



CHILE EN MÉXICO

Fuerte AUMENTO DEL COMERCIO entre Chile y México



INTER MEDIA CONTROL FRUIT S.A. DE C.V.

www.intermediacontrolfruit.com.mx

Agencia Aduanal especialista
en **importación** de
productos alimenticios
Chilenos a **México**.



Operadores Logísticos de **Empresas Ariztía**
INTER MEDIA CONTROL FRUIT S.A. DE C.V. Manzanillo, Colima, México. Teléfono: 314- 1381879



Masisa + Innovación

En Masisa estamos
trabajando para
transformar la
Industria del Mueble
en México.

Placa centro
MASISA

Melamina
MASISA



MDF
MASISA

HR
MASISA

RANURADO
MASISA

AGLOMERADO
MASISA

www.masisa.com
Maderas y Sintéticos de México S.A. de C.V.

Jaime Balmes 8, piso 2-202 | Col. Los Morales, CP 11510 | México DF
Tel +52 (55) 9138 2300 | ventas.mexico@masisa.com



MASISA
más confianza



Leonardo Banda Maldonado.

El 2010 marca la recuperación de los mercados después de la crisis mundial del año pasado. En efecto, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), ha anunciado recientemente una nueva proyección de crecimiento económico para México de 4,5%. A su vez, el Ministerio de Hacienda de Chile proyecta un crecimiento económico de 5,1% para este año en nuestro país.

De concretarse estas proyecciones, México y Chile se trasformarán en los países que tendrán este año las mayores tasas de crecimiento en América Latina.

Estos indicadores positivos ya se reflejan en las cifras de intercambio comercial entre ambos países. Por ejemplo, México aumentó sus exportaciones a Chile un 99,3% (enero – agosto) respecto al mismo período del año pasado. Chile, en tanto, en el mismo período, aumentó sus envíos a México un 28,5%, respecto a igual período del año pasado.

Las cifras nominales de este comercio bilateral aún son bajas al comparar las colocaciones totales de ambos países, por lo cual, se puede inferir que la relación comercial bilateral tiene aún un gran potencial por explorar.

De allí que a través de esta tribuna invitamos a nuestros lectores a conocer e informarse de las grandes oportunidades de negocios, sea en importación o exportación de productos y servicios, como en inversiones y en el potencial turístico. Hoy, el Tratado de Libre Comercio vigente entre Chile y México otorga un marco ideal para ello y también para crear alianzas estratégicas que permitan a empresas de nuestros países llegar en conjunto a otros grandes mercados, aprovechando así nuestras ventajas competitivas.

Por nuestra parte, como ProChile seguimos trabajando en la promoción de la oferta exportable de nuestros bienes y servicios. De hecho, entre los meses de octubre y noviembre tendremos dos grandes eventos relacionados con los productos gourmet y vinos en Ciudad de México.

Tras el exitoso rescate de los 33 mineros en el norte de nuestro país, donde quedó demostrada la competencia y calidad de los profesionales y técnicos chilenos, junto con agradecer la solidaridad de México y compartir con Uds. nuestra alegría, queremos reiterarles que estamos para atenderles y brindarles el mejor de los servicios.

Leonardo Banda Maldonado
Director ProChile México.

Sumario

Editorial	3
Empresarios mexicanos aconsejan invertir en Chile	4
Chile, el país perfecto para la producción de vino	7
Crece venta de productos gourmet chilenos en México	10
Promoción de Productos chilenos en octubre y noviembre 2010	12
Abriendo el mercado para los productos agrícolas	13
El diamante chileno del fin del mundo	14

Director: Leonardo Banda M.
Editor: Guillermo Hormazábal S.
Fotografías: PROCHILE

Direcciones:

Embajada de Chile

Andrés Bello 10- Piso 18.
Colonia Polanco C.P. 11560 México DF
Fono (5255) 5280 9681 – 5280 9682
echilmex@prodigy.net.mx

ProChile México D.F

Andrés Bello 10- Piso 18.
Colonia Polanco C.P. 11560 México DF
Fonos (5255) 5280 9708-5280 9723
lbanda@prochilemexico.com
www.chileinfo.com

ProChile Guadalajara

Terranova 1445-10
Col. Providencia. Guadalajara, Jalisco.
Fono/Fax: (5233) 3642-4165/66
ichavez@prochilejalisco.com

Consejería Agrícola en México

Calle del Río N°23.
Colonia Barrio de Santa Catarina
C.P. 04100 Delegación Coyoacán
Fonos (5255) 5659 9793 – 5658 4298
consejeria_agricola@consejagri.org
www.consejagri.gob.cl

Edición Gráfica: **Grupo Medios IQ**
(55) 56 74 50 00 y 011 info@mediosiq.com
www.mediosiq.com

EMPRESARIOS MEXICANOS ACONSEJAN INVERTIR EN CHILE

- **EMPRESAS MEXICANAS QUE HAN ELEGIDO CHILE PARA SUS INVERSIONES, HACEN UN BALANCE POSITIVO DE SU ESTADÍA EN EL PAÍS SUDAMERICANO. DESTACAN LA CLARIDAD DE LAS REGLAS PARA INVERTIR, LA SEGURIDAD, LA ESTABILIDAD POLÍTICA Y LA COMPETITIVIDAD EN LOS NEGOCIOS.**

Grupo Industrial Vida es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de productos alimenticios para consumo humano; establecida en México desde hace 28 años está posicionada como líder en el mercado mexicano de avena; producto insignia de la compañía.

En el año 2006, el Grupo tomó la decisión de introducir sus productos en el mercado internacional, y dentro de las posibilidades se definieron algunos países de América del Centro y América del Sur.

Felipe Gómez García, Director General de Grupo Industrial Vida, señala que Chile es el segundo productor de grano de avena en el continente americano, después de Canadá. Resultó ser el lugar indicado para tener el abasto de materia prima asegurado, procesar y fabricar nuestros productos y exportarlos a los diferentes países de Latinoamérica. Chile se ha convertido en un país con una notable vocación exportadora; son líderes en la producción de algunas materias primas y el consumo en el mercado interno es limitado por el número de habitantes, por lo tanto

se han convertido en proveedor importante de varios países. Este es el caso de la avena también.

Cómo fue el proceso de instalación? Fue relativamente sencillo... Merece la pena señalar que el servicio que se recibe de todas las dependencias es excelente en cuanto a los tiempos de respuesta y los trámites que se tienen que hacer para poder arrancar. Las reglas están muy claras; de hecho me llamo la atención que no hay incentivos fiscales para la inversión extranjera, no hay apoyos con terrenos gratuitos para captar la inversión extranjera; y el argumento que sostienen es que no quieren dejar en desventaja a las empresas locales, eso me gusto. El estado de derecho que impera en el país se siente y en nuestra experiencia nulos actos de corrupción. Como ejemplo bastaría ver el respeto que todos los chilenos tienen a los "carabineros" o policías, es de primer mundo. La labor del Banco Central es importantísima y tiene cuenta de todos los registros de todas las operaciones internacionales. El sistema bancario es promotor de la producción y hay una sana competencia entre todos.

La combinación de todos estos factores repercute en bajas tasas de interés que permiten al empresario ser competitivo. Con México existe un acuerdo para la "no doble tributación" que elimina la posible desventaja fiscal de invertir fuera de México y luego repatriar las utilidades.

"En contraste, agrega, es mi deber también decir que no todo es miel sobre hojuelas: existen algunas cuestiones que desde mi punto de vista no son congruentes con el Chile que todos quisiéramos ver. La sobreprotección que tienen los trabajadores por parte de las autoridades laborales es una amenaza latente y en ocasiones un fuerte golpe contra la productividad y a la administración por objetivos. Cualquier empleado a la hora que lo decida puede promover la formación de un sindicato sin otra idea en mente que cobijarse con un fuero especial para que no lo puedan despedir, a pesar de que su desempeño en la empresa sea mal evaluado. En ese sentido urge una reforma laboral que cambie el enfoque a la superación de los trabajadores por medio de la capacitación y el logro de resultados".



Felipe Gómez García, Director General de Grupo Industrial Vida



Mauricio Zenil Vargas, Director General de GEA Internacional para el Cono Sur

Junto con señalar que el balance de la experiencia, desde agosto de 2007, ha sido positivo para la empresa, Gómez, entrega un mensaje a los empresarios mexicanos que tienen posibilidades de invertir en Chile: “Primero y lógicamente que validen desde el punto de vista de la naturaleza de su negocio y los objetivos que persiguen que Chile sea realmente el país donde desean invertir. Una vez hecho ese análisis recomendar ampliamente que se animen a hacerlo; la calidad de vida en Chile es excelente y la cultura de trabajo de los que realmente trabajan es muy loable”.

GENERANDO NEGOCIOS, ASISTIENDO SU VIDA.

Este es el lema de GEA Internacional, empresa mexicana que desde hace cuatro años se instaló en Chile. El nacimiento en México, sin embargo, data del año 1994, con una facturación aproximada de \$70 millones de dólares anuales. Actualmente tiene oficinas en 11 países y una dotación de mil setecientas personas.

Gea Internacional presta servicios tales como asistencia legal, vial, mé-

dica, hogar, psicológica, nutricional, de mascota, mujer segura, eventos inesperados, entre otras múltiples facetas que atiende este tipo de empresas, entre cuyos clientes figuran de manera destacada bancos, telefónicas, aseguradoras y retails, entre otros.

Aseguran marcar las tendencias en la industria multiasistencial gracias a la innovación, excelencia en el servicio y un equipo humano altamente calificado.

Mauricio Zenil Vargas, de nacionalidad mexicana, Director General para el Cono Sur, nos explica por qué se instalaron en el país: “Chile se considera un país estable, con buena economía y muy ordenado; se dice que Chile es un laboratorio porque lo que allí funciona, funciona para casi toda Sudamérica”.

Añade que el proceso de instalación de la empresa, por las condiciones existentes en Chile, fue bastante expedito: “En materia jurídica, fue relativamente fácil contratar un despacho local para inscripción de la constitutiva, y los socios firmamos en la Embajada de Chile en México. En la parte administrativa, también fue fácil conseguir una patente con

licencia en funcionamiento temporal por 2 años, la cual sí solicitaba muchos requisitos y trámites, pero estos fueron claros. En lo que respecta a la cuenta de cheques, solo trámite para poderla gestionar. Por otro lado, la inversión del capital queda registrada en el Banco Central respecto a las remesas enviadas a dicho país, por lo que una vez que sea recuperada dicha inversión podrá, en su caso, salir del país sin mayor trámite o impuesto alguno”.

Mauricio, quien vive en Santiago junto a su familia, agrega que Chile, en el ramo de asistencia y seguros, es un referente en la región por lo que el crecimiento obtenido en él, proporciona un buen prestigio.”

Por lo anteriormente expuesto, este ejecutivo mexicano, abogado de profesión, señala a sus compatriotas que tienen posibilidades de hacer negocio en el país sudamericano: “Chile es un país muy competitivo, muy ordenado, muy seguro, con estabilidad política, pero sobre todo, es muy innovador y ávido de productos y servicios nuevos, en el cual se toman decisiones en mandos medios, lo que agiliza la penetración de estos productos o servicios”. ●



para la industria mueblera y construcción

Arauco Soluciones Sostenibles

eficientes y amigables con el medio ambiente

La más completa variedad de productos e información técnica para que sus proyectos de muebles y construcción sean eficientes, de calidad y amigables con el medio ambiente.



Soluciones Sostenibles



Araucocomex S.A. de C.V.

Av. Vallarta 6503, piso 5 Colonia Ciudad Granja
Torre Corey C.P. 45010, Zapopan, Jalisco, México
Tels. : (53-33) 3110-0235
araucocomex@arauco.cl
www.arauco.cl/mexico

Visítenos e inscribase en:

www.araucosoluciones.com



ARAUCO
Sembremos Futuro



Somos una empresa de reconocido prestigio en Chile, nos dedicamos a la importación, producción, comercialización y distribución de productos destinados a la industria pesquera, hortofrutícola, farmacéutica y laboratorios.

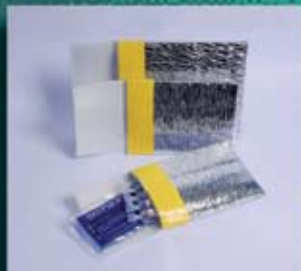
PRODUCTOS DE MAREA ALTA

TERMIKO

ENVASE TÉRMICO ALUMINIZADO PARA EL TRASLADO DE VACUNAS Y MEDICAMENTOS.

TERMIKO es un contenedor térmico que cumple con la reglamentación vigente para el traslado de Medicamentos Termolábiles.

TERMIKO utilizado en conjunto con nuestro producto "GEL PACK ICE" forman la ecuación perfecta de conservador de temperatura, permitiendo que el frío interior del contenedor comprenda el rango de 2°C a 8°C, durante 2 horas aproximadamente.



TERMIKO cuenta con certificación CESMEC, que confirma la conservación de temperatura al interior del estuche, junto al uso de GEL PACK ICE, al ser sometido a temperaturas línites.



PAÑO DE MATERIAL NO TEJIDO ABSORBENTE (NONWOVENS)

HidroMAX 60 es un paño de tela no tejida cuyo componente básico es la fibra de celulosa, material no tóxico ideal para el uso doméstico e industrial en áreas de limpieza, utilizable para remover grasas, residuos sólidos y aceites; también apto para el drenaje de alimentos, como limpieza de carnes, pescados y mariscos.



HidroMAX 60 es sometido a sanitización en el transcurso de su elaboración, haciéndolo indicado para evitar contaminación cruzada en área de manipulación de alimentos.



GEL PACK ICE, en su formato trilaminado, fue creado en forma exclusiva por nuestra empresa, para su utilización en aquellas áreas en que los traslados de productos de nuestros clientes requieren la mantención de cadenas de frío, tales como laboratorios, farmacias, pesqueras, hortofrutícolas, etc.



GEL PACK ICE, goza de una estructura molecular que permite un descongelamiento retardado, lo que le convierte en un preservador de cadenas de frío por más de 70 hrs., haciéndolo muchísimo más eficiente que el hielo seco.

CHILE, EL PAÍS PERFECTO PARA LA PRODUCCIÓN DE VINO



- EXPERTOS MEXICANOS E IMPORTADORES DE VINO CHILENO, DESTACAN LA RELACIÓN PRECIO-CALIDAD COMO RAZÓN PRINCIPAL PARA LA ALTA PRESENCIA DEL PRODUCTO EN MERCADOS MEXICANOS.
- ÚLTIMAMENTE SEÑALAN, SE ESTÁ PRIVILEGIANDO LA CALIDAD, POR SOBRE EL VOLUMEN; PARA ALGUNOS ÉSTA ES UNA BUENA APUESTA, PARA OTROS, NO TANTO.

Hablar de vino, puede significar muchas horas de entretenida conversación y también la publicación de gran cantidad de artículos; más aún cuando los entrevistados son personas conocedoras de la cultura del vino y manifiestan su felicidad por la actividad que realizan.

En esta oportunidad se trataba de conocer la experiencia de quienes importan vino chileno a México y los desafíos para un mejor posicionamiento de este afamado producto nacional en tierras aztecas.

CHILE EN MÉXICO entrevistó en esta ocasión a Luis Fernando Otero y Jorge Ibarra, de La Cave Club del Vino; Ricardo Torreblanca del Club del Gourmet y Flavio Servitje de El Sabor de los Grandes.

Apostar a los jóvenes.

Una coincidencia de entrada: todos opinan que el vino chileno, desde hace 20 años, ha tenido una gran preferencia por parte de los consumidores mexicanos.

“La gente que se ha incorporado a disfrutar de las sensaciones del vino, por supuesto que aprecia el vino chileno y le reconoce su grandes ventajas en relación a los demás vinos provenientes de otras regiones del mundo. Es así que el vino extranjero que más se bebe en México, después del mexicano, es el chileno”, asegura Luis Fernando Otero, Licenciado en Administración de Empresas del ITAM; Presidente y Fundador de la Cave Club del Vino; Presidente y Fundador de la Academia Mexicana del Vino y Fundador de la Unión Mexicana de Cata y Sommelier.

Para esta empresa que según Jorge Ibarra importa actualmente, para ventas directas y grandes mayoristas - en especial wallmart- alrededor de 130 mil botellas al año, el

gran atractivo en un principio fue su precio, la calidad y su facilidad para beberse. Aunque, añade Otero, actualmente se están metiendo en la misma competencia de los países ancestralmente productores, lo cual los pone en una situación un poco más difícil ya que deben aumentar sus precios. “Se están preocupando más de un mercado selectivo, de categoría premium y se olvidan, por ejemplo, de los jóvenes, que gustan del vino chileno, fácil de beber, frutoso y fresco”.

Hay que seguir apostando a la excelente relación precio - calidad, que ha distinguido a los vinos chilenos. Hay mucha gente que toma el vino diariamente; otra que es bebedor de fin de semana y una tercera, ocasional, que sí incursiona en el vino de mayor calidad, pero, como tal, de un mayor precio que no todos pueden pagar.

En su opinión, y como conocedor de este producto - Otero además es creador de la Maestría de Negocios del Vino en la Escuela de Enología y Gastronomía de la Universidad Autónoma de Baja California y Formación Profesional de Sommelier —asegura que las principales características del vino chileno lo constituyen su frutuosidad, riqueza aromática y suavidad placentera al paladar.

“Chile tiene el privilegio de la protección de la cordillera de la costa y los Andes, la influencia de vientos marinos, los suelos ricos en características distintivas y la tecnología moderna de las bodegas, al aprovechar todos los elementos coincidentes para lograr un buen vino”.

Cuáles son los desafíos para un mejor posicionamiento del vino chileno en México?

Para el vino chileno, como para cualquier otro, es acercarse directamente al consumidor, orientarlo y hablar en lenguaje sencillo que comprenda el significado de las dife-



Luis Fernando Otero, La Cave Club del Vino



Ricardo Torreblanca, Club del Gourmet

rentes expresiones que se comentan sobre el vino. ¡Ah!... y conquistar a los jóvenes como consumidores de vino.

Chile es el país perfecto para el cultivo de la vid

Ricardo Torreblanca, licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Iberoamericana y diplomado Sommelier en la Universidad de Turismo y Comercio, ambas en México, comenta, por su parte, que el crecimiento del consumo del vino entre los mexicanos ha aumentado de 375 a 500 ml per cápita, en los últimos cinco años.

Recuerda que sus padres, en un viaje a Chile, descubrieron Viña Valdivieso y se mostraron interesados en representar la marca para México. Así, desde el año 1995, nace la relación entre Club del Gourmet y Viña Valdivieso que hoy se traduce en la importación de más de 50.000 botellas anuales de vino.

El Club del Gourmet, añade, siempre se ha destacado por representar vinos de alta gama. Por lo mismo, desde un principio, la estrategia fue posicionar a Valdivieso como una viña de alta calidad. Allí surgió Caballo Loco en México, hoy incluso más conocido que el mismo Club del Gourmet.

Torreblanca, quien se desempeña en la empresa como Director de Importaciones, Logística y Distribución, asegura que el vino chileno “tuvo un crecimiento exponencial en años pasados ya que es un producto que, además de calidad y buen precio, se puso de moda; hoy por hoy su crecimiento ya no es exponencial pero sigue con un crecimiento alto y con la apertura de nuevas marcas de mayor calidad, con mayor precio”.

Según este entrevistado, a Chile se le conoce como el país perfecto para el cultivo de la Vid ya que variedades como el Carmenere, Malbec, Cabernet Franc, Pinot Noir, muy complicadas de cultivar en otros países, en Chile se dan de forma extraordinaria ya que se adecúan perfectamente al tipo de suelo y clima que sólo este país puede ofrecer.

“Viñas como Valdivieso se han preocupado por tener una bodega que, en lugar de producir volúmenes, prefieren producir calidad, buscando los mejores procesos de vinificación y crianza. El resultado son vinos elegantes y complejos que, desde el momento que son liberados al mercado, se transforman en productos que pueden satisfacer a los paladares más exigentes, así como otros que apenas se inician en el maravilloso mundo del vino”, añade.

Si a lo anterior, se agregan los tratados internacionales, como el TLC entre Chile y México, los vinos chilenos no solo tienen gran calidad, sino también precios muy competitivos. Siento que no hay mejor relación, ya que puedes encontrar vino chileno a un precio muy atractivo y de una calidad extraordinaria, agrega.

Para este joven sommelier y ejecutivo, “el vino chileno es la punta de lanza de los vinos del nuevo mundo. El corte que le han dando a sus vinos desde sus matices de color, estructura en nariz, buena carga de alcohólica y balance en boca, han posicionado al vino chileno como uno de los vinos consentidos por el mercado mundial”.

Sparkling chilenos. Destaca, asimismo, que es importante mencionar que desde el año pasado el mercado mexicano está descubriendo a los sparkling chilenos que son el champagne, pero de nuevo mundo. “Tienen una calidad impresionante y con un precio muy competitivo y si lo ponemos a competir contra cualquier champagne comercial estoy seguro que la preferencia se inclinaría hacia el sparkling chileno.

En cuanto a los desafíos para un mejor posicionamiento y mayor entrada del vino chileno en México, Torreblanca se muestra convencido que Chile, hoy por hoy, se está preocupando por ofrecer calidad en sus productos; las viñas están cambiando y en lugar de hacer grandes volúmenes hoy se preocupan por hacer calidad.

El gran desafío es conocer que Chile no sólo produce vino tinto y blanco jóvenes, sí no que también produce espumosos que son de una calidad inigualables, vinos de autor que son vinos de un corte diferente en donde cada



Flavio Servitje, El Sabor de los Grandes

bodega juega su honor y prestigio en cada una de sus botellas, como por ejemplo, Caballo Loco, orgullo de Chile, concluye el ejecutivo.

Confianza en los importadores mexicanos.

Flavio Servitje, socio de **El Sabor de los Grandes**, es un gran conocedor y fanático del vino. “Desde chico me acostumbraron a beber un poco de vino, siempre catalán e Italiano y algo de francés que era lo que venía a México. Con el tiempo estudié administración hotelera donde tomé mi primer curso del vino. Desde entonces como (almuerzo) y ceno con vino todos los días. Luego empecé a importarlo y hoy es nuestro negocio principal, por lo que ahora conduzco catas, asesoro a restaurantes en sus cartas de vinos, lo que me ha permitido conocer aun más vinos, bodegas y gente relacionada con el tema”.

Señala que desde hace cuatro se transformó en importador. Primero fue Viu Manent y actualmente importan aproximadamente unas 1,500 cajas al año, aunque ahora el volumen principal lo mueven con vinos chilenos como Cremaschi Furlotti y otros argentinos como Larivière Yturbe.

Con estudios de Administración Hotelera en la Universidad Iberoamericana y un MBA en Administración de Empresas en el ITAM, Servitje asegura que la aceptación del vino chileno entre los mexicanos es muy buena. Nosotros vamos directamente a restaurante y hoteles de prestigio, traemos bodegas boutique que ameritan lugares de moda y prestigio, no vendemos a cualquier restaurante. Vendemos a cavas privadas, es decir a particulares y en clubes sociales, de empresarios y deportistas. Estamos en donde se reúne la elite y los grandes tomadores y conocedores del vino.

Asegura que la relación calidad- precio del vino chileno es muy buena, pero hay que saber escoger la bodega. Creo que este es el principal atractivo del vino chileno. Puedes encontrar muy buenos vinos en la Unión Europea u otros países, pero son mucho más caros. Pero también,



Luis Fernando Otero y Jorge Ibarra, La Cave Club del Vino

como todas las bodegas, cuando alcanzan fama, empiezan a subir los precios y ahí perdemos todos.

Servitje señala que las principales características del vino chileno es que tiene mucho sabor y gran aroma; son vinos dependiendo de su ensamblaje y cepas, potentes, con sabores y aromas sorprendentes. Son vinos con muy buen ataque y que maridan muy bien con la comida mexicana.

A su juicio, cuáles son los desafíos para un mejor posicionamiento y mayor entrada de vino chileno en México?

Creo que el producto y el precio están donde deben estar; el problema que yo he encontrado son los dueños de las bodegas que a mi juicio deberían trabajar más estrechamente con su representante en México y buscar una sociedad larga y duradera. A veces pienso que solo buscan un representante para abrir mercado y/o posicionar la marca y después darles un puntapié y entrar directamente. Creo que hace falta confianza en el empresario mexicano y compromiso con las sociedades a largo plazo.

Y antes de retirarnos, una última pregunta: se puede tomar tequila y vino?

Servitje: Por supuesto; sólo en el orden correcto: el tequila como aperitivo con la botanita, después ya para comer, un blanco, rosado y un tinto.

Torreblanca: El vino y el tequila no están peleados. El tequila es un perfecto aperitivo; y como se sabe el perfecto maridaje para la comida es el vino y depende del platillo que nos servimos, es el tipo de vino con que vamos a efectuar el maridaje.

Otero: Por supuesto, son dos bebida totalmente diferentes pero que corresponden excelentemente para lo que han sido destinadas: el vino es el compañero de la comida y el tequila es la bebida de aperitivo y como digestivo para después de comer. No se contraponen. ●

CRECE VENTA DE PRODUCTOS GOURM

• PALACIO DE HIERRO ASEGURA QUE LAS VENTAS DE ESTE TIPO DE PRODUCTO CRECIERON 12%

Un gourmet es una persona con gusto delicado y exquisito paladar; conocedor de los platillos significativamente refinados, que tiene la capacidad de ser catador de talentos de gastronomía al probar el nivel de sabor y calidad de ciertos alimentos y vinos.

Son las características de José Ángel Sánchez-Aedo, dedicado a la gastronomía y alimentación y un consumado enólogo. Este mexicano-español que durante 30 años fue socio de La Europea, desde hace más de siete años, se desempeña como Director de la División Gourmet del Palacio de Hierro.

Palacio de Hierro –12 “palacios” en todo México, no tiendas, dice con énfasis – ha incursionado en los productos gourmet porque “es un área estratégica que tiene que ver con “estilo de vida”. Y hoy, asegura, traemos para los consumidores mexicanos aceites, mariscos, salmones, mermeladas, vinos, aguardientes y diversos tipos de licores de países tales como Francia, España, Alemania, Italia, y otros emergentes como Nueva Zelanda, Sudáfrica, Perú y, por supuesto, Chile.

Y por qué Chile: Enfáticamente responde: “por la calidad de los productos chilenos. Hoy interesa e importa qué se come, qué se bebe y esto tiene que ver con la forma de producción de cada uno de los productos, la presentación del mismo y, por supuesto, todo lo relacionado con la salud de las personas” Menciona, por ejemplo, el efecto benigno de los taninos del vino tinto para el corazón humano.

Asimismo, agrega, importa mucho el tratamiento orgánico que tiene la cadena productiva. Nos interesa la exclusividad. Se trata de productos que no están en los supermercados. Vamos a diferentes partes del mundo a buscar los mejores productos para nuestros clientes.

La entrevista fue efectuada, justamente, en la víspera de un nuevo viaje por mercados de Europa y otros países. José Ángel Sánchez-Aedo, asegura tener mucha relación con Chile, país al que ha viajado en diversas oportunidades. “El terremoto del 27 de febrero último, tremendo, me sorprendió, justamente, en Chile” señala.

Cuál ha sido la experiencia de la importación de los productos chilenos? “Ha sido muy buena desde siempre



 **CSAV** Agency
MEXICO

Comprometidos con
su negocio

CSAV presente
en el Bicentenario

Agencias Grupo CSAV (México) S.A. de C.V.

Insurgentes Sur 1898 Piso 20 Col.
Florida C.P. 01030 México D.F.

Tel: 52-55 5010 7700
Fax: 52-55 5010 7727

Servicio al cliente 01 800 5608636

www.csav.com

ET CHILENOS EN MÉXICO

ENTRE 2008 Y 2009

y crecemos todos los años; anualmente superamos los dos dígitos". Para ejemplificar su aseveración señala que entre el 2008 y 2009, el crecimiento de la venta de producto gourmet en el Palacio de Hierro aumento un 12%. Asegura que este crecimiento continuará ya que en México se está desarrollando una clase media "aspiracional". Una clase media que hasta hace algunos años no existía. "En México, anteriormente, teníamos una clase baja y otra alta. Hoy presenciamos el surgimiento de esta clase media que cada día aspira a una mejor calidad de vida y los productos gourmet, o delicatessen, tiene asegurado un futuro brillante". señala.

Al consultarle sobre las principales características de los productos gourmet, nuestro entrevistado no lo piensa dos veces: diferencia y calidad. "Todo lo resume la relación precio-calidad que estamos ofreciendo. Son productos costosos, en cuanto al tiempo empleado en su producción, pero por su calidad, no son caros. La gente así lo entiende y creo que esa es una de las razones de su éxito".

A su juicio este tipo de productos forma parte de lo que se ha denominado la revolución alimentaria, donde la gente exige mayor calidad, inocuidad y un tratamiento orgánico en su producción. ●



Enólogo José Ángel Sánchez-Aedo

OLAVE, EL TOQUE GOURMET EN SUS PLATILLOS.

México es un país con una población de más de 105 millones de habitantes, que no ha sido ajeno a la influencia de las tendencias de alimentos gourmet, naturales y orgánicos provenientes de Europa y Estados Unidos. Un ambiente de negocios cada vez más globalizado y la adopción de nuevos hábitos de alimentación, han formado un sector creciente de mexicanos dispuestos a pagar sobrepagos por alimentos de alta calidad.

En este contexto, OLAVE, empresa chilena, fue introducido al mercado mexicano a fines de 2006. En ese momento, no existía un aceite con las cualidades de OLAVE, siendo la mayoría de los aceites de oliva de baja calidad, orientados al consumo masivo.

Su sabor, aroma y más de 25 premios internacionales, entre los que destacan su reconocimiento como el mejor productor de aceite de oliva y el mejor aceite orgánico a nivel mundial, le permitieron ganar la preferencia de los paladares educados.

Los aceites orgánicos sirvieron como punta de lanza, seguidos por los orgánicos especiados de albahaca, ajo y limón y por los aceites convencionales, todos de sabor exquisito, orientados a diversas preferencias y ocasiones de compra.

Como resultado, Olave ha ganado mayor presencia año con año, convirtiéndose en el referente de los aceites de oliva de alta calidad. A nivel internacional, Olave se encuentra en más de quince países de distintos continentes.

LA PRESENCIA DEL QUESO CHILENO.

El mundo de hoy reclama más y mejores alimentos. Chile, por sus condiciones territoriales y climáticas, la riqueza de su mar y la calidad probada de su gente e instituciones, está en condiciones de transformarse en un proveedor excepcional. Los avances de la industria alimentaria nacional en los últimos años, le permiten hoy lograr metas y concretar sueños que poco tiempo atrás parecían inalcanzables.

Guillermo Iturriaga, Presidente de los exportadores de quesos chilenos, Exporlac Chile AG., señala que el sector exportador de alimentos bordea 20% de las exportaciones totales del país. El país cuenta con 15.000 productores y una masa ganadera que bordea los 3,5 millones de cabezas de ganado, de las cuales cerca de 495 mil están dedicadas única y exclusivamente a la ordeña y producción de leche.

En el 2008 las exportaciones de productos lácteos, fueron de 226 millones de dólares y, para el caso de México, estos envíos de lácteos sumaron 83 millones de dólares, vale decir un 37%. Entre el selecto grupo de empresas exportadoras destacan, Nestlé, Soprole, Watt's, Colun, Mulpulmo, Surlat, Lacteos del Sur, Comercial del Campo, Alimentos Puerto Varas y Quillayes, todas ellas agrupadas en la Asociación de Exportadores de productos Lácteos de Chile Exporlac Chile AG.

En conjunto, este grupo de empresas, es responsable de más del 90% de la recepción y exportaciones de leche del país y está muy motivado a seguir conquistando nuevos mercados y satisfacer la demanda de consumidores cada vez más interesados en otorgar sus preferencias a productos sanos y confiables, elaborados bajo estrictas normas de higiene, calidad y cuidado del medio ambiente.

Chile exporta productos lácteos a más de 40 países y México sigue siendo el más importante de sus mercados y particularmente por la importancia del queso Gauda.

PROMOCION DE PRODUCTOS CHILENOS EN OCTUBRE Y NOVIEMBRE 2010

La Dirección General de Promoción de Exportaciones de Chile, a través de la Oficina Comercial de México, dará a conocer, por intermedio de tres eventos, la oferta chilena de vinos y alimentos gourmet durante los meses de octubre y noviembre de 2010.

En primer lugar, en un importante esfuerzo conjunto, el Palacio de Hierro, tendrá en sus siete tiendas de la Ciudad de México una muestra especial de productos gourmet y vinos chilenos, en la cual se mostrarán y ofrecerán al público productos inéditos en México, tales como jalea de vino, paté de Wagyu, mermeladas de especialidad, vinagres de sabores. Es importante destacar que en este esfuerzo se presentan más de 20 empresas chilenas. Aprovechando éste contexto, se ofrecerá al público una cata de vino en tienda a la semana y un show de cocina en vivo cada quince días (cada presentación se hará en una sucursal distinta). Esta muestra estará abierta al público desde el 15 de octubre al 30 de noviembre.

Además de la muestra de productos, ProChile y Palacio de Hierro han logrado que para la importante feria

Denominación Palacio 2010, Chile sea país invitado. En la oportunidad se contará con un Stand País que mostrará la diversa oferta vinícola y gourmet chilena. En este contexto se tendrán shows de cocina en el stand y la participación de algunas casas chilenas a través de su importador. Dicho evento será del 22 al 24 de octubre en la sucursal Polanco de El Palacio de Hierro.

Por último, el 8 de noviembre se llevará a cabo la reconocida Muestra y Cata de vino chileno en su edición 2010, la cual se llevará a cabo en el Hotel Presidente Intercontinental de la Ciudad de México. En esta oportunidad participarán alrededor de 20 viñas y 10 empresas gourmet y de aceite de oliva.

Debido a que la agricultura es uno de los pilares de la economía chilena, desde hace algunos años Chile se ha consolidado como una potencia alimentaria a nivel mundial con una gran cantidad de productos que son exportados a todo el planeta como frutas y hortalizas frescas; carnes, pescados y mariscos; aceite de oliva y, por supuesto, los vinos chilenos. ●



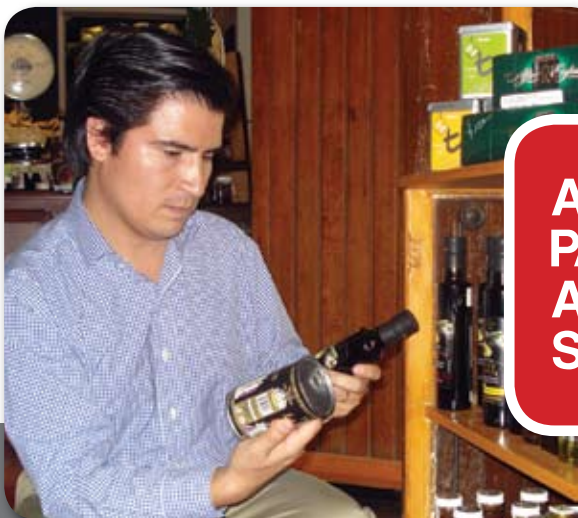
UNDURRAGA®



ALIWEN
RESERVA

WINE OF CHILE | WWW.ALIWENWINES.COM
UNDURRAGA PRESENTA ALIWEN
UN TRIBUTO A LA ANCESTRAL
COMUNION ENTRE EL HOMBRE Y LA NATURALEZA





ABRIENDO EL MERCADO PARA LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS: LA DIMENSIÓN SANITARIA PASO A PASO

Héctor Echeverría Vásquez, Agregado Agrícola

Como parte de sus actividades cotidianas, la Oficina agrícola de Chile en México suele enfrentar un escenario recurrente: algunos exportadores de mercancías pecuarias o pesqueras interesados en enviar sus productos a este mercado por primera vez, evalúan el potencial de este mercado en razón de factores comerciales (necesarios y muy relevantes), pero obvian la dimensión técnica. Es decir, consideran la demanda del producto, la competencia, la factibilidad, la tendencia del mercado, pero no toman en cuenta los trámites y aprobaciones previas que requieren para lograr la exportación. Esta omisión no es un detalle y suele derivar en demoras para el cierre de ventas y para la fluidez de la cadena de suministro en general.

La noción “requisitos técnicos” suele abarcar una serie de datos, normas, reglas y trámites, que en ocasiones generan confusión y hacen parecer imposible la aventura del comercio exterior.

Por requisitos técnicos nos referimos a aquellas exigencias que una mercancía debe cumplir en materia de sanidad, inocuidad, calidad y etiquetado, para garantizar su incursión en un mercado, que puede ser interno o externo. La mayor parte de los productos que día a día llegan a nuestras manos han sido cuidadosamente observados, pesados, medidos, lavados, fumigados, embalados y etiquetados para garantizar que no resulten perjudiciales para nosotros: cuando elegimos una jugosa manzana del aparador, quizás nos resulte difícil imaginar que su color, calibre y condición sanitaria ha sido regulada por autoridades especializadas para garantizar que esté libre de agentes patógenos cuando la comamos.

Así pues, al incursionar en la faena del comercio exterior de aquellos productos que tienen potencial para transportar plagas o agentes patógenos, debemos tomar en cuenta que la mercancía será regulada por una o varias autoridades y que por lo tanto existe todo un cuerpo de normas, trámites y reglas que aunque parezcan complicadas, debemos conocer y cumplir. Esta responsabilidad es compartida por todos los integrantes de la cadena, inclu-

yendo productores, agentes aduanales, navieras, personal sanitario etcétera. Esta afirmación puede parecer obvia, sin embargo puedo documentar casos en los que una mercancía no puede ingresar a México porque:

- La etiqueta sanitaria no incluye un dato que permite identificar la procedencia del producto.
- El producto fue exportado sin verificar previamente si su ingreso estaba o no autorizado.
- El producto no cumple con algún acápite de la norma sanitaria o de inocuidad vigente.
- La empresa que envió el producto no está autorizada por las instituciones competentes en este destino para mandar su mercancía.

¿Qué ruta debe seguir el exportador de una mercancía que no ha sido regulada, en este caso por México, antes de mandar el producto? El primer paso que sugerimos es acudir a su agencia aduanal para solicitar una clasificación arancelaria, pues los requisitos técnicos se determinan con base en la fracción que esta entidad asigna para identificar la mercancía. Únicamente el agente aduanal está facultado para realizar esta operación, con base en la cual podemos estimar todo lo demás.

El siguiente paso es contactar a la Oficina agrícola en este mercado (o en otro, según el caso) para saber si el producto está autorizado. Tengo presentes consultas asociadas con productos como la nuez, el tomate, el limón, los árboles de canelo, el paté de avestruz, entre otras, en las que el interesado debió iniciar un proceso de autorización para una mercancía nueva, con lo cual logrará abrir el mercado para su propia empresa o para otras que estén interesadas en enviar el mismo producto a este destino.

Si el producto está autorizado para ingresar, le proporcionaremos toda la información técnica necesaria, en formato impreso y audiovisual, para que se prepare debidamente y se prevengan todas las contingencias posibles. Por otra parte, siempre sugerimos que los usuarios acudan a la autoridad competente en origen (SAG o Minsal,

según el caso) para informarse sobre los procesos que deben cumplir para garantizar la trazabilidad y la correcta certificación del producto.

¿Qué ocurre si el producto no está autorizado? ¿Esto significa que bajo ninguna circunstancia podremos mandarlo a México? En ese escenario el camino es largo, pero hay alternativas para abrir el mercado. Si se trata de productos cárnicos y hortofrutícolas frescos, por ejemplo, es preciso que el Servicio Agrícola y Ganadero de Chile solicite a su contraparte en México la estimación del riesgo sanitario para que, con base en dicho análisis, se establezcan los requisitos técnicos que deben cumplirse para ingresar al país: dichos requisitos pueden incluir la tramitación de documentos, el desarrollo de procesos sanitarios concretos, la implementación y el monitoreo de buenas prácticas, la habilitación de la planta exportadora por parte de las autoridades mexicanas, la verificación en origen del producto por parte de inspectores del país comprador; entre otras variantes.

Este proceso es arduo y requiere de un trabajo intensivo y prolongado, al final del cual se establecen las condiciones para ingresar. Cabe hacer notar que al haber un TLC entre ambos países, la mayor parte de los productos están libres de arancel, por lo que la tarea más ardua ocurre en la palestra sanitaria, no así en la arancelaria.

Una vez que el país de destino define cómo se debe tratar, embalar y etiquetar el producto, las prescripciones han de ser cumplidas de manera puntual para prevenir cualquier problema, así que la definición del marco técnico es apenas el comienzo de una gran puesta en escena. Este proceso se adivina como meteórico, es posible para cualquier empresa con visión y capacidad de resistencia, sin importar su tamaño.

La Consejería Agrícola de Chile en México cuenta con muchos instrumentos para asistirle. Envíenos su consulta: consejeria_agricola@consejagri.org y visite nuestra página www.consejagri.gob.cl ●

Torres del Paine:

EL DIAMANTE CHILENO DEL FIN DEL MUNDO

Juan Ernesto Jaeger/ www.turismochile.cl

El Parque Nacional Torres del Paine se encuentra en el extremo sur de la Patagonia chilena, a 147 kilómetros desde la ciudad de Puerto Natales, una hora y media de viaje por trayectos que van recorriendo caminos de tierra. Fue declarado Reserva de la Biósfera por la UNESCO en 1978. Es un espacio protegido de 242 mil hectáreas con un conmovedor entramado de ecosistemas que cuenta lagos, glaciares, ríos, extensas praderas, cascadas, bosques y sus particulares torres de granito, las que han posicionado a Chile como uno de los mejores destinos naturales del planeta de acuerdo a la revista National Geographic Traveler.

El suplemento Domingo en Viaje del diario El Mercurio eligió a las Torres del Paine en el número uno del podio de las siete maravillas de Chile, luego que más de 100 mil lectores dieran su voto online. Ambos parámetros no dejan duda de que el destino se ha convertido tanto nacional como internacionalmente en un hito dentro de los circuitos del turismo mundial.

En Torres del Paine todo es tan grande e imponente que por momentos se pierden las proporciones de la realidad. La naturaleza y su poder infinito, los miles de años que

encierran las formaciones geológicas, las innumerables tonalidades que se reparten los verdes y azules del paisaje patagónico, son parte de los atractivos únicos e irrepetibles de esa parte tan remota del planeta.

Cuando la tierra se pone a jugar a los cataclismos no hay espacio más que para los superlativos. Hace varios millones de años, los movimientos telúricos permitieron el levantamiento de este majestuoso cordón montañoso que es parte de la cuenca de Magallanes y que gracias a los continuos avances y retrocesos de las glaciaciones oficiaron aquí una verdadera escultura a gran escala.

El parque fue creado en mayo de 1959 y es parte del Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado de Chile. Hay decenas de formas para recorrerlo y admirar cada uno de sus rincones, con ofertas de alojamiento para todos los gustos, que van desde el camping, para vivir una experiencia en contacto directo con los famosos penachos de roca granítica o de lujo, para despertar con la montaña frente al ventanal de la habitación y no querer despegarse del calor de la chimenea, para luego asistir a lo mejor de la gastronomía patagónica, un festival para los sentidos, donde el cordero y la merluza austral son los ingredientes más destacados.



Torres del Paine. Foto Turismo Chile

Una de las expediciones es recorrer el Río Serrano en kayak o pequeños botes. El viaje comienza dentro del parque y termina dos días después en el Seno Última Esperanza, en Puerto Natales, pasando por el Parque Nacional Bernardo O'Higgins y sitios de belleza extraordinaria como los Glaciares Serrano y Balmaceda.

Otra de las alternativas es realizar la clásica W. Es un extenso circuito a la parte interior del macizo que toma de 7 a 10 días de caminata, dependiendo del ritmo del trekking y las condiciones climáticas. Existen senderos bien trazados, refugios en el trayecto para dormir en carpas y un viaje en catamarán, lo que resulta en uno de los viajes con más aventura dentro de las distintas alternativas que puede escoger el viajero.

El paseo por el Lago Grey es un espectáculo fascinante. Grande masas de hielo que se desprenden del ventisquero viajan hasta la orilla de la playa de arenas volcánicas negras para mostrarles a los visitantes el agua más pura y cristalina que se congeló hace miles de años. Lamentablemente el glaciar retrocede en promedio 80 metros, una situación que preocupa a los ambientalistas y a quienes admiran la belleza de este lugar.

Las sorpresas en Torres del Paine ocurren de cada rato. De un día so-

leado esplendoroso puede pasarse en cosa de minutos a una tormenta de granizo y luego volver a despejar. EL cielo es tan claro que el azul zafiro de sus lagos es adictivamente cegador. Los escenarios van multiplicándose en cada curva, mientras se sigue por el camino que bordea el Parque: bosques de lengas, ñirres, arrayanes y matorrales; saltos, cascadas y caudalosos ríos, cuyas aguas lechosas van tomando al turquesa opaco a medida que toman distancia del glaciar que les da vida y sus sedimentos se van diluyendo. Durante las caminatas no es difícil coincidir con águilas y cóndores, flamencos, cisnes, guanacos, zorros y con un poco más de suerte con el puma chileno

La carta de presentación son, de todas maneras, las tres alineadas torres de granito, secundadas por la mole de sus igualmente fotogénicos tres Cuernos, que se bastan y se sobran para resumir de un vistazo toda la virulencia de que la Madre Tierra es capaz cuando se emplea a fondo.

Puerto Natales y su boom culinario

Puerto Natales (3350 km al sur de Santiago y 246 km desde Punta Arenas) es una laberíntica ciudad de 20 mil personas que fue fundada en 1911

por inmigrantes escoceses y alemanes que venían a exportar carne de cordero y lana hacia Europa. Hoy la pequeña ciudad en medio de la Patagonia está convertida en un interesante polo gastronómico, por donde pasan miles de visitantes extranjeros. Este es el paso obligado antes de continuar la ruta hacia las Torres del Paine. Los hoteles boutique, que aprovecharon las construcciones de principios del siglo XX, son un testimonio real del boom regional y la revolución culinaria que vive Puerto Natales.

Muchos de los nuevos "colonos" de Puerto Natales son jóvenes propietarios que viven su pasión por la buena comida. Combinan los mejores ingredientes del mar, la tierra con la impactante naturaleza y una alta calidad de vida. Ellos se han preocupado de que cada plato o cada trago tengan esa sensación única de estar disfrutando en un rincón apartado del mundo. La comida dice mucho sobre la historia y la gente de un lugar.

Es interesante poder experimentar como esta ciudad de inmigrantes, 100 años después de fundada, está forjando una nueva historia gastronómica con esta nueva oleada de pioneros. Una auténtica frontera para el amante de la comida que tiene como meta una de las cimas más hermosas de la tierra. 🍷



El encanto de volar



lan.com

LA MEJOR RED DE CONEXIÓN AÉREA DE LA REGIÓN/

TE QUEREMOS VER EN SUDAMÉRICA



RESERVACIONES:

☎ lada 01 800 123 1619