presente trabajo dentro de un marco de referencias teóricas. Primeramente, abordar sobre ¿Qué significa internacionalizar una empresa? Y, ¿Qué se entiende por exportar? Luego se propone dar respuesta a ¿Qué es un plan de negocios? Y, ¿Qué beneficios le proporciona a una empresa que lleva a cabo su implementación?

A lo largo de la historia, las relaciones entre los distintos países han ido mutando, adaptándose a los cambios que iban aconteciendo dentro del sistema internacional con la finalidad de incrementar su influencia dentro del mismo. En la actualidad los países del globo se encuentran inmersos en un constante dinamismo fruto de la globalización², donde los países con mayor poderío ejercen su influencia hacia el resto. Nos dirigimos a una época en la que caerán las barreras internacionales al comercio y la inversión; las distancias se acortarán gracias a los avances en la tecnología del transporte y de las telecomunicaciones; en que las culturas materiales comenzarán a

² Según el Fondo Monetario Internacional se entiende por Globalización a la integración de las economías y las sociedades a medida que caen las barreras para la circulación de ideas, personas, servicios y capitales. (FMI; 2002)

asemejarse en todo el mundo, y las economías nacionales se fundirán en un sistema económico mundial integrado e interdependiente (Hills; 2011). La globalización de la vida económica internacional afecta a las empresas de manera directa, les proporciona nuevas oportunidades de expansión en el exterior como así también posibilidades de diversificación en otros mercados geográficos, en un mundo con barreras comerciales decrecientes y con facilidades de comunicación extraordinarias (Canals; 1994). Por otro lado, también produce una importante puja competitiva ya que cuando una empresa decide internacionalizarse lo que busca es dirigirse a mercados geográficamente externos a su locación original, compitiendo así (o no) con nuevos empresarios del mercado extranjero. Los motivos por los que una empresa decide optar por esta opción son variados y depende de forma exclusiva de cada empresa, y del objetivo previamente planteado por la misma. Cabe destacar que internacionalizar una empresa no significa hacer dos o tres exportaciones esporádicas, sino más bien a consolidar una presencia recurrente por parte de la empresa en el exterior, es decir, iniciar, crear y desarrollar una unidad de negocio en un mercado internacional. (Negoincomex; 2019). El concepto de internacionalización de la empresa puede definirse como:

Una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, a través de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta gradualmente a las diferentes actividades de la cadena valor y a la estructura organizativa de la empresa, con un compromiso e implicación creciente de sus recursos y capacidades con el entorno internacional, y basado en un conocimiento aumentativo. (Villareal,2005, pp. 58)

El objetivo del proyecto que se plantea es exportar para aumentar las ventas y el volumen del negocio, como así también, ingresar al mercado chileno y ampliar la cobertura dentro del mismo. Se entiende por exportación a una operación comercial que involucra a un vendedor y un comprador ubicados en distintos países. Es decir, un acto de comercio donde el vendedor de un país remite un determinado bien, servicio o tecnología a un comprador ubicado en un país extranjero. Según el Código Aduanero Argentino la define de la siguiente manera: Exportación es la extracción de cualquier mercadería de un territorio aduanero. Territorio aduanero es todo el ámbito terrestre, acuático y aéreo sometido a la soberanía de la Nación Argentina, así como también

en los enclaves³ constituidos a su favor, en la que se aplica un mismo sistema arancelario y de prohibiciones de carácter económico a las importaciones y a las exportaciones (Código Aduanero Argentino; 1981)

Desde el preciso momento en el que una empresa decide iniciar su proceso de internacionalización es de vital importancia que la misma sea proyectada de la mejor manera posible, optimizando las oportunidades y reduciendo los riesgos que la misma genera. Es por ello que la mejor manera para llevarla adelante es a través de la elaboración de un plan de negocios, es decir, un documento o una guía a seguir que describa los objetivos de un emprendimiento y la acciones que deben darse para alcanzarlos. Este concepto es muy bien explicado por Enrique Fanjul, quien lo define como un plan de actuación para abordar y desarrollar la presencia de una empresa en los mercados internacionales, permitiéndole reflexionar y analizar sus capacidades, debilidades y necesidades de forma tal que podrá abordar su proceso de internacionalización no de una manera improvisada, sino con fundamentos sólidos que aumenten sus posibilidades del éxito. (Fanjul; 2017). Es decir que en la elaboración de un plan de negocios no se puede adjudicar el éxito del proyecto, sin embargo, es de vital importancia su implementación ya que disminuye el porcentaje de fracaso del mismo.

1. DESCRIPCION DE LA EMPRESA:

Santa Fe Aceites SRL es una empresa ubicada en la localidad de Capitán Bermúdez, Santa Fe, zona estratégica para el desempeño de sus actividades al contar en su cercanía con el cordón industrial más vasto del país.

Santa Fe Aceites SRL se fundó en el año 2009, de la mano de Hilario Glardón. Sus primeros pasos como empresario se iniciaron en el año 1993, en el rubro del saneamiento domiciliario. Con el correr del tiempo se orientó al saneamiento de las industrias aceiteras de la zona, y más precisamente, en año 2003, fue donde se aboco de manera total al ya mencionado rubro. Es por

³ Enclave es el ámbito sometido a la soberanía de otro Estado, en el cual, en virtud de un convenio internacional, se permite la aplicación de la legislación aduanera nacional. (Código Aduanero Argentino; 1981)

ello que a partir del año 2009 decidió fundar Santa Fe Aceites SRL, donde encontró la posibilidad de transformar los desechos industriales que recolectaban, en oleína vegetal.

La actividad principal de la empresa es la producción sustentable de oleínas vegetales y derivados de la industria aceitera. Además, cabe destacar que, desde hace 4 años, sumo a su abanico de servicios la recolección de residuos de aceite vegetal usado de establecimientos gastronómicos con el fin de reacondicionarlo, convertirlo en materia prima y comercializarlo para la producción de biocombustibles de segunda generación.

Santa Fe Aceites SRL está constituida por 32 empleados, de los cuales su Gerente general es Hilario Glardón, Shirli Cittadini como responsable de Finanzas, Sofia Kosik responsable de Recursos Humanos, Gustavo Nuñez responsable de Producción, Iván Toledo responsable de Almacenes y Carla Venturi como responsable de Ventas.

Cuenta con una flota de 19 camiones, 13 tractores con sus semirremolques tanques y 6 chasis. Casi el 65% de las empresas radicadas en el cordón industrial son clientes de Santa Fe Aceites, entre los principales se encuentran: Xplora, Renova, Buyatti, Synthron, Cargil, Unitecbio, LDC, Akzonobel, Bunge, Vicentin S.A.I.C, Cofco INTL, Congelados del Sur, Patagonia.

Capacidad de almacenamiento 3900 Tn. Capacidad de producción de materia prima 10000 Tn. Producción de oleína vegetal 5000 Tn.

En cuanto a redes sociales la empresa se encuentra de las siguientes maneras: Instagram: @reciclatuaceiteusado; Facebook: @reciclatuaceiteusadodecocina; YouTube: Reciclá tu Aceite Usado de Cocina.

Algunos pilares fundamentales de Santa fe Aceites:

PROXIMIDAD

Se ofrece a los clientes un trato personalizado, humano y cercano, sintonizando con sus necesidades y expectativas.

SUSTENTABILIDAD

Se hace un fuerte hincapié en el compromiso de elaborar nuestros productos generando, a la vez, impacto positivo en el medio ambiente y la sociedad.

INNOVACIÓN

Se propone, siempre, estar actualizados en conocimientos y herramientas tanto para la elaboración de nuestros productos, como para la capacitación de nuestro personal y la interacción con el cliente.



Fuente: web oficial de la empresa (<https://sfaceites.com.ar/>)

2. DESCRIPCION DEL NEGOCIO:

2.1 MISION:

Nuestro expertise y compromiso en una producción sustentable de oleínas vegetales y derivados de la industria aceitera, haciendo hincapié en su impacto en la sociedad y en el medio ambiente.

2.2 VISION:

Continuar creciendo en este negocio tanto local como internacionalmente, siempre desde de la innovación en el desarrollo de productos sustentables, así como en la capacitación y empoderamiento de nuestro personal y la proximidad con el cliente.

2.3 OBJETIVOS:

Mejorar la calidad e inmediatez de nuestros servicios haciendo hincapié en un desarrollo empresarial guiado por las buenas prácticas.

2.4 VALORES:

La educación ambiental, la interacción con nuestra comunidad y la responsabilidad empresarial son nuestros pilares para convivir en una forma más justa con nuestro planeta y la sociedad.

2.5 SANTA FE ACEITES EN EL MERCADO INTERNACIONAL:

El enfoque del plan de negocios se orienta en la búsqueda de nuevas oportunidades comerciales en la República de Chile. Actualmente Santa Fe Aceites SRL se encuentra en la búsqueda de nuevos mercados que le permitan llevar a cabo los objetivos previamente planteados. Como etapa inicial se decide llevar a cabo el proyecto enfocándolo en el país vecino, la República de Chile. Si bien la empresa ya exporta a países como Francia, Inglaterra, Holanda, España, Alemania, México, Sudáfrica, Malasia e India, Santa Fe Aceites SRL quiere enfocarse, además, en el hallazgo de nuevos mercados Sudamericanos.

En cuanto al producto en estudio, oleína vegetal, en primera instancia no necesita ser adaptada o modificada para el ingreso a los mercados chilenos, sin embargo, puede ocurrir que con el correr del tiempo, los clientes potenciales necesiten adaptar el producto a sus necesidades concretas, motivo por el cual Santa Fe Aceites SRL está preparada para dichas eventualidades ya que ofrece a sus clientes un trato personalizado, humano y cercano, sintonizando con sus necesidades y expectativas. Dicha oleína está certificada bajo el esquema de certificación GMP+ la cual define las condiciones relativas a instalaciones de producción, así como para actividades de almacenamiento, transporte, comercio y control. Este enfoque garantiza el control a lo largo de toda la cadena del producto conforme a los estándares más elevados.

En cuanto al talento profesional, Santa Fe Aceites SRL propone siempre estar actualizados en conocimientos y herramientas tanto para la elaboración de sus productos, como para la capacitación de su personal y la interacción con el cliente.

2.6 ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO CHILENO

En cuanto a la estrategia de ingreso al mercado chileno se propone realizarla mediante una empresa trading radicada en República de Chile llamada Graneles de Chile SA. Es una empresa

que se encarga de comprar materia prima y organizarla. Vende materias primas a las industrias que fabrican alimentos para animales, como así también, a los productores de cerdos. Además, la introducen en su propio holding orientándola a empresas que están organizadas para la fabricación de alimentos para la nutrición animal, es decir, una exportación indirecta donde la empresa trading funcione como un agente comercial que proporcione la venta, la promoción del producto, el almacenamiento y distribución del mismo.

Encargados Zonales

Zona Central: zonacentral@granelesdechile.com

Zona Sur: zonasur@granelesdechile.com

Oficina Central: Carretera Eduardo Frei Montalva 340, Of. 6, piso 4. Rancagua, Chile.

Tel: (+56)72 2333100

2.7 DESCRIPCION DEL PRODUCTO:

La Oleína es una materia prima utilizada principalmente para nutrición animal. Ácidos grasos vegetales obtenidos del procesamiento y/o refinado de aceites vegetales. Se utiliza en la producción de jabones, alimentación animal (crecimiento y engorde de animales) y en destilación para la obtención de componentes primarios.

2.7.1 Posición arancelaria

VI	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS O DE LAS INDUSTRIAS CONEXAS
38	PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS.
38.23	ACIDOS GRASOS MONOCARBOXILICOS INDUSTRIALES; ACIDOS GRASOS DEL REFINADO; ALCOHOLES GRASOS INDUSTRIALES.
3823.1	Ácidos grasos monocarboxilicos industriales, aceites ácidos del refinado:
3823.19	--Los demás
3823.19.90	Los demás
3823.19.90.000K	Los demás

Fuente: elaboración propia con datos del VUCE (ventanilla única de comercio exterior)

Los demás Los demás --Los demás -Ácidos grasos monocarboxílicos industriales; aceites ácidos del refinado: ÁCIDOS GRASOS MONOCARBOXÍLICOS INDUSTRIALES; ACEITES ÁCIDOS DEL REFINADO; ALCOHOLES GRASOS INDUSTRIALES. PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUÍMICAS.

2.7.2 Ficha técnica

ESPECIFICACION TECNICA Código SF-CCAL-ET-01

OLEINA VEGETAL - Feed Material GMP+ FSA Assured

Oleína vegetal Mezcla (Fatty Acids Mixture from Chemically Refining of Various Vegetable Oils) (código GMP+ 13031)

PRESENTACION: A granel transportado en camiones cisternas, isotanques, flexitanques en contenedores, o bodegas de buques tanques.

A- Información general

A.1- Descripción

Materia prima para nutrición animal. Ácidos grasos vegetales obtenidos del procesamiento y/o refinado de aceites vegetales. Durante el proceso se produce la separación de los triglicéridos de los ácidos grasos libres, provenientes de borras de neutralización y/o gomas, mediante hidrólisis con un catalizador ácido.

A.2- Origen

Sub-producto de la industria del aceite de girasol, soja, maíz, maní. El origen se puede acordar según requisitos del cliente.

A.3- Uso

Producto utilizado como ingrediente en la formulación de alimentos balanceados. Alimento apto para consumo animal.

A.4- Información nutricional

Las oleínas contribuyen a brindar valor energético al alimento balanceado, siendo una importante fuente de ácido graso linoleico.

A.5 - Vida útil

12 meses

A.6- Aditivos

No posee

A.7- Trazabilidad

Cada partida comercializada cuenta con la correspondiente información para el seguimiento de su trazabilidad: Identificación del producto, Fecha de elaboración, Fecha y Lugar de Despacho, Identificación del Transporte y Análisis de Calidad.

A.8- Almacenamiento

Este producto debe ser almacenado preferentemente en tanques de acero inoxidable o revestidos con resina epoxi. Los tanques deben estar limpios, libre de humedad y cerrados al exterior para evitar su oxidación.

A.9- Transporte

El producto puede ser transportado en camiones cisternas, isotanques, flexitanques, o bodegas. Los mismos deben estar debidamente higienizados y secos, con ausencia de olores, materias extrañas y plagas. El transporte debe realizarse en vehículos autorizados por la autoridad competente. Las condiciones de higiene externas deben ser adecuadas.

A.10- Legislación de referencia

APENDICE GMP BA1 – PRODUCT STANDARDS (Estándar de producto)

IDTF – International Database Feed Transport

Legislación Unión Europea sobre contaminantes: Resolución (UE) 396/2005, Anexo I Directiva 2002/32/EC Reglamentación (UE) 744/2012, Reglamentación (UE) 574/2011, Reglamentación (UE) 1275/2013, Reglamentación (UE) 2015/186.

B- Características del producto

B.1- Características sensoriales

Aspecto: Líquido viscoso

Color: Oscuro

Olor: Característico a aceite vegetal

B.2- Características físico-químicas

PARÁMETRO VALORES DE REFERENCIA TECNICA REFERENCIA

Acidez Libre (ácido Oleico) 45 – 70 % ISO 660

Acidez mineral Típico ND BS 684

Agua por Karl Fischer 0,5 – 2,0 % Ref. AOCS Ja 2b-87

Materia insoluble en Hexano 0,2 – 1,0 % ISO 663

Materia insaponificable 2,0 – 4,0 % ISO 3596

Jabones Típico ND IRAM 5599

Materia saponificable 94,0 – 96,0 % ISO 662 / ISO 663 / ISO 10539 / ISO 3596

Índice de yodo (Wijs) 110 - 120 ISO 3961

Fósforo 450 – 1500 ppm ISO 10540-1

Ácido Linoleico 45,0 – 54,0 % ISO 5508-5509

Nota: Los valores se pueden ajustar según requisito del cliente.

C- Contaminantes

El presente producto se elabora siguiendo medidas de control que garantizan que se encuentra libre de: Insectos, partículas extrañas de plástico, goma, piedra, metal, vidrio, madera y contaminantes químicos en valores superiores a la legislación de referencia y al estándar GMP+ BA1 que pueda adulterar el producto o representar un posible peligro para la salud de los animales, los consumidores o el medioambiente.

D- Compromiso de calidad

Santa Fe Aceites SRL certifica que el producto cumple con los requisitos establecidos en la presente especificación y con las exigencias de inocuidad e identificación comercial establecidas en el Contrato Comercial. Aseguramos que las materias primas que han dado origen al producto y el producto obtenido a partir de las mismas, no contienen ningún elemento o sustancia de naturaleza, física, química o microbiológica que constituya un peligro para la salud de los animales, los consumidores o el medioambiente.



Fuente: web oficial de la empresa (<https://Santa Fe Aceites SRLceites.com.ar/>)

E- Proceso productivo

Al enmarcarnos en el proceso productivo de la oleína es importante destacar el aporte energético que otorga a variadas especies y razas de animales, por la calidad de los ácidos grasos. El proceso productivo consiste en clasificar materia prima, almacenarla en distintos tanques, de acuerdo al tipo de sustancia que ingrese, y, dependiendo de la calidad de la materia prima, procesarla para obtener oleínas. La fabricación de oleínas consiste en el agregado de ácido sulfúrico a las borras de neutralización y su posterior separación física en fases. Para garantizar la inocuidad del producto, la Gerencia de la Empresa decidió encuadrar esta actividad bajo la norma GMP+ B2 “PRODUCTION OF FEED INGREDIENTS – PRODUCCIÓN DE INGREDIENTES PARA CONSUMO ANIMAL”, que le permite cumplir con las exigencias del mercado internacional. Estos logros, confirman la transparencia y eficiencia del proceso productivo, y demuestran el compromiso de la empresa con el acompañamiento de las tendencias internacionales en materia de cuidado del medio ambiente y la comunidad, siempre de la mano de la investigación y la innovación permanente, y en miras a obtener un producto sustentable y de calidad.

2.8 PROCESOS PRODUCTIVOS: OLEAGINOSAS

ETAPAS PRINCIPALES:

PRODUCCIÓN PRIMARIA, INDUSTRIALIZACIÓN y COMERCIALIZACIÓN.

El complejo oleaginoso está conformado por un conjunto de etapas, desde la producción de semillas hasta su consumo en los mercados internos e internacionales. A continuación, se va a explicar de manera sintética solo la etapa de industrialización.

ETAPA DE INDUSTRIALIZACIÓN:

El procesamiento de los granos oleaginosos pasa por diversas etapas. Se distinguen tres procesos tecnológicos centrales:

- **Preparación de las semillas oleaginosas para su posterior ingreso a los molinos de extracción de aceite.**

En esta etapa se realiza el control de calidad fisicoquímico y sanitario del grano y se lo prepara para el más rápido y eficiente proceso de extracción del aceite.

Limpieza: Una vez ingresado, el grano se almacena en condiciones de humedad adecuadas (alrededor de 14°) y luego se realizan las tareas de limpieza. El propósito es eliminar suciedades, arena y pedazos de metal. La eliminación de impurezas es importante, tanto para garantizar un buen proceso de extracción de aceite como para evitar gastos superfluos, sobre todo de energía. El grano es entonces pesado para un adecuado control del contenido en aceite y harina.

Descascarado: En el caso de la semilla de girasol, la cáscara se separa en el proceso conocido como descascarado, el que aumenta el contenido de aceite de la materia prima que va al proceso de extracción, y asegura el contenido proteico de la torta oleaginosa. En la soja, esta etapa es optativa.

Acondicionamiento: En esta etapa se procede al quebrado de los granos y a su laminado. El grano pasa por distintos equipos que lo acondicionan para la extracción del aceite.

- **Extracción de aceites y harinas proteicas.**

La molienda o crushing de las semillas oleaginosas da como resultado por una parte aceites crudos y por la otra, harinas proteicas (soja) o tortas o expellers (girasol). En Argentina se utilizan dos procesos técnicos principales para la extracción del aceite:

- Por prensas para la molienda de los granos de girasol.
- Por solventes (hexano) para la molienda de los granos de soja.

La relación solvente / semilla es 1:1. De este proceso se obtiene una miscela que es posteriormente destilada para separar el aceite y recuperar el solvente, y harinas proteicas que son luego tratadas. La extracción por solvente consiste en una secuencia de cuatro operaciones:

1. extracción del aceite de la semilla,
2. extracción del solvente de la harina resultante,
3. destilación, para extraer el solvente del aceite y
4. recuperación del solvente para ser reutilizado.

En el caso del girasol, el aceite se extrae con prensas continuas. En plantas grandes del crushing de girasol, esta operación es previa a la extracción por solvente, motivo por el cual las plantas que combinan girasol con soja también combinan extracción por prensa con extracción por solventes. En estos casos, luego de pasar por la prensa, la semilla es luego tratada con solvente para extraer el aceite remanente. En la molienda de soja se pasa directamente a la extracción por solvente (hexano) en el que el aceite es soluble. Este proceso extrae el aceite de las hojuelas de las semillas y de las tortas oleaginosas. Luego el solvente es eliminado por calor y vacío para obtener el aceite crudo. Los expellers dejan un contenido de aceite en las tortas oleaginosas del 5-8%, que es extraído casi completamente con el uso del solvente.

- Refinación de aceites: producción a granel.

La refinación del aceite puede realizarse por dos métodos diferentes, según el contenido de ácidos grasos libres

Refinación química: cuando el contenido de ácidos grasos libres es bajo; el stock de jabones es un sub-producto que requiere de tratamiento posterior.

Refinación física: cuando el contenido de ácidos grasos libres es elevado, los mismo son extraídos por destilación; el destilado de ácidos grasos libres es un subproducto. Este método requiere que el aceite crudo sea desgomado eficazmente, lo que es posible solo en ciertos aceites. Sus ventajas, en relación al proceso anterior son: generación de menores efluentes, menor consumo de agua, menores mermas de aceite y menor costo de procesamiento.

La refinación, en cualquiera de sus dos métodos, es un proceso que atraviesa varias etapas, entre ellas la neutralización, el blanqueamiento y desodorización, que remueven los ácidos grasos, el color y los sabores respectivamente, para hacerlo apto para el consumo humano. Cada uno de estos procesos incluye el calentamiento del aceite a diversas temperaturas. La refinación difiere en el caso del aceite de soja y el aceite de girasol ya que las características diferenciales de los aceites crudos (mayor acidez, etc.) conducen a que sean necesarias algunas variaciones entre los procesos.

Desgomado: consiste en una hidratación del aceite crudo, a partir de un desgomado por agua seguido por uno con ácido (fosfórico o cítrico).

El desgomado por agua generalmente tiene lugar en la planta de extracción en el proceso previo a la refinación. Del desgomado con agua se obtienen las lecitinas que se destinan a múltiples usos alimenticios e industriales.

El desgomado ácido no produce un subproducto utilizable, y el material resultante es de desecho.

Neutralización: los ácidos grasos se neutralizan mezclando el aceite con una mezcla de soda cáustica; la reacción produce jabón, que puede lavarse del aceite con agua. La solución jabonosa puede usarse para la fabricación de jabones.

Blanqueado: se realiza agregando arcilla en polvo; extrae pigmentos de color y produce un aceite claro.

Winterización o descerado: es un proceso de enfriamiento del aceite luego del blanqueo para permitir la formación de cristales de cera. Estos se separan luego por filtración a presión.

Desodorización: Es la etapa final de la refinación. Se realiza pasando vapor a alta presión al vacío a través del aceite, para remover las manchas y olores que están presentes en al comienzo del proceso de refinación, y los que se producen en las etapas anteriores.

Debido a las características de esta industria productora de commodities con reducidos márgenes comerciales en los mercados mundiales, la tendencia en los procesos productivos es el aumento del tamaño de las plantas buscando maximizar la eficiencia productiva.

Se trata de:

- una industria altamente consumidora de energía, buena parte de los procesos productivos son electricidad o vapor de agua intensivos.
- la extracción de aceites por solvente es la tecnología más difundida en la industria, se realiza con hexano, un derivado del petróleo
- una industria con un importante impacto contaminante del medio ambiente, los que genera costos de **tratamiento de efluentes y borras**.

Por ello, las principales innovaciones se orientan, por un lado, a disminuir relativamente el uso de estos insumos (reducir las pérdidas y mejorar la recuperación de solvente, por ejemplo) a buscar un mejor aprovechamiento energético, a adecuarse a los estándares internacionales en materia de medio ambiente, seguridad y salud.

Por el otro, a buscar **reducciones de costos a través de mejoras en los procesos y/o aprovechamiento de subproductos (por ejemplo, lecitina de soja y ácidos grasos)**, así como a disminuir los costos de mantenimiento. Estas innovaciones se realizan a través de mejoras incorporadas en los equipos, de aprendizajes en la línea de producción, de aprendizajes con proveedores de equipos, y más recientemente, con la incorporación de insumos biotecnológicos (enzimas). Procesos escala-intensivos, continuos, altamente automatizados, y elevado consumo de energía, junto con proveedores globales de equipos, son características centrales de estas industrias.

3. ANALISIS DEL MERCADO CHILENO: OLEINAS VEGETALES DESTINADAS A LA ALIMENTACION DEL SECTOR PORCINO

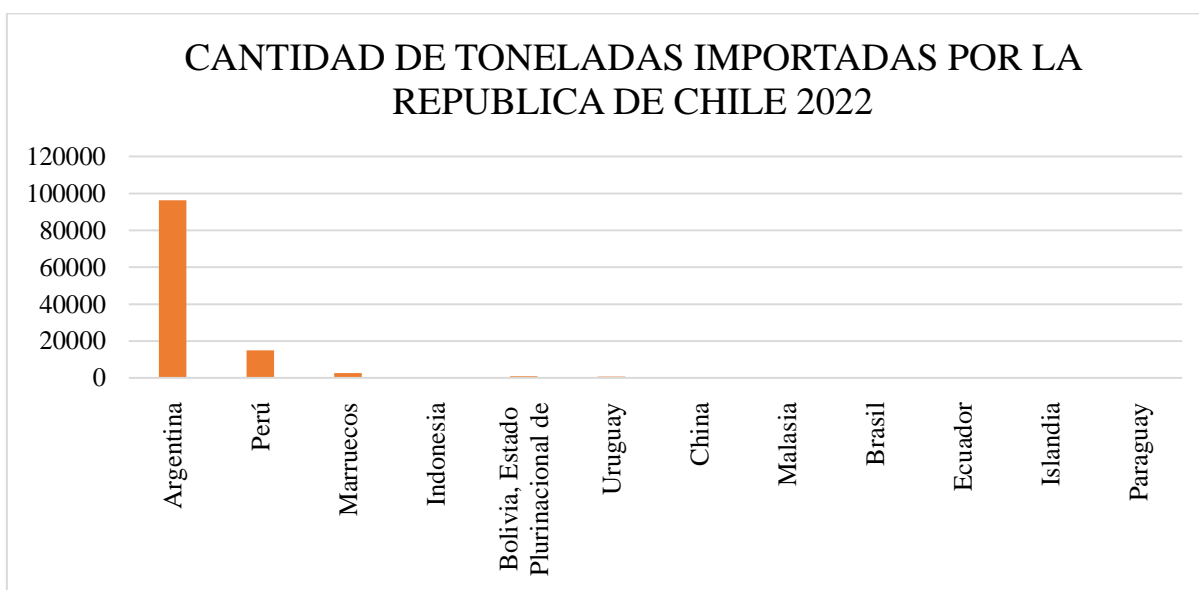
Según datos recabados de ITC Trade Map, se pudo determinar que la República de Chile es 100% importadora de Oleínas Vegetales. Del total de esas importaciones la República Argentina representa un 65% (en promedio). En el año 2021 las mismas representan un 75%. Como se puede apreciar en la tabla precedente, el comercio bilateral de oleínas entre la República Argentina y la

República de Chile, viene gestando un incremento año tras año dando cuenta de la importancia y la relevancia que implica dicha materia prima en el país vecino.

OLEINA	2017	2018	2019	2020	2021
Chile importa desde Argentina (miles USD)	14210	19368	15486	20499	73541
Chile importa desde el mundo (miles USD)	25395	34202	31377	40212	97600

Fuente: elaboración propia con datos de ITC (Trade Map)

Dentro de los grandes países exportadores de oleína a lo largo del mundo se encuentra la Federación de Malasia, la República de Indonesia, el Reino de Bélgica y el Reino de los Países Bajos. La República Argentina cuenta con una ventaja competitiva muy positiva, la cercanía que la separa de la República de Chile. Cabe destacar que la República del Perú realiza algunas exportaciones de oleína a República de Chile, pero son irrelevantes si se las compara con las de la República Argentina.



En cuanto a la industria porcina, la misma está consolidada como una de las principales industrias agropecuarias chilenas. Gran parte de la producción nacional de cerdos se obtiene bajo un modelo de integración vertical, es decir, uno es el propietario de los animales y se encarga de su alimentación y su sanidad, mientras que otro es el ganadero propietario de la granja, pone la mano de obra, cuida del ganado, gestiona los subproductos y, a cambio, recibe del primero una

renta por cada cerdo criado, lo que ha permitido un fuerte crecimiento del rubro y de las exportaciones.

REGIÓN / ORIGEN	DESTINO	PRODUCTO	AÑO	VOL. EXPORTADO	EXPO US\$FOB
CHILE	Mundo	(Sec) Pecuario	2020	640.158.138	1.660.482.951
		(Rub) Porcinos		289.390.483	837.062.264
		(Sec) Pecuario	2021	611.948.846	1.759.759.801
		(Rub) Porcinos		274.864.167	785.621.081

Fuente: Elaboración propia con datos de INE (Instituto Nacional de Estadística).

De los productos pecuarios enviados al exterior el año 2020, las carnes porcinas representan el 50% de las exportaciones en valor, y en el año 2021 un 45%, lo que da cuenta de la importancia de este sector en el comercio exterior de Chile. Esta industria que reúne cerca de 30.000 personas entre sus trabajadores y sus familias ha sabido posicionarse en la República de Chile y en mundo como una industria sustentable, comprometida con el medio ambiente, mediante la implementación de mejoras continuas para la gestión medioambiental.

REGION	CANTIDAD DE CRIADEROS DE CERDOS				
	1SEM 2019	2SEM 2019	1SEM 2020	2SEM 2020	1SEM 2021
Valparaíso y Metropolitana	11	12	12	12	12
O'Higgins	14	14	14	14	14
Maule	6	6	6	7	6
Ñuble	4	4	4	4	4
La Araucanía y Los Lagos	4	4	4	4	4

TOTALES	39	40	40	41	40
---------	----	----	----	----	----

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (Instituto Nacional de Estadística). (SEM): Semestre.

De acuerdo con la Encuesta de Criaderos de Cerdos que realiza semestralmente el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), los criaderos de producción porcina se ubican entre las regiones de Valparaíso y Los Lagos. El 63% se encuentra en las regiones Metropolitana y de O'Higgins. El número de criaderos en República de Chile ha ido disminuyendo en forma constante: hace diez años el número de establecimientos era de 74; en 2015 se contabilizaron 45 a nivel nacional, mientras que en la encuesta del segundo semestre de 2020 se registran 41 criaderos. Esta concentración en un menor número de productores ha facilitado a la industria generar economías de escala, mayores niveles de tecnificación y eficiencia productiva, lo que ha permitido un crecimiento constante y acceso a los mercados internacionales de manera competitiva.

Cantidad de cerdos en existencia en República de Chile, año 2022 y años anteriores.

MES	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Enero	402.956	433.848	475.108	447.312	432.177	451.722
Febrero	383.460	401.609	407.669	417.808	441.242	428.114
Marzo	450.801	428.660	444.797	494.693	509.875	0
Abril	362.990	426.367	435.063	451.137	456.887	0
Mayo	438.921	438.384	450.503	432.739	451.991	0
Junio	414.887	434.977	420.623	470.103	457.380	0
Julio	409.672	418.935	460.027	484.052	474.499	0
Agosto	431.772	462.236	451.401	445.504	500.370	0
Septiembre	378.295	365.174	383.932	446.309	443.860	0
Octubre	395.049	461.717	410.576	458.516	446.968	0
Noviembre	417.823	439.218	430.656	459.004	466.885	0
Diciembre	388.630	429.958	424.548	442.636	469.270	0
TOTAL	4.875.256	5.141.083	5.194.903	5.449.813	5.551.404	879.836

Fuente: elaborado por ODEPA con antecedentes del INE.

Según APROCER (Asociación Gremial de Productores de Cerdo de Chile), las exportaciones son el motor de crecimiento de la industria porcina chilena, exportando un 81% de su producción.

Representa hoy el 36% de la producción de carnes de República de Chile. La industria porcina está habilitada para exportar a 64 países en el mundo. El año 2020 la carne de cerdo representó el 36% del total de carnes producidas en el país con 574 mil toneladas vara. Esto se debe al gran esfuerzo de la industria por ser más eficientes en todos sus procesos. Del total producido un 81% fue destinado a exportaciones. El consumo de carne de cerdo durante el 2020 alcanzó las 268 mil toneladas vara, 13% menos que el año anterior. Lo anterior, equivale a un 19% del consumo total de carnes, con una cifra per cápita de 13,8 kg por persona al año, situándose en el tercer lugar entre las carnes preferidas por la familia chilena. Las exportaciones durante el período 2020 aumentaron un 25% en toneladas y 39% en valor, manteniéndose China en el primer lugar, que junto con Japón y Corea del Sur fueron los principales mercados de destino en valor. El mercado asiático representó el 94% del total exportado: China (67%), Japón (14%) y Corea del Sur (13%). En toneladas, China continúa siendo el principal mercado de destino alcanzando los 336 millones de toneladas netas. Las importaciones de carne de cerdo en toneladas, en 2020, mostraron un incremento del 5%, equivalentes a más de 159 mil toneladas vara, versus 151 mil en 2019. Se mantiene la tendencia al alza, al igual que los últimos diez años, donde las importaciones han crecido a una tasa anual compuesta del 23% en volumen. Las importaciones en términos de valor alcanzaron los 284 millones de USD, que significó un aumento del 8% respecto el año anterior. El crecimiento en volumen de las importaciones se explica por el aumento de la creciente demanda nacional. Los principales países de origen de las importaciones fueron Estados Unidos (47%), Brasil (37%), la UE (8%) y Canadá (4%).

En el pasado se han realizado campañas de promoción en el mercado nacional, sin embargo, el principal foco de la promoción se encuentra actualmente en el mercado de la exportación, donde destaca la marca sectorial Chilepork, campaña que ya tiene 10 años de existencia y que tiene como propósito el posicionar la carne de cerdo en China, Corea del Sur y Japón. Se trata de una iniciativa que cuenta con aportes del Estado para su financiamiento a través de ProChile. En los últimos 30 años la producción de carne de cerdo aumento un 800%, lo que se explica en gran medida por el estatus sanitario alcanzado fruto del esfuerzo mancomunado con el SAG, las fuertes inversiones realizadas por la industria y el gran impulso que han significado las exportaciones. La industria nacional se caracteriza por poseer empresas integradas verticalmente en la producción y un alto grado de tecnificación. Gran parte de estos resultados se explican por la apertura comercial que

posee Chile, lo que nos permite al día de hoy contar con 25 acuerdos vigentes con mercados que representan el 86% del PIB Mundial, además del reconocido estatus sanitario del país.

3.1 IMPORTANCIA DE LA OLEINA EN LA ALIMENTACIÓN ANIMAL:

Según un informe de FEDNA, en el mercado mundial existen numerosos tipos de grasas. Su utilización en los piensos varía de país en país en función de la disponibilidad y del precio relativo con respecto a otras fuentes energéticas. En base a su origen, las grasas se clasifican en animales, vegetales y mezclas o grasas técnicas. El grupo de las grasas vegetales incluye aceites de carácter más insaturado (girasol, maíz o soja) que otros (oliva, palma o coco).

La utilización de grasas en la industria de la producción de piensos se ha visto incrementada paralelamente con las mejoras en el potencial productivo de las diferentes especies. Como fuente energética, las grasas son muy superiores al resto de las materias primas que se encuentran en el mercado. Las grasas se utilizan en la producción de piensos principalmente como fuente de energía y de ácidos grasos esenciales. Además, la utilización de grasas tiene una serie de ventajas físicas y nutricionales que las hacen prácticamente insustituibles en la industria de piensos compuestos. Si la calidad del producto es aceptable, su utilización no presenta ningún inconveniente excepto el de la inversión necesaria para su dosificación. Gracias a las propiedades físicas de las grasas, su utilización permite disminuir el polvo tanto en el proceso de fabricación como en el producto terminado, reduce el mantenimiento de la maquinaria por su efecto lubricante, a determinados niveles mejora la condición del gránulo y el aspecto del producto final. Además, mejora la palatabilidad del pienso y facilita la absorción de otros compuestos liposolubles de la dieta, como algunas vitaminas y pigmentos.

En el mercado se encuentran disponibles para la fabricación de piensos compuestos, diversos productos y subproductos lipídicos que se conocen con el nombre genérico de grasas y engloban todos aquellos compuestos que son insolubles en agua y solubles en disolventes orgánicos no polares. La mayor parte de las grasas comercializadas son triglicéridos y ácidos grasos libres. Las grasas, debido a su origen o procesado, presentan oportunidades de utilización muy diferentes en función de la especie destino, estado fisiológico y tipo de producción. Las grasas que comúnmente se comercializan para la industria de piensos las podemos clasificar en los siguientes grupos:

- Grasas recuperadas: grasas animales, aceites de cocina.

- Aceites crudos: soja, colza, girasol, linaza.
- Subproductos industriales: aceites ácidos (oleínas), destilados.
- Mezclas técnicas.

La industria porcina chilena se caracteriza por poseer empresas integradas verticalmente en la producción y un alto grado de tecnificación. Esto significa que los grandes productores de cerdos se integran hacia atrás (produciendo su propio alimento) y hacia adelante (faena y procesado de carnes).

A continuación, se detallan todas las empresas chilenas dedicadas a la producción de alimentación de cerdos.

REGION	NOMBRE	ACTIVIDAD
Metropolitana	Dicoal S.A.	Elaborador de aceites y grasas de origen animal y vegetal
Coquimbo	Juan Carlos Durán Cermenati	Elaborador de alimento completo para aves, rumiantes, cerdos, conejos, perros y gatos.
Metropolitana	Sociedad Agrícola La Islita Ltda.	Elaborador de alimentos completos para cerdos
Metropolitana	Camilo Ferron Chile S.A.	Elaborador de alimentos completos y aditivos para animales y aves
Metropolitana	Lowerquim	Elaborador de alimentos completos y suplementos medicados para animales
Metropolitana	Inversiones y Comercial Santa Bernardita	Elaborador de alimentos completos, aditivos, ingredientes de origen vegetal y animal para rumiantes, porcinos y aves de abasto.
Metropolitana	Agrovet	Elaborador de suplementos para animales; mascotas, bovinos, ovinos, caprinos, porcinos, aves, equinos, caninos, felinos y peces

Metropolitana	Comercializadora Quality Pro SpA	Elaborador de suplementos y aditivos para rumiantes, porcinos, aves, peces de abasto, perros, gatos y equinos
Tarapacá	Sociedad Punta de Lobos S.A.	Elaboradora aditivo destinado a alimentación animal
Tarapacá	K+S Chile S.A.	Elaboradora aditivo destinado a alimentación animal
Tarapacá	Compañía Minera Cordillera Chile SCM	Elaboradora de aditivo destinado a alimentación animal
Tarapacá	Atacama Bio Natural Products S.A.	Elaboradora de aditivo destinado a alimentación animal
O'Higgins	Agrícola Super Ltda. (planta alimentos Lo Miranda)	Elaboradora de Alimento Completo para Aves y Porcinos
O'Higgins	Inversiones y Comercial Bezeta Ltda.	Elaboradora de Alimento Completo para aves, porcinos, perros, equinos y bovinos
O'Higgins	Orlando Barra Castañeda	Elaboradora de alimento completo para especie porcina
O'Higgins	Sociedad Agrícola San José de Apalta Ltda.	Elaboradora de alimento completo para especie porcina
Ñuble	Agrícola y Frutícola Veneto Ltda.	Elaboradora de Alimento Completo para Porcinos
O'Higgins	Cerdodag Ltda.	Elaboradora de Alimento Completo para Porcinos
O'Higgins	Comercio y Servicios Agroindustriales Ltda.	Elaboradora de Alimento Completo para Porcinos
O'Higgins	Progranja S.A.	Elaboradora de Alimento Completo para Porcinos
O'Higgins	Agrícola Santa Inés de la Morera Ltda.	Elaboradora de Alimento Completo para Porcinos
O'Higgins	Sociedad Agrícola San Ramón Ltda.	Elaboradora de alimento completo para porcinos

O'Higgins	Agrícola AASA Ltda.	Elaboradora de alimentos completos para porcinos
O'Higgins	Agrícola Santa Lucía Ltda.	Elaboradora de alimentos completos para porcinos
O'Higgins	Emilio Fernandez Ferreras (Fundo La Ponderosa)	Elaboradora de alimentos completos para rumiantes y porcinos
Metropolitana	Agrícola Mansel Ltda	Elaboradora de Alimentos para Cerdos

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (Instituto Nacional de Estadística).

3.2 DEMANDA POTENCIAL APROXIMADA DE OLEINA VEGETAL EN LA REPUBLICA DE CHILE.

Tomando como referencia la cantidad de cerdos en existencia en la República de Chile en los años 2017-2021, se calcula promedio anual arrojando la cifra de 5.242.491 cabezas de cerdo anuales.

Se considera que por cada kilogramo de peso ganado por el animal se le atribuyen 2.53 kg de alimento balanceado. Tomando como promedio el peso del porcino antes de su sacrificio de 100kg nos da la pauta que a lo largo de su vida utiliza 253 kg de alimento balanceado (aproximadamente).

Por cada kilo de alimento balanceado que se produce, se incorpora un 5% de ácidos grasos, es decir, que la demanda aproximada es de:

$$(5.242.491 \text{ cabeza de ganada}) \times (100\text{kg peso promedio por animal}) = 524.249.100 \text{ kg.}$$

$$(524.249.100 \text{ kg anuales}) \times (2.53 \text{ kg alimentación – pienso}) = 1.326.350.223 \text{ kilos de pienso anuales.}$$

$$(1.326.350.223 \text{ kg de pienso}) \times (5\% \text{ ácidos grasos}) = 66.317.511 \text{ kilogramos de ácidos grasos}$$

En promedio, la República de Chile demanda anualmente 66.317 toneladas de oleína vegetal.

IMPORTACIONES ANUALES DE ACIDOS GRASOS EN REPUBLICA DE CHILE

EXPORTADORES	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	TN	TN	TN	TN	TN	TN
Mundo	37617	47781	45992	69901	177228	117988
Argentina	25326	32770	29492	36689	85853	96276
Perú	3944	8614	9973	27814	86511	14901
Marruecos	570	1699	2573	3225	1226	2727
Bolivia	208	236	588	441	379	940
Uruguay		230		197	58	687
Indonesia	122	294	278	112	392	462
Brasil	22	41	57	94	100	399
China	2501	1869	610	0	1336	360
Islandia		62	646	439	290	271
Ecuador	380	222	178	88	154	197
Noruega	1621	936	468	172	492	192
Malasia	717	568	832	548	397	183
Resto	2206	240	297	82	40	393

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de Dirección Nacional de Aduanas desde enero de 2017. TRADEMAP

Utilizando como referencia las estadísticas arrojadas por TradeMap se puede observar que en los últimos 6 años (2017 -2022) las importaciones anuales de oleínas vegetales, en promedio, arrojan un resultado de 82751 tn. anuales. Es decir que del cálculo realizado anteriormente surge una desviación de +16434 tn anuales aproximadamente, esto sucede porque las oleínas vegetales no son utilizadas únicamente por la industria de fabricación de piensos o productores porcinos, sino también la misma es utilizada en la industria de la cosmética.

También es importante destacar que la incorporación de ácidos grasos a los piensos no es un requisito obligatorio por parte de las empresas productoras de alimentos balanceados o por parte del productor porcino que fabrica su propio pienso, sin embargo, es muy frecuente su utilización ya que abarata los costos de producción de los piensos y le proporciona un alto grado de valor energético al mismo.

3.3 DESCRIPCION DEL PAIS

- Ubicación

Chile se encuentra ubicado en la parte occidental y meridional del Cono Sur de Sudamérica, prolongándose en el Continente Antártico y al oeste hasta la Isla de Pascua en la Polinesia. Integran también su territorio el archipiélago de Juan Fernández y las Islas San Félix, San Ambrosio y Salas y Gómez, la Zona Económica Exclusiva de 200 millas y la plataforma continental correspondiente.

- Superficie

Cuenta con una superficie de 756.626 km² (Chile continental: 756.252 km², Chile insular: 374 km²). Largo: 4.200 km., Anchura máxima: 360 km., anchura mínima: 15 km. Anchura media: 177 km.

- Límites

Norte: Perú. Este: Bolivia y Argentina. Oeste: Océano Pacífico. Territorio: Desierto en el norte; fértil valle en la zona central; volcanes, lagos y una costa que se va disgregando en miles de islas hacia el extremo austral, y la Cordillera de los Andes como límite en el este. Si bien Chile está dividido políticamente en quince regiones, geográficamente se la puede dividir en zonas más grandes: Norte Grande, Norte Chico, Centro, Sur, Patagonia Norte y Patagonia Sur.



- **Infraestructura:**

A nivel de transporte, República de Chile posee un sistema de carreteras con una ruta troncal, la Panamericana (Ruta 5), y un sistema de autopistas transversales. El sistema de transporte terrestre está manejado a través de concesiones privadas, con el pago de peaje. Posee además 16 aeropuertos/aeródromos (7 internacionales), siendo el principal aeropuerto el Arturo Merino

Benítez de Santiago. Dispone actualmente de 57 puertos, 25 de los cuales son de uso público (10 de propiedad estatal y 15 privados) y 32 de ellos de uso privado, con Valparaíso y San Antonio como los dos principales. Por último, República de Chile cuenta con ferrocarriles, pero no se usan al nivel de otros medios.

La mayor parte de las exportaciones argentinas que ingresan al mercado de República de Chile utilizan los pasos terrestres cordilleranos. En ese sentido, el Complejo Cristo Redentor-Libertadores (que une Mendoza con la Región de Valparaíso) es el que registra la mayor cantidad de movimiento de cargas y flujo de camiones. Se estima que casi el 70 % del comercio bilateral se canaliza a través de este paso. A su vez, los dos principales puertos marítimos del comercio internacional de República de Chile son San Antonio y Valparaíso. Por esos puertos también se canaliza el comercio argentino hacia o desde el Pacífico.

- **Organización política**

República de Chile es una República unitaria, y su sistema de Gobierno es la democracia presidencial, con mandatos de 4 años sin reelección inmediata. Su independencia data del 18 de septiembre de 1810, y la constitución es de 1980, con diversas reformas parciales introducidas por la vía de enmiendas. El país se divide administrativamente en dieciséis Regiones. Las Regiones están divididas en Provincias y éstas en Comunas. El sufragio es universal y facultativo desde los 18 años de edad, incluyendo a los extranjeros que tengan una residencia legal permanente, aunque no es obligatorio.

- Población y centros urbanos

De acuerdo con el último censo, realizado en 2017, la población de República de Chile es de 17.574.003 personas (8.601.989 hombres y 8.972.014 mujeres). La tasa de crecimiento de la población es del 1.06% anual en promedio para la última década. Las regiones con mayor cantidad de población son la Metropolitana, con 7.112.808 personas (40,5% del total); el Biobío, con 2.037.414 personas (11,6%), y Valparaíso, con 1.815.902 personas (10,3%). Por el contrario, las regiones con menor número de población son Aysén, con 103.158 personas (0,6%); Magallanes, con 166.533 personas (0,9%), y Arica y Parinacota, con 226.068 personas (1,3%).

- Moneda

La moneda de República de Chile es el peso y el tipo de cambio cotiza libremente en el mercado. El Banco Central sólo interviene excepcionalmente y su principal objetivo es el control inflacionario. Cabe señalar que durante el año 2020 la evolución del tipo de cambio estuvo signada por una marcada volatilidad. El dólar inició el año 2020 en los \$748,74 cerrándolo en \$711,24. Su valor más alto lo alcanzó en el mes de marzo (\$868), justo antes de que se decretaran las cuarentenas por la pandemia. Respecto del año 2021, la cotización del dólar durante primer semestre se mantuvo en una franja aproximada entre 700 y 730 pesos República de Chilenos. El último día hábil de junio 2021 cotizó en \$735,28 iniciando una tendencia hacia el alza que se vio reflejada claramente en meses posteriores.

INDICADORES SOCIO-ECONOMICOS	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	18.4	18.8	19.1	19.5
PBI (miles de millones US\$ Corrientes)	276.9	297.5	279.3	252.8
Crecimiento PBI real (Var %)	1.2	3.7	1	-5.8
PBI per cápita (US\$ corrientes)	15034.8	15865.5	14619.30	12993
Exportaciones Totales (millones US\$)	68858	75482	69681	73480
Importaciones Totales (millones US\$)	65257	74187	69591	59215
Saldo comercial (millones US\$)	3601	1294	90	14265

Fuente: elaboración propia con datos de FMI.

3.4 EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE CHILE DURANTE EL AÑO 2021 Y 1ER SEMESTRE 2022

En 2021 el intercambio comercial de Chile se elevó hasta los USD 186.548 millones, logrando un crecimiento del 41% con respecto a 2020, registrando así el valor más alto desde que existe registro. Las exportaciones anotaron operaciones por USD 94.705 millones, superando en 29% a los envíos del 2020. Las importaciones, por su parte, contabilizaron operaciones por USD 91.843 millones, reflejando un incremento del 55% frente a igual periodo del 2020. Así, Chile registró en 2021 un superávit comercial de USD 2.862 millones. Los Tratados de Libre Comercio han actuado como motor de la reactivación de las exportaciones chilenas: en 2021 los envíos a los países con TLC crecieron un 34%, más que duplicando el crecimiento en las ventas a los países sin acuerdos (15%). China se consolidó como el principal socio comercial del país: por sí sola explicó el 38,3% de los embarques chilenos al mundo, al tiempo que las importaciones provenientes del país asiático se ubicaron en primer lugar, con un 29,5%.

1er semestre 2022

El intercambio comercial de Chile alcanzó los US\$ 104.157 millones durante el primer semestre de 2022, creciendo un 21% en relación con igual periodo del año 2021. Durante el mismo semestre, las exportaciones chilenas se elevaron hasta los US\$ 51.681 millones, con un crecimiento del 12,5% respecto a los seis primeros meses de 2021. Por su parte, las importaciones ascendieron a los US\$ 52.476 millones, con un incremento del 30,6% frente al primer semestre de 2021. El alza de las exportaciones se debe principalmente a productos no cobre (52.7% de las exportaciones

totales), llegando a US\$27.239 millones, superando en un 33,4% el registro de la primera mitad del año 2021. Dichos productos son: carbonato de litio, salmones, abonos, cerezas frescas, celulosa de coníferas, óxido de molibdeno, uva fresca, madera aserrada, carne de ave, tableros de fibra de madera, nitrato de potasio, yodo y paltas, entre otros. En cuanto a las exportaciones de cobre, éstas continúan su tendencia a la baja iniciada en 2020, habiéndose contraído un 4,2% respecto a 2021 (-US\$1.069 millones), con un total de US\$24.443 millones. Las exportaciones del resto de la minería continúan creciendo, con un aumento que suma al primer semestre US\$2.829,3 millones. Esta alza se justifica en el monto de los embarques de carbonato de litio que durante el período en análisis se expandieron en US\$3.147,6 millones.

3.5 PRODUCTOS DEL COMERCIO BILATERAL CHILE – ARGENTINA 2022 (EN MILLONES DE DOLARES)

SACH	PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS	USD
74081110	Alambre de cobre refinado, con la mayor dimensión de la sección transversal superior a 6 mm, pero inferior o igual a 9,5 mm	119
3021410	Salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y salmones del Danubio (Hucho hucho), enteros, frescos o refrigerados	61
8044019	Las demás Paltas (aguacates) variedad Hass, frescas o secas	42
48109210	Cartulinas multicapas, en bobinas (rollos), o en hojas de forma cuadrada o rectangular, de cualquier tamaño	21
74081900	Los demás alambres de cobre refinado	21
45049010	Tapones de corcho aglomerado	21
87084010	Cajas de cambio y sus partes para vehículos de la partida 8701	18
28342100	Nitratos de potasio	18
85061010	Pilas eléctricas secas, de dióxido de manganeso, de tensión nominal de 1,5 volts	14
70109020	Botellas de vidrio, para bebidas, de capacidad superior a 0,33 l pero inferior o igual a 1 l	12
SACH	PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS	USD
27112100	Gas natural, en estado gaseoso	995
10059000	Los demás maíz	589

87042121	Camionetas para transporte de mercancías, con motor de émbolo (pistón), de encendido por compresión (diesel o semi-diesel), de peso total con carga máxima inferior o igual a 5 tn	344
15079090	Los demás aceites de soya (soja) y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente	252
23040020	Harinas de tortas de la extracción del aceite de soja (soya)	144
10019943	Trigo tipo pan argentino (<i>Triticum aestivum</i>) para consumo con contenido de gluten húmedo superior o igual a 18% pero inferior a % en peso	126
27111900	Los demás gases de petróleo e hidrocarburos gaseosos, licuados	120
27090020	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, con grados API superior o igual a 25	118
38231900	Los demás ácidos grasos monocarboxílicos industriales, aceites ácidos del refinado	102
23091000	Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor	101

Fuente: Dirección de Estudios, SUBREI, sobre cifras del Banco Central de Chile.

3.6 CULTURA DE NEGOCIOS EN LA REPUBLICA DE CHILE

Las relaciones personales son esenciales para hacer negocios con la República de Chile. Se necesita forjar una relación amigable y de confianza. A los empresarios chilenos no les gusta sentirse apurados o presionados, y por ello las negociaciones suelen desarrollarse con más calma que lo habitual. A la hora de establecer un primer contacto es aconsejable utilizar un intermediario. Los bancos, las consultoras y las asociaciones de empresarios facilitan el contacto con empresas del país.

La primera visita debe realizarse al máximo nivel directivo, aunque las negociaciones se realicen con ejecutivos de nivel medio. Hay que establecer las citas con dos semanas de anticipación. Una vez en el país, reconfirmar el día y la hora. La puntualidad es clave para toda persona haciendo negocios en la República de Chile. Es recomendable prepararse y cumplir con la hora acordada para la reunión, considerando además que las grandes ciudades en la República de Chile no están exentas de los problemas de tráfico pesado.

Las negociaciones se caracterizan por ser simples en el aspecto informativo, poseer información relevante y concisa para evitar la confusión con el exceso de información. En términos generales, los chilenos se caracterizan por ser solidarios, acogedores y amables. Éstos también acostumbran ser formales en el trato a las personas, sobre todo al hacer negocios, por lo que es recomendable dirigirse a su anfitrión y colegas de ‘usted’ y saludarles solo con un apretón de mano.

En la primera reunión no se suele entrar en detalles. Se trata de que las partes se conozcan y de describir la actividad de las empresas respectivas. En las presentaciones deben utilizarse argumentos subjetivos y mostrar entusiasmo, más que abrumar con muchos datos. Se aconseja hacer hincapié en la prestación de un buen servicio y el compromiso en los plazos de entrega. Las negociaciones se realizan a ritmo lento. Tardan en modificar su posición inicial. Conviene tener claro hasta dónde se puede llegar. Tienden a negociar punto por punto más que a la búsqueda de un acuerdo global que incluya todos los temas tratados. Debe evitarse el uso de tácticas agresivas, así como presionar para obtener acuerdos. La amabilidad y el respeto por las decisiones de la otra parte son los comportamientos más valorados.

Involucrar ayuda local: en la República de Chile, tener un representante o socio local es valioso. Las buenas relaciones con los contactos locales pueden ayudarlo a resolver problemas, lidiar con problemas logísticos y manejar las llamadas de seguimiento con los clientes. Necesita a alguien en el terreno que conozca los procesos y el pensamiento locales. Los grandes compradores pueden solicitarle presencia local para garantizar un servicio posventa de calidad.

Fechas importantes: Evalúe por adelantado qué fechas pueden o no ser adecuadas para hacer negocios en Chile. Por ejemplo, la mayoría de chilenos acostumbra tomar vacaciones en febrero, afectando la disponibilidad de los ejecutivos para reunirse con visitantes. Además, durante Semana Santa (entre marzo y abril según el año), que es comúnmente celebrada a través de todo Latinoamérica, las empresas cierran por al menos dos días. Posteriormente, entre el 17 y el 20 de septiembre (según el año), la República de Chile celebra su Independencia y Fiestas Patrias, afectando también las operaciones normales de las empresas.

Trato a las personas: Es común comenzar una reunión con el intercambio de tarjetas de presentación y una conversación liviana, de carácter más personal, antes de discutir asuntos de negocio.

Asuntos legales: Los contratos de negocio en Chile son cumplidos según lo establecido y no se permiten cambios y negociaciones una vez firmados, a diferencia de algunos países donde la firma del contrato marca el comienzo del proceso de negociación.

Regalos: Suvenires, artículos de oficina como bolígrafos o dispositivos USB son regalos que comúnmente pueden recibirse como muestra de agradecimiento del visitante o el anfitrión. Ofrecer regalos, actividades o viajes costosos es visto en la República de Chile como un intento de soborno y está prohibido según las políticas de la mayoría de las empresas.

3.7 CAMARAS DE COMERCIO Y CONSULADO DE LA REPUBLICA ARGENTINA EN LA REPUBLICA DE CHILE

CONSULADO GENERAL EN SANTIAGO

Circunscripción Consular: XIII Región Metropolitana, VI Región de O'Higgins.

Región Metropolitana (Provincias de Chacabuco, Cordillera, Maipo, Talagante y Melipilla).

Región VI Libertador General Bernardo O' Higgins (Provincia de Cachapoal, Colchagua y Cardenal Caro).

Dirección: Vicuña Mackenna 41, Santiago de Chile.

Teléfono: 056 25822606

Mail: csigo@mrecic.gov.ar

Emergencias: 056 995336170

Embajador: Rafael Antonio Bielsa

Sitio Web: <https://ehile.cancilleria.gob.ar>

LA CÁMARA REGIONAL DE COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO DE O'HIGGINS Y RANCAGUA A.G

La Cámara Regional de Comercio, Servicios y Turismo de O'Higgins y Rancagua A.G., es una Asociación Gremial, fundada el 8 de abril de 1925, orientada a fortalecer el sector del Comercio, los Servicios y el Turismo de la Región, su representación, desarrollo y competitividad de sus asociados, y promover medidas ante las autoridades que promuevan el desarrollo de sus asociados.

Por medio de alianzas con el sector público y privado, la Cámara busca potenciar su gestión y beneficiar a sus más de 300 socios activos.

Los escenarios competitivos que enfrenta al Comercio y el Turismo, la entrada de las grandes cadenas y la puesta en marcha de los Tratados de Libre Comercio, nos obliga a trabajar asociativamente para mantener la competitividad y no salir del mercado. Por ello, durante el último tiempo, nuestro esfuerzo se ha concentrado en promover el trabajo conjunto, que brinde las herramientas para desarrollar la oferta de productos y servicios de quienes integran la Cámara.

La fuerza que nos une y representa, nos abre otro norte: Ampliar la cobertura de prestaciones de la Cámara Regional de Comercio, Servicios y Turismo de Rancagua y O'Higgins a más empresarias y empresarios, con miras a mantener y aumentar el referente y ser un ente válido de representación del Comercio, los Servicios y el Turismo a nivel Regional y Nacional.

Web: <https://www.camararegional.cl/>

LA CÁMARA CHILENO ARGENTINA DE COMERCIO

La Cámara Chileno Argentina de Comercio, fue fundada el 14 de abril de 1987. En aquella fecha, el entonces Embajador de la República Argentina, Don José María Álvarez de Toledo, convocó a un grupo integrado por los ejecutivos de las principales empresas e instituciones de Chile y Argentina, invitándoles a formar la Cámara Chileno Argentina de Comercio, para promover comercio e inversiones entre ambos países.

A través de la organización de diversas actividades, la Cámara promueve los lazos comerciales entre ambas naciones, cumpliendo un rol fundamental en la orientación y guía de empresas argentinas y chilenas en la concreción de negocios bilaterales.

Manteniendo una estrecha relación con la Embajada Argentina en Santiago, la Embajada de Chile en Argentina, la Cámara de Comercio Argentino Chilena y otras Instituciones Binacionales, y gracias al permanente apoyo de sus socios, la Cámara Chileno Argentina de Comercio, es el punto de encuentro para el comercio entre ambos países.

Web: <https://www.camarachilenoargentina.cl/>

CCACH CÁMARA DE COMERCIO ARGENTINO CHILENA

El acta de fundación de la Cámara de Comercio Argentino Chilena está fechada en Buenos Aires, el 29 de septiembre de 1939. La ceremonia estuvo presidida por el Cónsul General y Consejero Comercial de la Embajada de Chile en la Argentina, don Luis Feliú Hurtado. Concurrió a la convocatoria un selecto grupo de personas relacionadas con actividades comunes entre ambos países. Fue otro acto que contribuyó a la hermandad chileno-argentina asegurando la amistad por medio del comercio.

En diciembre del año 2000, los presidentes de Argentina y Chile Fernando de la Rúa y Ricardo Lagos, repitieron un gesto que inició a fines del siglo XIX una era de Paz entre los dos países hermanos.

El 15 de febrero de 1899 fue la fecha que quedó registrada en la historia de ambos Estados como símbolo de la amistad de dos pueblos, al encontrarse entonces los presidentes Julio A. Roca y Federico Errázuriz.

Web: <https://www.ccach.org.ar/>

3.8 PROMOCION DE LA OLEINA VEGETAL EN LA REPUBLICA DE CHILE

MISIONES COMERCIALES

Misión Comercial Virtual del Sector Alimentación Animal a Chile (24 de agosto y 7 de septiembre de 2022)

La Subsecretaria de Promoción del Comercio e Inversiones del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto junto a la Embajada Argentina en Chile tienen el agrado de convocar a las empresas argentinas a una Misión Comercial Virtual del Sector Alimentación Animal a Chile, que tendrá lugar entre los días 24 de agosto y 7 de septiembre de 2022.

La presente convocatoria está dirigida a empresas argentinas vinculadas a los siguientes productos

- Alimentación animal para mascotas.
- Alimentación animal de ganado.

La Embajada Argentina en Chile identificará contrapartes locales para las empresas inscriptas.

Las y los interesados en participar en las reuniones de negocios virtuales deberán remitir un mail para realizar la inscripción

1. Enviar un mail a alimentacionanimal@mrecic.gov.ar
2. Cada empresa participante presentará, en forma excluyente un folleto o brochure o portfolio digital, (en formato PDF Editable), de una extensión máxima de 2 páginas (máximo 10 MB)
3. Quienes participen de la misión, al finalizar la actividad recibirán una breve encuesta de evaluación.

CONSULTAS:

Dirección de Estrategia y Agendas de Inserción Internacional

Tel: (011) 4819-7000 | int. 8048

En la mencionada Misión Comercial de Alimentación Animal en Chile han participado 12 Empresas de 4 provincias argentinas. La Subsecretaría de Promoción del Comercio e Inversiones del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto junto a la Embajada Argentina en Chile realizaron entre el 24 de agosto y el 7 de septiembre una Misión Comercial Virtual de Alimentación Animal. La misión, se organizó en función de la priorización realizada por las cámaras que participan en el Consejo Público Privado para la Promoción de las Exportaciones. En este marco se llevaron a cabo 84 reuniones de negocios entre las empresas de ambos países, contó con la participación de 12 empresas argentinas y 15 contrapartes chilenas. En cuanto a las contrapartes chilenas, cabe destacarse la participación de actores relevantes del sector como Jumbo, Comercial Kimber y Proa S.A, así como también, la presencia de veterinarias e importadores más pequeños de otras regiones, atendiendo la solicitud de algunas empresas argentinas con intención de dar a conocer sus productos más allá de la Región Metropolitana de Santiago. De las doce empresas argentinas participantes, cuatro son productoras de alimentos para mascotas, seis productoras de alimentos para animales de producción (avícola, porcina y bovina), una empresa aditivos para alimentación animal (producción y mascotas) y una empresa de ingredientes para la industria de la alimentación animal. En cuanto a la procedencia de las firmas, siete son de la Provincia de Buenos Aires, dos de Córdoba, dos de Santa Fe y una de la Ciudad de

Buenos Aires. La alimentación animal implica un mercado global de exportaciones de 29,4 millones de toneladas y un crecimiento de los últimos 5 años del 4%, según datos obtenidos en Trademap.

3.9 ANALISIS FODA DE LA EXPORTACION

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - El comercio bilateral Chile – Argentina entre los años (2017 – 2022) posee un crecimiento promedio anual del 12%. - En 2022, el comercio total alcanzó los USD 5.797 millones, un 60,7% superior a 2019. En dicho período, la República Argentina registró exportaciones a la República de Chile por USD 5.020 millones, con un crecimiento del 63,5% respecto a 2019, e importaciones por USD 778 millones, un 45% superior a 2019. - La ventaja comparativa del comercio bilateral entre la República Argentina y la República Chile se ve reflejado en el costo logístico gracias a la cercanía de ambos países. 	<ul style="list-style-type: none"> - La República Argentina puede modificar su régimen para la exportación de este producto.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - El país chileno está habilitado para exportar a 64 países en el mundo. - Mediante la campaña CHILEPORK se promociona el mercado de exportación chileno a China, Corea del Sur y Japón. 	<ul style="list-style-type: none"> - El contexto inflacionario de la República Argentina puede limitar el correcto desempeño de intercambio comercial con la República de Chile.

<p>- Chile integra el Foro de Cooperación Asia Pacífico.</p> <p>- Mercosur y la República de Chile integran el Acuerdo de Complementación Económica ACE N°35.</p>	
---	--

4. LOGISTICA Y TRANSPORTE INTERNACIONAL.

El transporte y la logística son sectores muy complejos que tienen un impacto muy significativo en los precios, el medio ambiente y el consumo de energía. Si la globalización implica transportar cada vez más productos a mayores distancias, el manejo óptimo de todos los recursos implicados puede no sólo significar mejores resultados financieros, sino la supervivencia de la propia empresa.

El medio de transporte, es el medio por el cual se lleva a cabo la distribución física internacional de mercaderías y productos, cuya finalidad es instrumentar la solución más satisfactoria para trasladar la cantidad correcta de productos desde su origen al lugar adecuado, en el tiempo necesario y al mínimo coste posible. La logística es el proceso de planificación, operación y control de movimiento y almacenaje de mercaderías, desde la materia original hasta la puesta a disposición del cliente final con el menor costo, la mayor celeridad y la máxima seguridad. (Torres; 1998).

Dicho esto, se propone utilizar transporte terrestre carretero para exportar la oleína vegetal producida por Santa Fe Aceites SRL a la República de Chile. Se determina utilizar un camión cisterna de 27,5 TON. Carga a granel líquida. Carga completa. Paso fronterizo Cristo Redentor (Mendoza).

A continuación, se detallan los motivos:

- Este tipo de transporte se adapta perfectamente al tipo de materia prima que deseamos exportar y a las cantidades de la misma. El producto puede ser transportado en camiones cisternas. Los mismos deben estar debidamente higienizados y secos, con ausencia de olores, materias extrañas y plagas. El transporte debe realizarse en vehículos autorizados

por la autoridad competente. Las condiciones de higiene externas deben ser adecuadas. En cuanto al volumen a transportar será de 25 TON. Otro factor es el costo, rapidez y seguridad que proporciona el mismo.

- Es conveniente utilizar transporte terrestre por la distancia que separa un destino del otro. Los 1300 km que separan ambos países limítrofes resultan convenientes para este tipo de transporte.
- No se considera necesaria la utilización de transporte marítimo ya que al ser la primera exportación de tan solo 25 TON. no vale la pena la utilización del mismo. En un futuro, si la relación comercial persiste y se incrementan las cantidades exportadas se puede llegar a analizar la opción de utilizar un transporte marítimo.

4.1 ENVASE Y EMBALAJE

El cuanto al embalaje y envase no se requieren para esta materia prima ya que la misma se vende a granel.

4.2 EMPRESA TRANSPORTISTA: TRANSMODAL

El servicio logístico va a estar a cargo de la empresa Transmodal SA de la ciudad de Rosario, el costo del traslado es de USD 4200. El mismo representa el traslado desde deposito fiscal Portar Rosario hasta deposito fiscal en Chile, Santiago. Luego la empresa Graneles SA se encarga del flete interno desde deposito fiscal hasta su empresa para su respectivo almacenaje y posterior distribución.

Contacto:

Jujuy 1983, piso 1, oficinas 1 a 3. CP 2000. Rosario.

info@transmodal.com.ar

TEL 3414282577

<https://www.trans-modal.com.ar/>

4.3 DOCUMENTACION UTILIZADA EN EL TRANSPORTE INTERNACIONAL CARRETERO.

Nota de Instrucción: Es enviada por el dador de carga (remitente) al transportista, indicándole en ella el detalle de las mercaderías que será entregadas para su transporte.

Hoja de Ruta: Es un documento en el que se detalla el camino a transitar y las localidades que atravesará el vehículo. También debe indicarse el paso internacional a utilizar.

Carta de porte terrestre carretera: Es el principal documento del transporte carretero de mercaderías. Es una prueba escrita que demuestra la existencia de mercaderías en un camión. Es un documento transmisible. Acredita titularidad sobre la mercadería.

Manifiesto Internacional por Carretera / Declaración de Tránsito Aduanero (MIC/DTA): Es un documento que contiene una declaración aduanera que permite que las mercaderías sean revisadas en origen y en destino y no en los pasos aduaneros entre los países en tránsito, en los que solamente habrá que presentar este documento. (Bloch; 2015).



5. MEDIO DE PAGO: ORDEN DE PAGO INTERNACIONAL

Para la operación se propone utilizar orden de pago internacional, que si bien no es uno de los medios más seguros se apela al vínculo de confianza generado entre Santa Fe Aceites SRL y Graneles de Chile SA. Ambas empresas, sólidas y con larga trayectoria en el rubro, lograron realizar reuniones vía zoom tendientes a acordar la forma de pago. Las dos partes quedaron de acuerdo con esta forma de pago internacional, ya que es conveniente para las dos partes.

Se trata de uno de los medios de pago más utilizados en el comercio exterior, por su fácil tratamiento operativo y su coste respecto a otras opciones de pago o cobro. En una transferencia internacional el importador da instrucciones a su entidad financiera para efectuar un pago a la vista a favor del exportador. Pueden realizarse en cualquier divisa convertible y cotizada en los mercados internacionales y en las que exportador e importador tengan expresada la deuda.

En ocasiones, se realiza el pago previo al envío de la mercancía, total o parcialmente, en respuesta a una exigencia de la parte vendedora en la negociación. Por el contrario, si prevalece una situación de confianza mutua o se deriva de la posición negociadora del importador, puede expedirse la mercancía con antelación a la recepción del pago. En este caso, el exportador asume el riesgo de que el importador no ordene la transferencia una vez retirada la mercancía (riesgo de impago).

El circuito es el siguiente:

Transferencia internacional con pago a la recepción de la mercadería:

0. Firma de acuerdo de compraventa, recogiendo entre otras cuestiones el medio de pago utilizado.
1. El exportador embarca la mercadería junto con los documentos necesarios para retirar las mismas (riesgo de impago).
2. El importador, una vez recibida la mercancía, da instrucciones a su entidad para efectuar el pago por transferencia a favor del beneficiario, según los términos recogidos en el acuerdo de compraventa.
3. La entidad del importador emite la orden de transferencia.
4. La entidad del exportador abona los fondos al beneficiario.

6. COSTOS Y PRECIOS DE EXPORTACION: EN DOLARES ESTADOUNIDENSES

1. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Materia prima y materiales	
Nacionales o extranjera adquiridas en plaza (residuos industriales)	\$ 258,000
Extranjera (valor CIF)	\$ 0,000
Importada en forma definitiva	\$ 0,000
Importada en forma de admisión temporaria	\$ 0,000
Mano de obra y cargas sociales	\$ 11,288
Gastos de fabricación	\$ 8,400
Gastos administrativos	\$ 1,821
Gastos de comercialización	\$ 0,000
Gastos financieros	\$ 1,092
Otros Gastos (Combustible camiones recolectores)	\$ 1,457
Subtotal rubro 1	\$ 282,058

2. GASTOS DE EXPORTACIÓN

Etiquetas, manuales, folletos, etc	\$ 0,024
Acondicionamiento interiores	\$ 1,311
Envases y embalajes	\$ 0,000
Marcas, rótulos, etc	\$ 0,012
Almacenaje	\$ 0,000
Seguros interiores	\$ 3,100
Documentación para embarque (Emision CRT)	\$ 2,200
Transportes interiores (Santa Fe Aceites SRL - Portar Rosario)	\$ 2,240
Muestras	\$ 0,000
Gastos portuarios	\$ 0,000

Alquiler de contenedor	\$ 0,000
Verificaciones y demás gastos necesarios para el embarque	\$ 0,000
Gravámenes específicos a la exportación	\$ 0,000
Gastos despachante	\$ 0,000
Gastos no imponibles	\$ 0,000
Gastos bancarios	\$ 0,000
Gastos deposito fiscal (Almacenamiento y verificación USD 150)	\$ 6,000
Subtotal rubro 2	\$ 14,887

3. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y FINANCIEROS

Departamento de exportación	\$ 0,730
Investigación de mercado	\$ 0,015
Publicidad en el exterior	\$ 0,020
Intereses de financiación	\$ 0,000
Financiación en el exterior	\$ 0,000
Financiación en plaza	\$ 0,000
Avales y garantías	\$ 0,000
Otros gastos	\$ 0,000
Subtotal rubro 3	\$ 0,765

4. BENEFICIOS CUYA BASE DE CÁLCULO NO ESTÁ RELACIONADA CON EL PRECIO FOB

Draw-back	\$ 0,000
Reembolso adicional sobre el seguro y el flete internacional (Ley 23.018)	\$ 0,000
Recuperos diversos	\$ 0,000
Subtotal rubro 4	\$ 0,000

**5. UTILIDAD (IMPORTE FIJO POR UNIDAD DE COTIZACIÓN, NETO DEL
IMPUESTO A LAS GANANCIAS)**

Utilidad	\$ 0,000
Neto del impuesto a las ganancias	\$ 0,000
Subtotal rubro 5	\$ 0,000

6. COSTO TOTAL DE PRE - EXPORTACIÓN

Costo total pre exportación	\$ 0,000
CT pre/exportación	\$ 297,710

7. GASTOS DE EXPORTACIÓN CUYA BASE DE CÁLCULO ES EL PRECIO FOB

	%FOB	Monto
Derecho de exportación (ad valore)	3,00%	\$ 13,584
Comisiones bancarias	0,25%	\$ 1,132
Comisiones por intermediación	0,00%	\$ 0,000
Honorarios del despachante de aduana	1,00%	\$ 4,528
Seguro de créditos	0,00%	\$ 0,000
Garantías	0,00%	\$ 0,000
Envíos para cubrir faltantes	0,00%	\$ 0,000
Gastos no imponibles	0,00%	\$ 0,000
Otros gastos	0,00%	\$ 0,000
Subtotal rubro 7	4,25%	\$ 19,244

**8. BENEFICIOS A LAS EXPORTACIONES CUYA BASE DE CÁLCULO ES EL
PRECIO FOB**

Reintegros y reembolsos		
-------------------------	--	--

Reintegro de la NCM	0,00%	\$ 0,000
Reintegro por intercambio compensado	0,00%	\$ 0,000
Reintegro por reconversión productiva	0,00%	\$ 0,000
Reintegro por envío al Área Aduanera Especial	0,00%	\$ 0,000
Reembolso adicional por puertos patagónicos	0,00%	\$ 0,000
Otros beneficios	0,00%	\$ 0,000
Subtotal rubro 8	0,00%	\$ 0,000

9. UTILIDAD

	%	Monto
Utilidad	30%	\$ 135,837
Impuesto a las ganancias	0%	\$ 0,000
Acrecentamiento	0%	\$ 0,000
Subtotal rubro 9	30%	\$ 135,837

10. PRECIO FOB

Precio FOB	\$ 452,791
-------------------	-------------------

11. FLETE INTERNACIONAL

Flete internacional (USD 4200)	\$ 168,000
Subtotal rubro 11	\$ 168,000

12. SEGURO INTERNACIONAL

	%	Monto
Seguro internacional	0,50%	\$ 3,104
Subtotal rubro 12	0,50%	\$ 3,104

13. PRECIO CIP

<i>Precio CIP</i>	\$ 623,895
-------------------	-------------------

ANALISIS DE LA INVERSION

CIP UNITARIO	UNIDADES EXPORTADAS (Tn)	UTILIDAD UNITARIA (30%)
623,895	25	135,837

CIP TOTAL	UTILIDAD TOTAL	INVERSION TOTAL
15597,375	3395,925	12201,45

TIPO DE CAMBIO	274,50
PRECIO CIP TOTAL (PESOS ARGENTINOS)	4.281.479,44
UTILIDAD TOTAL (PESOS ARGENTINOS)	932.181,41
INVERSION TOTAL (PESOS ARGENTINOS)	3.349.298,03

ALTERNATIVA DE INVERSION EN PLAZO FIJO

T.N.A 28/08/2023	118%
MONTO	3.349.298,03
PLAZO	30 DIAS
INTERESES OBTENIDOS	329.347,63

- Para la conversión a pesos argentinos se toma el tipo de cambio comprador del Banco de la Nación Argentina al día 01/08/2023 \$274.50.
- Se realizó el cálculo del precio de exportación en dólares estadounidenses por el contexto inflacionario que está atravesando la República Argentina.

7. TRAMITES PREVIOS A LA EXPORTACION

Para poder operar en Comercio Exterior, se requiere que el contribuyente esté inscripto en alguna figura del Código Aduanero, posea CUIT con alta en los impuestos que correspondan según el tipo de operador y que, a su vez, no posea ninguna irregularidad en el estado del domicilio Fiscal.

Para ello debe primero generar una solicitud de inscripción (trámite Inicio). El sistema le indicará bajo qué condiciones se encuentra registrado o bien que requisitos/datos le faltan para inscribirse (por ejemplo: contar con un domicilio del tipo “Especial Aduana”, haber asociado dicho domicilio a la aduana correspondiente, presentar solvencia y garantías, entre otros.).

Al realizar el trámite de inicio el sistema genera, además, una solicitud de averiguación de infracciones.

Una vez que el contribuyente reúna las condiciones requeridas para la inscripción, y si no tiene infracciones, puede continuar con el trámite de alta. Si la inscripción es aceptada, puede comenzar a operar.

Otro trámite que puede efectuar es la Ratificación/Modificación de datos del tipo de operador. Cumple dos funciones:

1. Modificar algún dato ingresado
2. Ratificar los datos ingresados, ya que se actualiza la fecha de modificación de los mismos la última vez que el contribuyente los ha ratificado.

Finalmente, el contribuyente puede darse de baja de cualquier tipo de operador inscripto.

¿Cómo se realiza la inscripción en el registro?

Para comenzar con la inscripción en el registro, se deberá constituir un Domicilio Especial Aduanero, para ello se necesita clave fiscal nivel 3 de seguridad.

Se ingresa con clave fiscal al “Sistema Registral” - “Registros Especiales”. Allí se selecciona “F. 420/D Declaración de Domicilios”. Luego se selecciona “Crear Nuevo Domicilio” y se completa los datos requeridos del domicilio que se va a declarar. En caso de que no se detecten inconvenientes el sistema emitirá el Formulario F420/D, con el estado “Declarado por Internet” como constancia de registración del domicilio.

Luego se deberá asociar el Domicilio Especial Aduanero a la aduana o las aduanas a través de las cuales va a operar, ingresando al “Sistema Registral” - “Registros Especiales”, opción “F 420/R Declaración de Aduanas”. En el caso de que no se pueda encontrar la aduana dentro del listado, se tendrá que incluirla presionando previamente el botón “Asociar”. Una vez que se haya seleccionado la aduana o incorporado, se presiona sobre el botón “Asociar” del recuadro “Domicilios relacionados con la aduana seleccionada” en donde aparecerá el domicilio declarado anteriormente. A continuación, se tilda el domicilio y se presiona “Aceptar”.

Además, se deberán cumplir con los “Requisitos Particulares” mencionados en el punto 10 del Anexo I de la RG 2570. Los requisitos particulares van a depender del operador de comercio exterior que se trate. Dentro de los 30 días, de presentado el formulario 420/R, se deberá presentar la documentación complementaria, detallada e identificada con la letra “D”, dentro en el Anexo I de la RG 2570, ante cualquier dependencia de la Aduana.

Para finalizar el trámite, dentro de los 30 días de iniciado el trámite, se selecciona “Registros Especiales, opción F.420/R Registro Operadores Comercio Exterior y en trámite a realizar” se elige la opción “Alta”.

Se debe tener en cuenta que, una vez finalizado los 30 días desde el inicio del trámite, el mismo quedara sin efecto, y deberás volver a iniciarlo.

Antecedentes penales

La presentación se efectúa mediante el Sistema Informático de Trámites Aduaneros (SITA) Subtramite 10047, a través del mismo deberá adjuntar los certificados de antecedentes penales en formato pdf. En caso de persona jurídica, deberás presentar los certificados de todos los socios.

Resultado del trámite

El sistema emitirá la constancia de registro o en su defecto te notificará los motivos por los cuales el trámite fue rechazado:

- Trámite incompleto: si incumpliste con la presentación de los requisitos.
- Trámite archivado: si no confirmaste el alta dentro del plazo establecido.

- Trámite denegado: si cumpliste con todos los requisitos, pero te encontrás comprendido en una o más causales de inhabilidad.
- Trámite en período de apelación: indica que se interpuso recurso contra la resolución denegatoria.
- Alta efectuada.

Requisitos

Detalle de los requisitos generales para la inscripción y permanencia en el registro.

- Poseer alta en los Impuestos al Valor Agregado, a las Ganancias o en el Régimen Simplificado para Pequeños Contribuyentes, de corresponder (excepto para el Estado Nacional, las provincias, las municipalidades y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, así como las dependencias de la administración pública nacional, provincial, municipal o de la Ciudad Autónoma, los entes autárquicos o descentralizados, inclusive las sociedades del Estado y las empresas del Estado). Deberá acreditar alguna condición frente al Impuesto al Valor Agregado de acuerdo con su actividad.
- No encontrarse en estado de falencia.
- No encontrarse concursado. Este requisito corresponde sólo para Auxiliares del Comercio y del Servicio Aduanero y demás sujetos.
- Tener registrados los datos biométricos en el “Sistema Registral”.
- No registrar antecedentes en el Registro de Infractores. En el caso de personas jurídicas este requisito alcanza a los componentes de la misma.
- Para las personas jurídicas, tener declarados los socios y los integrantes de los órganos de administración y fiscalización, en ejercicio, según el tipo societario de que se trate.
- Poseer el alta en el Sistema de Comunicación y Notificación Electrónica Aduanera (SICNEA).
- Poseer el alta en el Sistema Informático de Trámites Aduaneros (SITA).

8. VALORACION, DOCUMENTACION Y ARANCELES PARA IMPORTAR EN LA REPUBLICA DE CHILE.

Al valorar la mercancía, se utiliza el “Free on board” (FOB). El valor FOB es el valor final de la mercancía, incluido el precio original del país de origen, gastos de flete, seguro y otros gastos incurridos para entregar la mercancía a la oficina de aduanas final.

Mercancía con un valor FOB superior a US \$ 1000, dicha cláusula se enmarca en el caso de estudio que se está realizando.

Cuando el valor FOB es mayor a USD 1000, el importador debe contratar a un agente de aduanas. El importador debe proporcionar al agente los documentos necesarios para presentar la Declaración de Ingreso ante el Servicio Nacional de Aduanas.

Los documentos obligatorios que los importadores deben proporcionar incluyen:

- Documento de envío: El conocimiento de embarque original, la carta de transporte internacional que demuestre la propiedad de la mercancía por parte del destinatario.
- La factura comercial original: Este documento acredita la mercancía como un objeto de ventas y sus valores.
- Certificado de aseguramiento: Este documento debe incluir el monto de la prima pagada
- Declaración jurada sobre el precio de la mercancía: El importador debe presentar este documento al agente de aduanas.
- Mandato: Documento constituido por el endoso exclusivo del documento de envío original.

Es importante mencionar que cuando el monto de la prima del seguro se designa en la factura comercial, no es necesario proporcionar el certificado de seguro. Además, el certificado no es obligatorio, pero se usa con frecuencia para facilitar el proceso de aprobación.

Existe cierta documentación adicional que se les puede solicitar a los posibles importadores, dependiendo de los productos que elijan importar. Los documentos requeridos en casos particulares incluyen:

- Certificado de origen: En caso de que la mercancía sea elegible para exención arancelaria de preferencias por acuerdos comerciales
- Lista de embalaje: Siempre debe corresponder a la mercancía embalada en contenedores llenos
- Nota de gastos: Deberá proporcionar esta información por separado, si aún no está incluida en la factura comercial o cuando la compra de la mercancía tiene una cláusula de fábrica.
- Permisos, visas, certificaciones o aprobaciones: A veces se requieren de acuerdo con el tipo de mercancía que desea importar.

En el caso de la Oleína vegetal exportada por Santa Fe Aceites SRL debe presentarse certificado de origen para acceder a las preferencias arancelarias otorgadas por el ACE 35.

ARANCELES

El derecho general de importación ad valorem es del 6%, calculado sobre el costo, seguro y valor del flete (CIF). Además, existe el impuesto al valor agregado, IVA igual al 19% y calculado sobre el CIF y el arancel ad valorem.

En el caso de la existencia de un acuerdo bilateral entre Chile y el país de origen de la mercancía, el impuesto ad valorem puede reducirse o eximirse. Sin embargo, el IVA debe ser pagado.

Chile tiene un arancel general del 6%, los productos que ingresan con origen argentino tiene rebajas por Acuerdo Chile Mercosur ACE 35, para los productos consultados la preferencia es del 100%, o sea arancel del 0%, solo paga IVA del 19%.

Toda la mercancía puede importarse a Chile a menos que la legislación especifique lo contrario. Dependiendo de la naturaleza de los bienes, puede ser necesario presentar una autorización, aprobación o control por parte de la organización reguladora correspondiente.

En el caso de la Oleína vegetal no es necesario presentar ningún tipo de certificación.

La lista de mercancías que requiere aprobación previa incluye armas de fuego, explosivos, bebidas alcohólicas, vinagre, alcoholes, vegetales, animales, fertilizantes, pesticidas, productos farmacéuticos, radiactivos, restos humanos, muestras de flora y fauna, entre otros.

MERCANCÍA CON IMPUESTO ADICIONAL

Oleína vegetal no encuadra dentro de mercaderías con impuestos adicionales.

La importación y exportación en Chile están reguladas por las leyes y decretos. Al importar, existen impuestos adicionales que se aplican a ciertos productos dependiendo de las regulaciones que buscan proteger las industrias nacionales o el bienestar de la población.

- Impuesto adicional del 15%: Artículos de oro, platino, marfil, joyas, piedras preciosas naturales o sintéticas, alfombras de alta gama, tapices de alta gama, pieles de alta gama, caviar enlatado y sus sustitutos, armas de aire o de gas comprimido, sus accesorios y proyectiles
- Impuesto adicional del 50%: Artículos pirotécnicos como fuegos artificiales, petardos, con la excepción de productos para uso industrial, minero, de señalización luminosa o agrícola.
- Otros impuestos adicionales: Bebidas alcohólicas, bebidas de lujo y tabaco.
- En el caso de bienes de segunda mano que reciben autorización, existe un cargo adicional del 3% sobre su valor CIF.

PAGO

Los importadores tienen 15 días para pagar sus derechos de aduana

El pago del arancel puede realizarse una vez que la Aduana haya validado la declaración de importación. Se puede hacer electrónicamente o a través de entidades financieras autorizadas.

Los importadores tienen 15 días para pagar sus derechos de aduana, contados desde el día en que se recibe la mercancía y se emite la declaración de entrada. Si el pago se realiza después de la fecha asignada, se aplicarán cargos adicionales por retraso en el pago. Además, si la mercancía no se retira del almacén de Aduanas después de 90 días, se presume que se abandona y se aplican tarifas adicionales sobre sus derechos.

CERTIFICADO DE ORIGEN: CAMARA DE COMERCIO EXTERIOR DE ROSARIO

Presentación de Legajos de las empresas exportadoras que visan Certificado de Origen ante la Cámara de Comercio Exterior de Rosario

Considerando la Resolución Nro. 48/01 SICI, se informa y se les solicita a todas las personas que requieran el visado de certificado de origen, cumplimentar con el registro de firmas ante esta Entidad, para firmar los documentos que aquí se presentan (Factura comercial E, Declaración Jurada, Certificado de Origen).

Motivo de este requerimiento, tiene como fundamento las Comunicaciones N° 250 y 334 del Área Origen de Mercaderías, dependiente de la Subsecretaría de Política y Gestión Comercial del Ministerio de la Producción Nacional, por las cuales se establece la obligatoriedad que cada Entidad habilitada cuente con un respaldo documental archivado del cual surjan que él o los firmantes se encuentran legalmente habilitados para formular manifestaciones bajo el carácter de declaración jurada en nombre del solicitante de la certificación.

Opciones de la documentación a presentar

Sociedades Anónimas:

a) Copia certificada por Poder Judicial o escribano, del Estatuto Social Constitutivo de la Sociedad y cualquier Reforma del Estatuto Social debidamente inscripto en el organismo de contralor que corresponda.

b) Copia certificada por Poder Judicial o escribano, del Acta de Asamblea General Ordinaria o su parte pertinente transcrita por Escribano Público en la que llevó a cabo la elección de las autoridades vigentes de la sociedad persona (frente y dorso).

Se hace saber que asimismo es obligatorio presentar a la documentación antes mencionada y para completar el legajo de la empresa, la “Nota sobre Los Procesos de Verificación y Control de Régimen de Procedimientos y Sanciones Administrativas” y el “Registro de firmas”, ambos con la firma certificada por escribano, tribunales o banco.

Apoderados: En el caso de que la empresa quiera o cuente con Apoderados, deberán presentar el Poder Especial confeccionado por Escribano Público para la/s persona/s autorizada/s para firmar la documentación vinculada a la emisión de certificados de origen. En el mismo poder se “deberá consignar específicamente” que la o las personadas autorizadas en el mismo pueden firmar la documentación presentada ante esta Entidad. El apoderado deberá figurar en el formulario registro de firmas, con dicho cargo.

Para la emisión de los certificados de origen se deberá presentar la siguiente documentación:

- Certificado de origen
- Factura de Exportación
- Declaración Jurada del producto a exportar (modelo confeccionado en hoja membretada de la empresa). La mencionada documentación deberá estar firmada y sellada en original por la/s persona/s debidamente habilitada para tal efecto.

Córdoba 1868 1° Piso Of. 114/115 – S2000AXD – Rosario Tel: 54-341-4257147 / 4257486 –
ccer@commerce.com.ar - www.commerce.com.ar

9. CONCLUSION

El clima político de República de Chile favorece el libre comercio internacional. En este sentido, las actividades de importación y exportación en República de Chile se benefician de 26 tratados de libre comercio que le dan acceso al país a 64 mercados internacionales. El mercado de la República de Chile ofrece amplias posibilidades para la materia prima ofrecida por Santa fe aceites. Cabe destacar que en la República de Chile no se producen oleínas vegetales con lo cual su única forma de abastecerse de la misma es a través del mercado internacional.

La República de Chile es por excelencia importadora de ácidos grasos u oleínas vegetales, dentro de las cuales la República Argentina representa un 70% de las mismas convirtiéndose en el proveedor más importante del mercado chileno.

La materia prima ofrecida encuentra en la República Chile un potencial extraordinario dado que la industria porcina chilena se encuentra en constante progreso y evolución. La oleína vegetal que ofrece Santa fe aceites cumple con los estándares internacionales necesarios para su utilización en la industria de elaboración de piensos para porcinos.

A continuación, se detallan algunos datos para demostrar la importancia y el potencial de la oleína en Chile:

Las exportaciones son el motor de crecimiento de la industria porcina chilena, ya que la misma representa un 75% de su producción. Dicha industria está habilitada para exportar a 64 países en el mundo, como ya se mencionó. El año 2021 la carne de cerdo representó el 38% del total de carnes producidas en el país con 590 mil toneladas vara. El consumo per cápita de cerdo en Chile se ha triplicado en los últimos 30 años, pasando de los 5 Kg/pc a los 16 Kg/pc, resultando ser la tercera carne más consumida luego del pollo y el bovino. Es decir, que tanto el consumo nacional como las exportaciones de porcino están siendo cada vez más significativas. Este crecimiento se explica en gran medida por la sanidad, inocuidad de los productos, a una mayor oferta de cortes y a ajustes en la genética (carne más magra).

La industria porcina chilena, como resultado de una política de apertura hacia la economía mundial hace tres décadas, puso su foco en desarrollar productos dirigidos a los mercados externos más exigentes, tales como: Unión Europea, Japón, China y Corea del Sur. Esto permite que hoy la industria porcina chilena sea reconocida internacionalmente como una industria de calidad mundial, que elabora productos con los estándares más altos de inocuidad, sanidad y bioseguridad.

La industria exportadora de carne de cerdo siempre ha trabajado con cada mercado objetivo en elaborar productos que respondan a los requerimientos y a las necesidades de los consumidores.

Dichas instituciones realizan un esfuerzo permanente para mantener el estatus de país libre de enfermedades que afecten al comercio. Si bien Chile tiene como ventaja comparativa su geografía que actúa como barrera de ciertas enfermedades, se está trabajando en la mejora de la bioseguridad del proceso productivo para mantener el buen estatus sanitario del país y no perjudicar el acceso a mercados. Con el esfuerzo del estado y la industria se ha logrado llegar a un lugar destacado en el concierto internacional, a pesar de no contar con las ventajas comparativas que poseen otros actores relevantes, tales como un mercado interno grande y plena disponibilidad de granos. (La industria productora de cerdos de Chile debe importar anualmente el 50% del maíz que consume y el 100% de la soja).

Respecto al impacto social de la actividad porcina en Chile, se destaca que el sector genera entre 10.000 y 12.000 puestos de trabajo de forma directa, a los cuales se les suman otros 10.000 de forma indirecta. A su vez, el sector tiene alrededor de 9.000 proveedores de los cuales, aproximadamente el 60% está dado por Pymes.

Dados los factores que se expusieron se cree que el potencial exportador de oleína vegetal hacia la República de Chile es muy alto.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

- AFIP. (2023).** Registros Especiales Aduaneros - Importadores y Exportadores. Inscripción, reinscripción, modificación de datos y cese de la inscripción. Acceso 14/04/2023. https://servicioscf.afip.gob.ar/publico/abc/ABCpaso2.aspx?id_nivel1=556&id_nivel2=1094&id_nivel3=1098&id_nivel4=1512&p=Inscripci%C3%B3n,%20reinscripci%C3%B3n,%20modificaci%C3%B3n%20de%20datos%20y%20cese%20de%20la%20inscripci%C3%B3n
- Águila, R. (2022).** Tablas de crecimiento del cerdo. Edad y conversión alimentaria. Acceso 14/06/2023. <https://www.porcicultura.com/destacado/tablas-de-crecimiento-del-cerdo-4-edad-y-conversion-alimenticia>
- Bloch, R. (2015).** Transporte internacional de mercaderías. Operatoria de los diversos modos de transporte en el ámbito del Comercio Internacional. Guías prácticas SA. Ediciones IARA SA.
- Brockway Aguirre, R. (2021).** Situación del mercado nacional e internacional de la carne de cerdo. ODEPA. Ministerio de Agricultura. Gobierno de Chile
- CaCEC. Cámara de comercio exterior de Córdoba. (2020).** Exportador. La exportación paso a paso. Acceso 15/02/2023. https://www.cacec.com.ar/uploads/medialibrary/ArchivosVarios/ARCHIVO_2_1650379968.pdf
- Cámara de comercio exterior de Rosario. (2020).** Instructivos para el visado de Certificados de Origen. Acceso 10/05/2023. <https://commerce.com.ar/wp-content/uploads/2020/12/Instructivo-Visado-de-C.O.-Camara-de-Com.Ext.-de-Rosario.pdf>

Chile Aduanas Customs. (2020). ¿Qué debo hacer para importar una mercadería? Acceso 15/03/2023. <https://www.aduana.cl/que-debo-hacer-para-importar-una-mercancia/aduana/2020-11-16/105953.html>

Chile Aduanas Customs. (2023). ¿Cuáles son los impuestos que debo pagar al importar? Gobierno de Chile. Acceso 20/04/2023. <https://www.aduana.cl/cuales-son-los-impuestos-que-debo-pagar-al-importar/aduana/2020-11-16/110804.html>

Código Aduanero Argentino. (1981).

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/16536/texact.htm>

Diario del Exportador. (2016). Portal especializado en comercio exterior y gestión de los negocios internacionales. Una mirada al mercado chileno. Acceso 19/03/2023. <https://www.diariodelexportador.com/2016/09/una-mirada-al-mercado-chileno.html>

Diario del Exportador. (2018). Portal especializado en comercio exterior y gestión de los negocios internacionales. Recomendaciones para hacer negocios en Chile. Acceso 19/03/2023. https://www.diariodelexportador.com/2018/04/recomendaciones-para-hacer-negocios-en_14.html

Diario del Exportador. (2020). Portal especializado en comercio exterior y gestión de los negocios internacionales. Incoterms 2020: Los 11 términos incoterms explicados uno a uno. Acceso 20/04/2023. <https://www.diariodelexportador.com/2020/01/incoterms-2020-los-11-terminos.html>

Diario del Exportador. (2022). Portal especializado en comercio exterior y gestión de los negocios internacionales. 5 cosas que usted debe saber antes de hacer negocios en Chile. Acceso 23/02/2023. https://www.diariodelexportador.com/2022/11/5-cosas-que-usted-debe-saber-antes-de_8.html

Diario del Exportador. (2023). Portal especializado en comercio exterior y gestión de los negocios internacionales. Trámites y pautas para importar en Chile. <https://www.diariodelexportador.com/2017/04/tramites-y-pautas-para-importar-en-chile.html#>

- Dirección General de Comercio Exterior. (2021).** Guía para exportar. Subsecretaría de Industria, Pymes y Comercio. Ministerio de trabajo, empleo e industria. Gobierno de La rioja. Acceso 25/11/2022. <https://mintrabajoindustria.larioja.gob.ar/wp-content/uploads/2021/04/GUIA-PARA-EXPORTAR.pdf>
- EduFinet.** Proyecto de educación financiera. Acceso 01/04/2023. <https://edufinet.com/inicio/medios-de-pago/comercio-exterior/como-functiona-una-transferencia-internacional/como-functiona-una-transferencia-internacional>
- Embajada de Argentina en Chile. (2022).** Guía de negocios. Chile. Sección Económica y Comercial. Acceso 15/09/2022. <https://exportaciones.cancilleria.gob.ar/sitios/bajar/3048/guia-negocios>
- Fanjul, E. (2017).** Una estrategia para los mercados exteriores: el plan de internacionalización. Iberglobal. Acceso 26/05/2023. [http://www.berglobal.com/files/2017/plan_internacionalizacion\(1\).pdf](http://www.berglobal.com/files/2017/plan_internacionalizacion(1).pdf)
- Mateos, G., Rebollar, P., Medel, P. (1996).** Utilización de grasas y productos lipídicos en alimentación animal: grasas puras y mezclas. Fundación FEDNA. Departamento de Producción Animal. Universidad Politécnica de Madrid.
- Galicia.** El ABC de sus negocios internacionales. Comercio exterior. Acceso 04/05/2023. https://comex.bancogalicia.com/media/17798/pdf_guia.pdf
- Gutman, G. (2013).** Análisis de diagnóstico técnico sectorial aceitero. Secretaria de Planeamiento y Políticas. Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación productiva. Argentina.
- Hill, C. (2011).** Negocios Internacionales (8ª ED). MacGraw-Hill.
- Negoincomex. (2019).** El libro blanco de los Negocios Internacionales. Herramientas para la internacionalización.
- Orfini, M. (2022).** Informe final. Misión virtual de alimentación animal. Chile. Subsecretaría de Promoción del Comercio e Inversiones. Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. Argentina. Acceso 15/04/2023.

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet/promocion-comercial/misiones-comerciales>

ProArgentina. (2007). Manual del exportador. Subsecretaría de la pequeña y mediana empresa y desarrollo regional.

Santibáñez, F., Skoknic, A., Rosa, J., Devilat, J. (1969). Efecto de la inclusión de ácidos grasos vegetales en las raciones de crianza y engorda de cerdos. Acceso 01/07/2023.
<https://biblioteca.inia.cl/bitstream/handle/20.500.14001/40579/NR37948.pdf?sequence=1>

Torres, V. (1998). Como operar en el Mercosur. Aduana. Transporte. Bancos. Omar D. Buyatti. Librería Editorial.

Uruguay XXI. Promoción de Inversiones y Exportaciones. (2017). Ficha país. Chile. Acceso 08/08/2022.
<https://www.uruguayxxi.gub.uy/uploads/informacion/Informe%20pa%C3%ADs%20Chile%202017-6.pdf>

Villareal Laringa, O. (2005). La internacionalización de la empresa y la empresa internacional: una revisión conceptual contemporánea. Cuadernos de gestión. Vol 5. Nº 2.

Páginas web de interés visitadas:

Argentina Trade Net: www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet

Banco Central de Chile: www.bcentral.cl

Chile Aduanas Customs: www.aduana.cl

Federación de Industrias Chilenas: www.sofofa.cl

Federación Española para el Desarrollo de la Nutrición Animal: www.fundacionfedna.org

Instituto Nacional De Estadística: www.ine.cl

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <https://comex.indec.gob.ar/>

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo: www.economia.gob.cl

Ministerio de Relaciones Exteriores: www.minrel.gov.cl

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

Prochile: www.prochile.gob.cl

Servicio Agrícola y Ganadero: www.sag.gob.cl

Servicio Nacional de Aduanas: www.aduana.cl

Sistema Integrado de Comercio Exterior: www.sicexchile.cl

Trade Map: www.trademap.org

Ventanilla Única de Comercio Exterior: <https://ci.vuce.gob.ar>