ICEX España Exportación e Inversiones

FS FICHA SECTOR

CHILE

Canal HORECA: oportunidades para productos agroalimentarios en Chile

A. CIFRAS CLAVE

El canal HORECA en Chile se caracteriza por un tamaño relativamente pequeño; el elevado peso relativo de los subsectores de comida rápida y *catering*, debido a la importancia de la minería y la escasa relevancia de bares y cafés; y la preponderancia de las cadenas frente a los actores independientes. En los últimos años, la expansión del canal HORECA en Chile se ha visto impulsada por la recuperación del turismo, la vuelta a la normalidad tras la pandemia y el auge de la comida a domicilio, favorecida por la adopción de tecnologías digitales que mejoran la experiencia del cliente y optimizan las operaciones comerciales.

Cifras	2024
Población (Censo 2024)	18.480.433
Superficie	756.102 km^2
PIB per cápita	15.523 EUR
PIB	305.170 MEUR
N.º Empleados Sector HORECA	486.469 (2023)
N.º Establecimientos HORECA *N.º de restaurantes y similares* *N.º de comida rápida* *N.º de bares y cafés* *N.º de alojamientos turísticos*	24.511 (2023) 3.701 (2023) 9.330 (2023) 3.064 (2023) 8.416 (2023)
Facturación sector HORECA (MEUR)	13.994 (2023)
Facturación sector HORECA (% sobre PIB)	4,6 % (2023)

Fuente: elaboración propia con datos del Servicio de Impuestos Internos de Chile (SII), Banco Central de Chile, SERNATUR y Euromonitor.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

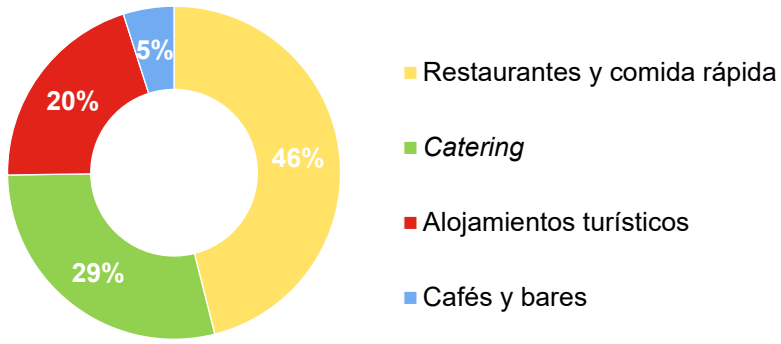
En esta ficha se analizan las oportunidades de negocio para los productos agroalimentarios españoles a través del canal HORECA de Chile. Por productos agroalimentarios entendemos los productos comestibles y líquidos (materias primas frescas o procesadas, elaboraciones listas para consumo, vinos, cervezas, destilados, cafés, infusiones, zumos y refrescos), sin considerar los servicios asociados a su elaboración o despacho.

En el canal HORECA se incluyen **hoteles y otros alojamientos turísticos**; **restaurantes** (restaurantes de servicio tradicional, locales de comida rápida, *dark kitchens* con reparto a domicilio, establecimientos *take away* y servicios de comidas en centros comerciales y estaciones o aeropuertos); ***catering*** (preparación de menús por encargo contractual y su servicio en el lugar y momento definidos por el cliente, incluyendo banquetería, *catering* industrial para comedores de empresas u hospitales, concesiones en recintos deportivos y escolares y servicios aéreos o ferroviarios, cuya producción suele realizarse en una cocina central, de forma que el consumidor final no asiste a un comedor abierto al público y la actividad se diferencia de un restaurante por su carácter cerrado y contractual); y **bares y cafés**.

B.2. Tamaño del mercado

El canal HORECA en Chile se caracteriza por un tamaño relativamente pequeño (en 2023 facturó 13.994 MEUR, equivalente al 4,6 % del PIB chileno, frente al 10,5 % del PIB en España); el elevado peso relativo de los subsectores de comida rápida y *catering*, debido a la importancia de la minería y la escasa relevancia de bares y cafés; y la preponderancia de las cadenas frente a los actores independientes. En los últimos años, la expansión del canal HORECA en Chile se ha visto impulsada por la recuperación del turismo, la vuelta a la normalidad tras la pandemia y el auge de la comida a domicilio, favorecido por la adopción de tecnologías digitales que mejoran la experiencia del cliente y optimizan las operaciones comerciales.

FACTURACION POR SECTORES EN EL CANAL HORECA CHILENO, 2023
Porcentaje sobre el valor total (13.994 MEUR)



Fuente: elaboración propia con datos del Servicio de Impuestos Internos de Chile (SII).

- **Restaurantes y comida rápida:** El conjunto de restaurantes y locales de comida rápida alcanzó unas ventas totales de 6.447 MEUR en 2023. En este sector conviven restaurantes, que supondrían en torno a un 25 % de las ventas, y locales de comida rápida (hamburgueserías, pizzerías, *food trucks*…), que representarían un 75 %.

  Actualmente, rentabilizar la inversión en un restaurante independiente en Chile presenta desafíos como los altos precios de alquiler de los locales y las dificultades para obtener una licencia de alcohol, entre otros factores. En

cuanto a las cadenas de restaurantes de servicio completo, en 2023 destacaban **Niu Sushi**, con un 34,8 % del mercado, seguida por **Domino Fuente de Soda** (15,7 %), **Johnny Rockets** (13,9 %) y **Mamut** (9,3 %).

En cuanto a la comida rápida, es segmento de mercado muy dinámico en Chile, liderado por **McDonald's** (20 % de cuota de mercado de las grandes cadenas) y **Papa John's** (17 %). Los 14 primeros operadores concentran el 85,7 % de las ventas y, entre estos, destacan también **KFC, Burger King, Subway** y marcas locales como Doggis y Juan Maestro. Muchas de estas franquicias están controladas por grandes grupos empresariales como G&Nbrands, Unifood y Alsea. Según datos de la Cámara Nacional de Comercio (CNC), en el primer trimestre de 2025 la Región Metropolitana concentró un 57 % de las ventas de comida rápida del país, mientras que el 43 % restante correspondió a las demás regiones. El coste promedio se situó en algo más de 9 euros (marzo de 2025). En los últimos años, el auge de plataformas como Uber Eats, Rappi y PedidosYa ha disparado la demanda. En 2023, los pedidos a domicilio y para llevar representaron el 45 % del valor de las ventas. Las tiendas de conveniencia también han vivido un auge en los últimos años. En este sector, a medio camino entre la hostelería y el *retail,* Pronto Copec encabeza el mercado con 471 locales, seguida de Oxxo con 320 locales y OK Market con 126 locales, tres redes que concentran más del 60 % de las 1.500 tiendas operativas en Chile.

- ***Catering*:** El segmento de *catering* institucional en Chile facturó en 2023 unos 4.018 MEUR de los cuales un 36 % correspondió a la Región Metropolitana, principal polo demográfico y económico del país, y un 26 % a Antofagasta, donde se sitúan las grandes empresas mineras. El mercado está altamente concentrado en unas cuantas empresas que suministran servicios "llave en mano" en explotaciones mineras, comedores corporativos, hospitales y centros educativos. **Aramark** controla cerca del 60 % de la cuota, seguida de Sodexo, Compass Catering, DeliBest y Aliservice.

- **Alojamientos turísticos:** Este sector facturó unos 2.840 MEUR, contaba con 8.416 alojamientos turísticos con 51.307 habitaciones y registró un récord histórico de 5.239.233 llegadas de turistas internacionales en 2023. La Región Metropolitana concentra cerca de un tercio de la capacidad hotelera, seguida de Viña-Valparaíso y los destinos de naturaleza de la Patagonia y Los Lagos. Pese a todo, el sector tiene un tamaño relativamente pequeño. El turismo internacional está constituido principalmente por argentinos y brasileños. Lideran grandes cadenas internacionales como Accor (26 hoteles), Marriot Internacional (14 hoteles) y Hilton (9 hoteles) que concentran la mayor capacidad de habitaciones en Chile. Entre los operadores nacionales destacan los hoteles Diego de Almagro, con la red propia más extensa del país.

- **Cafés y bares:** En 2023, los cafés y bares facturaron 689 MEUR y tenían 3.064 locales operativos. En comparación con España, en Chile existen relativamente pocos bares y cafés. Están situados principalmente en zonas céntricas (apenas hay cafeterías de barrio) y existe una destacada presencia de cadenas, especialmente en las grandes ciudades. En 2023 Starbucks concentraba el 50,5 % del mercado de cadenas de cafeterías, seguida por Dunkin' (20,6 %), la chilena Cory (6,3 %), Juan Valdez (5,3 %), Tavelli (4,3 %), Santander Work/Café (3,0 %), Coppelia (2,9 %) y Café Mokka (2,7 %).

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

En lo tocante a la presencia de operadores españoles en el canal HORECA, se pueden mencionar los siguientes:

- **Restaurantes españoles:** Aunque la presencia de restaurantes de cocina española es amplia y variada, su gama de productos españoles se limita habitualmente a charcutería y a algunos quesos, ya que el aceite de oliva y el vino español sufren la competencia de la importante producción local. De hecho, solo dos restaurantes chilenos, el **Txoko Alavés** y **La Bodeguilla de Cristóbal** cuentan por el momento con el sello *Restaurants From Spain,* otorgado por ICEX España Exportación e Inversiones.

- **Cadenas hoteleras españolas:** Destaca **NH Hotel Group** con 4 hoteles, dos en la Región Metropolitana y dos en el norte; y **Hotusa Hotels (Eurostars/Keytel)** que gestiona cerca de una decena de hoteles *boutique* independientes en Santiago, entre ellos el histórico Plaza San Francisco. Otros hoteles españoles en Chile serían los apartahoteles de **Abba** (Presidente Suites Santiago y Puerto Montt) y los complejos **Barceló Suites** (Providencia-Santiago y en Viña del Mar). El parque de habitaciones español en Chile apenas supone el 1,5 % de la oferta total.

- ***Catering*:** Destaca **Mediterránea Chile,** filial de Grupo Mediterránea, que gestiona los servicios de restauración de más de 150 hospitales, más de 600 centros educativos y unas 100 grandes empresas alrededor de Chile.

Entre los productos españoles más comercializados en Chile a través del canal HORECA podemos destacar:

- **Cerveza:** Estrella Damm, Estrella Galicia, Mahou San Miguel.
- **Vinos:** Cava Freixenet, vinos Torres.
- **Quesos españoles:** García Baquero, Quesos El Pastor, Revilla, Rocinante.
- **Aceite de oliva virgen extra:** Aceites Abril, La Española, Tostani, Ybarra.
- **Charcutería:** Carchelejo, **Trujillo** (muy activa en el canal HORECA).
- **Bollería precongelada para hostelería:** Berly's /Monbake o Eupastry venden *muffins, croissants, cookies*, etc.
- **Ultracongelados IQF:** Congelados de Navarra o Ardo comercializan verduras como ingredientes para pizzas y otras elaboraciones gastronómicas.
- **Helados:** la murciana Llaollao con 5 tiendas repartidas entre la Región Metropolitana, Valparaíso, Quillota y La Calera.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

A continuación, se detallan las principales oportunidades identificadas:

- El canal HORECA demanda cada vez más **productos procesados** para reducir los costes de preparación, cuidando especialmente la calidad. Se abre, por tanto, una oportunidad para los proveedores especializados en productos de calidad *ready-made* e incluso también *ready-to-serve* como, por ejemplo, masas precongeladas para hostelería (*muffins*, galletas, etc.), ingredientes para pizzas, etc.
- El **queso** vive un auge en Chile, donde el consumo per cápita (11 kg/año en 2023) es el más alto de Latinoamérica. Aunque la oferta local ha estado dominada por variedades industriales, ha surgido una fuerte demanda de quesos de autor, madurados y de leche de cabra u oveja, impulsada por un consumidor más *gourmet* y conocedor.
- La **cerveza artesanal** en Chile ha experimentado un notable crecimiento, con un consumo per cápita de cerveza que alcanzó los 57 litros en 2023, casi el doble que en 2005. Este auge se refleja en la proliferación de más de 300 micro cervecerías en el país, que ofrecen una amplia gama de estilos y sabores únicos.
- ***Mocktails* y bebidas no alcohólicas**: El auge *low & no* se acelera, con un crecimiento anual del 7 % en las bebidas 0,0 %. Algunos bares en Santiago ya mezclan destilados 0,0 % importados con siropes artesanales para ofrecer cócteles sin alcohol cada vez más populares.
- En **heladerías**, Chile lidera el consumo regional con 11 kg per cápita (2023) y se proyecta un crecimiento anual del 4,6 % entre 2025 y 2034; la demanda se inclina a helados *plant-based* y bajos en azúcar.
- Los **jamones y embutidos españoles** ganan cuota en Chile gracias a un consumidor que valora la procedencia certificada y el perfil *gourmet* (por ejemplo, los embutidos ibéricos cada vez se ven más). Para suplir la falta de cortadores expertos, los importadores ofrecen *packs* con el producto ya loncheado listo para emplatar, servicio muy apreciado por establecimientos del canal HORECA.
- El mercado del **café** crece cerca del 8 % anual y el consumidor se está sofisticando y demanda nuevas variedades de café en grano, preparaciones solubles *gourmet*, café en cápsulas, etc. Las tiendas de conveniencia también ofertan formatos *ready-to-drink premium* para consumir fuera del local.
- El mercado de **condimentos** (especias, salsas, etc.) en Chile se espera que crezca a una tasa de crecimiento anual del 4,8 % entre 2025 y 2034, debido al cambio de preferencias alimentarias, la mayor demanda de comida rápida y un flujo constante de lanzamientos. Ganan terreno las gamas ecológicas y bajas en calorías, reflejo de un consumidor cada vez más concienciado con la salud.
- Productos **veganos, sin gluten o sin lactosa:** los consumidores chilenos cada son más sensibles a este tipo de propuestas.

Por otro lado, otras oportunidades de nicho identificadas serían las siguientes:

- En **vinos** el desafío es mayor. Chile, sexto productor mundial, compite con más de mil etiquetas propias; los importadores deben añadir contraetiquetas en español con variedad, añada y advertencias sanitarias acordes con la regulación chilena, un requisito que encarece cada botella y obliga a tiradas más cortas. El consumidor

chileno sigue apreciando la variedad y busca novedades, lo que abre espacio para importaciones selectas, incluidas referencias de licores españoles como pacharán, orujo gallego y vermut artesanal, que aportan diferenciación y amplían la paleta enológica del mercado.

- **Aceite de oliva virgen extra:** El lineal de AOVE en Chile sigue copado por marcas locales muy valoradas; a ello se suman los aceites argentinos y peruanos, que presionan el precio y recortan márgenes. El AOVE español, por su parte, se mantiene como propuesta *gourmet* de alto precio. Además, sus importaciones fluctúan con la cosecha chilena: en años de buena producción doméstica el espacio para España se estrecha, mientras que en caso de campañas cortas o de menor rendimiento, la demanda de origen español repunta como abastecimiento contra estacional.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

Solo algunas empresas del canal HORECA chileno (algunas cadenas de hoteles, grandes grupos de restauración y de *catering*) tienen el tamaño crítico suficiente para actuar como importadores, por lo que los exportadores españoles se dirigen habitualmente a distribuidores, quedando la importación directa solo para volúmenes muy altos o especificaciones especiales de algunos grandes clientes finales. Existen diferentes perfiles de distribuidores:

- **Distribuidores *cash-and-carry*:** han ganado terreno entre los operadores del canal, como, por ejemplo, Central Mayorista y SuperBodega aCuenta (formato mayorista de Walmart Chile) y Alvi junto a Mayorista 10 (propiedad del *holding* SMU, dueño también de Unimarc). Estos formatos ofrecen paquetes de volumen medio, precios competitivos y logística simplificada.
- **Grandes importadores agroalimentarios más o menos especializados en canal HORECA**, como Food & Beverage Supply, Globe Italia, ICB Foodservice o Mil Sabores Foods que comercializan productos nacionales y amplían su surtido con líneas importadas.
- **Importadores muy especializados en productos españoles o de nicho** como La Vinoteca o Trujillo.

Por último, algunas empresas españolas con productos de gran consumo han optado por crear filiales de distribución (García Baquero, Mahou) o redes de franquiciados (Llaollao) en Chile.

E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

E.2.1. Requisitos fiscales

En Chile se aplica un arancel general del 6 % *ad valorem* sobre el valor aduanero de todas las mercancías, al que se suma el IVA del 19 % calculado sobre el valor CIF más los derechos aduaneros. Gracias al Acuerdo de Asociación Chile–Unión Europea (en vigor desde 2003), la mayoría de los productos españoles gozan de arancel 0 %, salvo algunas partidas agrícolas (aceite de oliva, carnes, conservas, zumos) cuya eliminación aún está en negociación.

E.2.2. Requisitos sanitarios

Los organismos oficiales del Estado de Chile competentes en la regulación, fiscalización e inspección y control en materia de sanidad, inocuidad y seguridad alimentaria son el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) y las Secretarías Regionales Ministeriales (SEREMI) de Salud.

- **Servicio Agrícola y Ganadero (SAG):** Organismo del Ministerio de Agricultura encargado del control fito-zoosanitario en todos los puntos de entrada (puertos, aeropuertos y pasos fronterizos) y de certificar a los exportadores que cumplen con las normas UE.

- **Secretarías Regionales Ministeriales de Salud (SEREMI):** Cada SEREMI, como brazo regional del Ministerio de Salud, inspecciona o somete a análisis de laboratorio las importaciones y expide tanto el Certificado de Destinación Aduanera (CDA), que autoriza el traslado de la mercancía a almacenes habilitados, como la Autorización de Uso y Disposición de Alimentos Importados.

Para ingresar cualquier alimento o bebida a Chile la empresa debe inscribirse ante el Servicio Nacional de Aduanas con rol único tributario (RUT) habilitado como "importador" y obtener la autorización sanitaria de la Secretaría Regional Ministerial (SEREMI) de Salud, que la incorpora al Registro de Establecimientos de Alimentos y le permite tramitar el Certificado de Destinación Aduanera (CDA) para cada partida. Además, cada envío debe provenir de establecimientos procesadores incluidos en la lista de plantas habilitadas por el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), lo que implica contar con autorización sanitaria vigente, sistemas HACCP validados, programas de trazabilidad por lote y controles de residuos químicos y microbiológicos.

Los exportadores españoles de productos de origen animal como carnes, ovoproductos y lácteos deben estar previamente autorizados a exportar a Chile por el SAG, en cuya web puede consultarse el listado de establecimientos pecuarios españoles autorizados.

Los requisitos documentales para cualquier producto animal o vegetal (formatos de certificados, listados de plantas habilitadas, límites de residuos, rotulado, etc.) pueden consultarse en el "Manual de Importaciones Alimentarias" del Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) y en el Reglamento Sanitario de los Alimentos (DS 977/96) disponibles en los sitios web del SAG y del Ministerio de Salud, respectivamente, así como en los instructivos y resoluciones específicas publicados en el *Diario Oficial*.

E.2.3. Requisitos técnicos

Los envases de alimentos y bebidas envasados deben llevar etiqueta en español con lista completa de ingredientes (incluidos aditivos), fechas de fabricación y vencimiento, y peso neto en sistema métrico, según el Reglamento Sanitario de los Alimentos (DS 977/96). Además, los palés de madera requieren un sello de fumigación.

- **Normativa general de etiquetado y rotulado:** Se exige traducción al español de toda la información nutricional y conversión a unidades métricas, así como la certificación fitosanitaria de palés.
- **Normativa etiquetado de bebidas alcohólicas:** a contar del 7 de julio de 2024, es obligatorio etiquetar, según modelo oficial, advertencias sanitarias respecto al consumo de alcohol y su relación con embarazo, conducción, y menores de 18 años.
- **Ley del etiquetado (Ley 20.606) y de publicidad (Ley 20.869):** Desde junio de 2016 todos los productos que superen umbrales de azúcar, sodio, grasas saturadas o calorías deben exhibir sellos de advertencia nutricional; además, está prohibida la publicidad dirigida a menores de 14 años y la venta de estos alimentos en colegios o en su entorno.

Sólidos	10g por cada 100g	4g por cada 100g	275 Kcal/100g	400 Kcal/100g
Líquidos	5g por cada 100ml	3g por cada 100ml	70 Kcal/100ml	100 Kcal/100ml

Fuente: Datos obtenidos de la Ley del etiquetado 26.606.

E.3. Ferias

ESPACIO FOOD SERVICE – HORECA

La feria internacional más relevante del sector *Food Service* en Chile reúne en una sola plataforma cinco segmentos clave: equipamiento y tecnología para cocinas profesionales; ingredientes y productos *gourmet*; soluciones digitales para *delivery* y gestión de restaurantes; bebidas y coctelería; y servicios de distribución y logística.

Fecha: 30 de septiembre,1 y 2 de octubre de 2025
Lugar: Espacio Riesco
Web: https://www.espaciofoodservice.cl/

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- Revista *Canal Horeca*: http://www.canalhoreca.cl/
- *Chef & Hotel*: http://www.chefandhotel.cl/
- Guia Horeca: http://www.guiahoreca.cl/

G. ASOCIACIONES PROFESIONALES

- ACHIGA (Asociación Chilena de Gastronomia): http://www.achiga.cl/
- HOTELEROS DE CHILE A.G: http://www.hoteleros.cl/
- CHILEALIMENTOS (Asociación de Empresas de Alimentos de Chile): http://www.chilealimentos.com/
- CCS (Cámara de Comercio de Santiago): http://www.ccs.cl/
- FEDERUR (Federación de Empresas de Turismo de Chile): http://www.fedetur.cl/
- CAMACOES (Cámara de Comercio de España): http://www.camacoes.cl/

H. CONTACTO

La ***Oficina Económica y Comercial de España en Santiago de Chile*** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Chile.**

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Chile, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Avenida Nueva Providencia, 1901
Providencia, Región Metropolitana
Santiago de Chile, 7500503 – Chile
Teléfono: +56 2 2204 9786
Correo electrónico: santiagochile@comercio.mineco.es
http://Chile.oficinascomerciales.es

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global
913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores siga el enlace

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTOR
Ismael Belhaki Rivas

Oficina Económica y Comercial
de España en Santiago de Chile
santiagochile@comercio.mineco.es
Fecha: 22/07/2025
© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224250231