



MESA NACIONAL DEL TÉ

INFORME MERCADO CHILENO PARA EL TÉ

27 DE NOVIEMBRE DE 2018

→ Tendencias de Consumo

- Según un informe de FAO (Mayo, 2018) Chile es uno de los mayores consumidores mundiales de té, con 87,2 litros per cápita al año. Cada chileno consume en promedio 427 tazas al año, única nación de Latinoamérica donde el consumo de té supera al de café, convirtiéndose además en un producto gourmet. De hecho, el consumo de la clase media de las naciones en desarrollo, conllevó el aumento de la producción mundial entre 2007 y 2016 en una tasa promedio anual de 4.4%.
- El té negro es la variedad más demandada. Sin embargo, en el último tiempo el té verde se ha posicionado como una importante alternativa. Según datos del sector privado chileno, en 2017 aumentó un 14,5% el consumo en relación a 2016.
- Cabe destacar que las importaciones que más están creciendo son **las de té verde orgánico**. Según el Servicio Nacional de Aduanas de Chile, las importaciones del producto en 2015 totalizaron US\$ 40.473,9. En 2017, aumentó a US\$ 224.342,3, y durante enero y mayo de 2018, el valor alcanzó los US\$ 115.238. En la categoría “demás té verde”, el alza es similar, con montos de US\$ 1.524.942,6 en 2015 y US\$1.899.838,9 en 2017.



- El consumidor chileno está cada vez más informado, exigente y curioso por probar nuevos sabores y el té verde es visto como un complemento al tradicional té negro.
- El té se aprecia hoy como un producto multifacético, que entrega una nueva dimensión a las comidas, comentan desde Té Supremo. “Limitar la experiencia de consumir un buen té solo a su versión bebible, no hace plena justicia a los múltiples beneficios ni tampoco a la versatilidad de sus atributos”, aclaran. Por lo que hoy, es visto incluso como un ingrediente para recetas.
- Se considera que el té puede ser un sustituto de las bebidas carbonatadas. Cabe destacar que con el conocimiento del té está sucediendo lo mismo que años atrás se dio con el vino. La gente ya está entendiendo que la diferencia de sabor viene dada por el origen del té y que los atributos diferenciadores del terroir (dónde se cultiva) le otorga distintos caracteres al té.
- La cultura del té existente en Chile permitió, comercializar 14 mil toneladas en 2016, al alcanzar 191,5 millones en ventas. Esta bebida concentró el 39% del volumen total de las ventas de bebidas calientes, mientras que el café alcanzó el 19%.
- En **Jumbo Chile** detectaron que el Té incluso se considera como regalo. “Un té o una infusión de hierbas en bolsa pueden ser consumidos en el día a día mientras que el té a granel se utiliza más para ocasiones especiales como el fin de semana o con invitados”. Las descripciones de las etiquetas, en inglés, evocan a momentos felices, a mayor salud, a mezclas de frutas exóticas, a recolección artesanal y exclusividad (té inglés). También se los promociona bajo el slogan “Vive Sabores”.

Ejemplo de productos vendidos en góndolas de supermercado chilenas:



Imágenes extraídas del sitio web de Jumbo Chile

Todos estos té se destacan por el envoltorio y por el precio. Se ubican dentro de la gama de precios más altos de Té en Jumbo. La lata cilíndrica contiene 15 bolsitas de té y se vende en góndola a 3.999 pesos chilenos (5.86 U\$S). Los conitos de colores que se venden en la caja acrílica por 12 unidades cuestan 5990 pesos chilenos (8.77 U\$S). La lata por 72 unidades cuesta 15.990 pesos chilenos (23.41 U\$S) y el pack rectangular por cuatro unidades de 20 bolsitas cada uno cuesta 8.990 pesos chilenos (13.16 U\$S).

En una de las tiendas más selectas, “ADAGIO TEAS”, existe una línea de regalos y de regalos corporativos. También una línea de Te “FEMME”. Cuentan con toda una línea de accesorios para el té.

Regalos Corporativos



Imágenes extraídas del sitio web de Adagio Teas

Adagio Teas (empresa de EE.UU.) ofrece más de 100 variedades de té y uno de los principales focos de la marca a futuro son los *packs* para regalos temáticos, para el día a día y fechas especiales.

En **La Tetería**, cerca del 80% de las ventas totales están vinculadas al té y accesorios para su preparación y el restante 20% corresponde al servicio de alimentos y bebidas de su salón de té. Además, distribuyen al por mayor a más de 150 clientes en todo Chile, entre hoteles *boutique*, emporios, tiendas *gourmet*, cafeterías y negocios especializados. Cabe destacar que en esta empresa, ofrecen el “ritual de la ceremonia japonesa del té”, no solo ofreciendo la infusión sino todos los elementos necesarios para experimentarla.



En las tiendas Adagio, la variedad vietnamita de té negro Ali Shan puede alcanzar los pesos chilenos 87.894 por los 500 gramos (128 U\$S, 201) mientras que en el salón de té La Tetería, en Las Condes, un sachet del mismo gramaje de Matcha orgánica se vende por pesos chilenos 51 mil (U\$S 74,43).

Según Euromonitor International, Chile lideró el consumo de té con 428 tazas por persona al año, al considerar las ventas de canales al por menor (retail) y foodservice. Para 2021, la consultora estima que en Chile esta cifra alcanzará las 486 tazas por habitante al año.

1. Distribución

Si bien gran parte del mercado lo explica el té negro en bolsitas, hoy los consumidores prueban nuevos sabores, variedades y formatos, motivados no solo por la innovación de las marcas líderes de mercado como Té Supremo (Cambiaso Hermanos), Té Club, Té Lipton (Unilever), Emblem y Superior, sino también por la arremetida de varias cadenas especialistas en té como **Adagio Teas, La Tetería y Tea Connection** (empresa argentina). Estos locales han encontrado en el *foodservice*, la comercialización de té a granel y los artículos vinculados a este (teteras, tazones especiales, entre otros) un espacio que ha ido generando cada vez más adeptos.

En Chile el mayor porcentaje en ventas de té lo tienen los supermercados con un 42%, seguido de los hipermercados con un 32%, donde los principales distribuidores son Hiper de Líder y Unimarc.

Es importante recordar que, debido a que el sector es bastante maduro, muchas marcas participan en el mercado, por lo que los esfuerzos en mercadeo y diferenciación en la propuesta de valor se convierten en una norma si se desea comercializar el producto en Chile, aprovechando las tendencias entre los chilenos de



buscar nuevos sabores, nuevas mezclas, nuevas variedades y la cualidad saludable propia del té. Además, los fabricantes están innovando en respuesta a las tendencias de consumo, por ejemplo, con envases de bolsita de té de mejor calidad y con una oferta *Premium* sin entrar en una significativa alza de precios.

Si bien gran parte del consumo se entiende por la tradicional compra de bolsas de té negro o hierbas en los supermercados, la arremetida de las variedades Premium y tiendas especializadas comienza a tomar fuerza entre los consumidores, quienes pueden llegar a pagar el triple por té a granel o una variedad importada, como se observó en las góndolas relevadas.

2. Marco Regulatorio

Procedimiento para importación de alimentos - Normas Sanitarias:

El “Reglamento Sanitario de los Alimentos” (D.S. 977/96 del Ministerio de Salud) es la normativa legal aplicable a la producción, elaboración, envase, almacenamiento, distribución, venta e importación de alimentos; rotulación de productos alimenticios envasados, aguas minerales, directrices nutricionales para la declaración de propiedades saludables de los alimentos, uso de vitaminas y minerales, límite máximo de residuos de medicamentos veterinarios en alimentos destinados al consumo humano y reglamento de laboratorios bromatológicos que resguarda la calidad de alimentos para exportación.



Al ingreso al país, el producto deberá estar acompañado de un Certificado Sanitario oficial, otorgado por la Autoridad Sanitaria competente del país de origen, en el que se establezca que la importación cumple con las exigencias correspondientes.

La producción, distribución y comercialización de los alimentos debe ajustarse para su autorización a las normas técnicas que dicte sobre la materia el Ministerio de Salud. Los productos importados deben ir acompañados del número y fecha de la resolución del Servicio de Salud que autoriza su importación. El texto completo del Reglamento Sanitario de los Alimentos puede ser consultado en la página web del Ministerio de Salud <http://www.minsal.cl>, en el apartado normativa.

Etiquetado:

Todos los productos importados deben indicar el país de origen. Todos los alimentos empacados deben tener la siguiente información en la etiqueta:

- Nombre (descripción del producto) - país de origen - pureza o descripción de las materias primas mezcladas en el producto - peso neto - volumen en unidades del sistema métrico.
- Cualquier producto destinado a ser comercializado en territorio chileno debe llevar las etiquetas en español para todos los ingredientes, incluso los aditivos, la fecha de fabricación y expiración de los productos, y el nombre del productor o importador.
- Los artículos etiquetados en otro idioma tienen que ser re-etiquetados en Chile antes de que puedan ser puestos para la venta en el mercado.

Los alimentos y bebidas deben contener la siguiente información:

Nombre específico del producto (indicando la naturaleza, forma de empaque y presentación por ejemplo: mitades, partes, etc.).

Peso neto o volumen (para los líquidos, en litros, mililitros o centímetros cúbicos; para los sólidos, en kilogramos o gramos).



Nombre y la dirección del importador.

Agente o representante.

Número y fecha de permiso de importación concedidas por el Ministerio de Salud Pública.

Fecha de fabricación o empaquetado y la de vencimiento.

Ingredientes principales en orden decreciente de proporción.

Aditivos, especificando nombres.

Instrucciones para el almacenamiento y para el uso.

3. Aranceles de Importación – Otros impuestos

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) en Chile representa un recargo del 19% sobre un bien o servicio entregado. De acuerdo a lo establecido por ley, toda venta igual o superior a \$180 (menos de 50 centavos de dólar) debe pagar el 19% de IVA.

Para conocer otros impuestos internos se puede acceder al sitio web Servicio de Impuestos Internos (<http://homer.sii.cl/>).

4. ANEXO ESTADISTICO:

A continuación se detallan las exportaciones argentinas de té a Chile, principales importaciones chilenas de té, su origen y su evolución de acuerdo a la posición arancelaria solicitada.

a) Exportaciones argentinas de Té a Chile



| Prod/año | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------------|------------------|------------------|------------------|
| Te Verde | 458.535 | 370.642 | 230.110 |
| Te Negro | 9.137.304 | 8.705.898 | 7.854.720 |
| Total | 9.595.839 | 9.076.540 | 8.084.830 |

Fte: SAyB sobre INDEC

Las exportaciones del Te Argentino a Chile en valores FOB muestra una tendencia decreciente desde el año 2015. Se observa que el rubro más afectado es el té Verde (Té verde s/fermentar - posición 090220-) ya que su exportación cayó un 52.73% desde el año base (2015).

El otro ítem de suma relevancia para las exportaciones Argentinas a Chile es el Te negro (posición 090240) que tuvo una disminución en sus valores exportados del 13,45% durante el mismo período.

Participación de té argentino sobre las importaciones chilenas

| Prod/año | Particip 2015 | Particip 2016 | Particip 2017 |
|--------------|---------------|---------------|---------------|
| Te Verde | 12,14% | 8,44% | 5,35% |
| Te Negro | 17,90% | 19,76% | 15,75% |
| Total | 17,51% | 18,73% | 14,92% |

Fte: SAyB sobre INDEC

5. Importaciones de Te de Chile – Año 2017



| Prod/año | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Te Verde | 3.778.228 | 4.392.030 | 4.299.497 |
| Te Negro | 51.032.456 | 44.057.434 | 49.871.195 |
| Total | 54.810.684 | 48.449.464 | 54.170.692 |

Respecto a las importaciones totales de té de Chile, podemos observar una caída pronunciada en el año 2016, principalmente la de té negro. Las compras de té verde se mantuvieron similares en 2016 y 2017.

Principales Orígenes de las importaciones de Té de Chile

Té verde

| Pais | 2015 | 2016 | 2017 | Total general |
|-----------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| China | 2.090.194 | 1.861.027 | 1.987.594 | 5.938.815 |
| Sri Lanka | 528.963 | 1.128.831 | 504.849 | 2.162.643 |
| Argentina | 458.535 | 370.642 | 230.110 | 1.059.287 |
| Indonesia | 141.827 | 364.687 | 468.838 | 975.352 |
| Holanda | 77.090 | 106.565 | 40.057 | 223.712 |
| Resto del Mundo | 481.619 | 560.278 | 1.068.049 | 2.109.946 |
| Total | 3.778.228 | 4.392.030 | 4.299.497 | 12.469.755 |

Te negro

| Pais | 2015 | 2016 | 2017 | Total general |
|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Sri Lanka | 27.327.194 | 25.466.946 | 31.035.253 | 83.829.393 |
| Argentina | 9.015.939 | 8.649.546 | 7.803.679 | 25.469.164 |
| Kenya | 7.609.074 | 3.915.324 | 3.320.442 | 14.844.840 |
| China | 1.704.387 | 1.357.435 | 1.683.681 | 4.745.503 |
| USA | 1.640.657 | 682.436 | 936.681 | 3.259.774 |
| Resto del Mundo | 3.735.205 | 3.985.747 | 5.091.459 | 12.812.411 |
| Total | 51.032.456 | 44.057.434 | 49.871.195 | 144.961.085 |



Al momento de analizar la competencia, las dos posiciones a observar son la 090220 y la 090240. En ambos casos observamos como de la mano de la caída de la exportación Argentina, viene un incremento de la exportación de té desde **Indonesia y de Sri Lanka respectivamente.**

-Aranceles

| 090210 | | 90220 | | 90230 | | 90240 | |
|-----------|----|-----------|----|-----------|----|-----------|----|
| chile | | chile | | chile | | chile | |
| China | 0% | China | 0% | Sri Lanka | 6% | Sri Lanka | 6% |
| Sri Lanka | 6% | Indonesia | 6% | China | 0% | Argentina | 0% |
| USA | 0% | Argentina | 0% | USA | 0% | Kenya | 6% |
| Argentina | 0% | Sri Lanka | 6% | Kenya | 6% | Vietnam | 0% |
| UK | 0% | Holanda | 0% | Polonia | 0% | Indonesia | 6% |

Los aranceles que impone Chile a sus importaciones de té son bajos, siendo 0% para los productos que provienen de nuestro país y solamente del 6% para los otros competidores que ingresan a ese mercado.

Viendo y considerando que las exportaciones de Sri Lanka, Kenya e Indonesia aumentan en el tiempo, podemos concluir que los aranceles no estarían representando un costo arancelario importante para estos países, compitiendo de igual a igual contra las exportaciones de té de los países de la región.



SECRETARÍA DE GOBIERNO DE AGROINDUSTRIA

Secretario de Gobierno de Agroindustria

Dr. Luis Miguel ETCHEVEHERE

Secretario de Alimentos y Bioeconomía

Lic. Andrés MURCHISON

Dirección Nacional de Alimentos y Bebidas

Ing. Mercedes NIMO

Dirección de Producción de Alimentos y Bebidas

Lic. Eduardo VILAR

Equipo Técnico

Mg. María Cecilia PÉREZ LLANA, Dra. Natalia DOMÍNGUEZ Mg. Juan
Patricio DELLISANTI.