



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft



Der Markt für Lebensmittel in Chile und Uruguay

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und
Ernährungswirtschaft / September 2023

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	5
Abbildungsverzeichnis	5
Abkürzungsverzeichnis	6
1. Executive Summary	7
2. Einleitung	8
3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick	9
3.1 Chile	9
3.1.1 Länderkurzinformation	9
3.1.2 Bevölkerung	10
3.1.3 Wirtschaftslage	11
3.1.4 Außenhandelspolitik	12
3.1.5 Teilhabe an der Wohlstandsentwicklung	13
3.2 Uruguay	14
3.2.1 Länderkurzinformation	14
3.2.2 Bevölkerung	15
3.2.3 Wirtschaftslage	15
3.2.4 Außenhandelspolitik	16
3.2.5 Teilhabe an der Wohlstandsentwicklung	17
4. Absatzmärkte	19
4.1 Orientierungspreise der Produkte im chilenischen Markt	19
4.1.1 Großhandelspreisindex	19
4.1.2 Verbraucherstufe	20
4.1.3 Importpreise	21
4.2 Orientierungspreise der Produkte im uruguayischen Markt	22
4.2.1 Großhandelspreisindex	22
4.2.2 Verbraucherstufe	23
4.2.3 Importpreise	24
5. Produktspezifische Informationen	25
5.1. Ein- und Ausfuhr Chile	25
5.2. Verbrauch	27
5.2.1 Obst und Gemüse	28
5.2.2 Milch und Milcherzeugnisse	29
5.2.3 Fleisch	29
5.3 Nachfrage	30
5.4 Ein- und Ausfuhr Uruguay	31
5.5 Verbrauch	32
5.5.1 Obst und Gemüse	33

5.5.2 Milch und Milcherzeugnisse	33
5.5.3 Fleisch	34
5.6 Nachfrage.....	34
6. Regelungen zum Import	36
6.1 Chile	36
6.1.1 Importbedingungen	36
6.1.2 Kennzeichnungsvorschriften.....	36
6.1.3 Zulassungsvoraussetzungen für Produkte	37
6.1.4 Zollverfahren und Zollsätze	38
6.2. Uruguay	40
6.2.1 Importbedingungen	40
6.2.2 Kennzeichnungsvorschriften.....	40
6.2.3 Zulassungsvoraussetzungen für Produkte	42
6.2.4 Zollverfahren und Zollsätze	43
7. SWOT-Analyse	44
7.1 Chile	44
7.2 Uruguay	45
8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten	46
8.1 Chile	46
8.1.1 Fachmessen.....	46
8.1.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen	47
8.1.3 Lebensmitteleinzelhandel.....	50
8.1.4 Importeure/Hersteller	53
8.2 Uruguay	58
8.2.1 Fachmessen.....	58
8.2.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen	59
8.2.3 Lebensmitteleinzelhandel.....	61
8.2.4 Importeure/Hersteller	63

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Import von Lebensmitteln aus Deutschland nach Chile, 2023 (in Tsd. USD)	26
Tabelle 2: Fleischindustrie in Zahlen, 2022	29
Tabelle 3: Warengruppen in Uruguay, 2022 (Importanteil in %)	31
Tabelle 4: Lebensmittelexporte in Uruguay, 2022 (Exportanteil in %)	32

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Landkarte Chile	9
Abbildung 2: Landkarte Uruguay	14
Abbildung 3: Großhandelspreisindex in Chile	19
Abbildung 4: Veränderungen des Verbraucherpreisindexes in Chile im Zeitraum Juli 2022 bis Juni 2023, in %	20
Abbildung 5: Entwicklung der Importpreise in Chile (NSA, 2013=000)	21
Abbildung 6 Großhandelspreisindex in Uruguay	22
Abbildung 7: Verbraucherpreisindex in Uruguay	23
Abbildung 8: Import-Einheitswertindex Uruguay	24
Abbildung 9: Hauptlieferländer von Importen nach Chile, 2022	25
Abbildung 10: Hauptlieferländer von Importen nach Uruguay, 2021	31

Abkürzungsverzeichnis

BIP	Bruttoinlandsprodukt
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
ca.	circa
CDA	Certificado de Destinación Aduanera (Zollbestimmungsbescheinigung)
CLP	Chilenischer Peso
EFTA	European Free Trade Association (Europäische Freihandelsassoziation)
ENGIH	Encuesta Nacional de Gastos e Ingresos de los Hogares (Nationale Erhebung über Ausgaben und Einkommen der Haushalte)
EU	Europäische Union
EUR	Euro
FOB	Free on Board (Frei an Bord)
GTAI	Germany Trade & Invest
g	Gramm
ha	Hektar
INE	Instituto Nacional de Estadísticas (Nationale Statistikamt Chile)
kg	Kilogramm
km	Kilometer
l	Liter
MERCOSUR	Internationale Wirtschaftsgemeinschaft im südlichen Lateinamerika
mg	Milligramm
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
MSP	Ministerio de Salud Pública (Gesundheitsministerium)
OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
SAG	Servicio Agrícola y Ganadero (Dienststelle für Landwirtschaft und Viehzucht)
SG	Schlachtgewicht
t	Tonnen
Tsd.	Tausend
USD	US-Dollar
v. a.	vor allem
VPI	Verbraucherpreisindex
z. B.	zum Beispiel

1. Executive Summary

Sowohl in Chile als auch in Uruguay spielt der Lebensmittelmarkt eine wichtige Rolle in der jeweiligen Wirtschaft. Chile ist ein wichtiger Akteur im internationalen Lebensmittelhandel. Die noch wenig diversifizierte Ernährungsindustrie des Landes und die Offenheit des chilenischen Marktes machen ihn für Nahrungsmittelimporteure interessant. Die deutsche Nahrungsmittelwirtschaft sollte den chilenischen Markt deshalb, trotz seiner begrenzten Größe, im Blick behalten. In Südamerika gelten deutsche Produkte als qualitativ hochwertig. Darauf können exportorientierte Anbieter der deutschen Ernährungsindustrie ebenfalls aufbauen.

In Uruguay ist die Land- und Forstwirtschaft der dominierende Wirtschaftssektor und trägt den Großteil der Exporterlöse des Landes bei. Die Regierung von Uruguay verfolgt aktiv die Förderung und Diversifizierung des Agrarsektors, wobei ein besonderer Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit liegt. Insbesondere im hochpreisigen europäischen Absatzmarkt strebt die uruguayische Fleischindustrie danach, umweltfreundliches und klimaschonendes Rindfleisch zu produzieren. Angesichts der weltweit steigenden Nachfrage nach Agrarerzeugnissen, insbesondere Fleisch, Getreide und Zellstoff, sowie den damit einhergehenden hohen Preisen, stehen die Aussichten für die zukünftige Entwicklung der Land- und Forstwirtschaft in Uruguay äußerst positiv. Die relativ offene Wirtschaft und stabile wirtschaftliche Rahmenbedingungen machen Uruguay als Wirtschaftspartner und Investitionsstandort interessant.

Beide Länder verzeichnen steigende Lebensmittelpreise, die die Einkaufsgewohnheiten der Bevölkerung beeinflussen. Die Budgetverteilung für Lebensmittel zeigt, dass in Chile etwa 21 % für Obst und Gemüse sowie 21 % für Fleisch ausgegeben werden. In Uruguay sind es etwa 20 % für Obst und Gemüse und 22 % für Fleisch.

Das Interesse an gesunden, nachhaltigen und lokal produzierten Lebensmitteln wächst ebenfalls in beiden Ländern und führt zu einer steigenden Nachfrage nach biologischen, veganen und vegetarischen Erzeugnissen sowie nach Produkten mit spezifischen gesundheitlichen Vorteilen.

Die Importregelungen sind in beiden Ländern streng reguliert, insbesondere für Produkte tierischen und pflanzlichen Ursprungs. Verpackte Produkte müssen klar gekennzeichnet sein, und für den Import gelten spezifische Zoll- und Dokumentationsanforderungen.

2. Einleitung

Die vorliegende Marktstudie zum chilenischen und uruguayischen Markt für Lebensmittel allgemein wurde im September 2023 von enviacon international im Rahmen des Exportförderprogramms des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) erstellt. Das Ziel ist es, mit der Studie interessierten deutschen Unternehmen aus der Lebensmittelindustrie einen Überblick über die Marktstrukturen und -charakteristika sowie über die Potenziale und Chancen eines Markteinstiegs in Chile und Uruguay zu vermitteln.

Nach einem gesamtwirtschaftlichen Überblick, der das politische System, die Wirtschaftslage sowie die Außenhandelspolitik einschließt, werden im weiteren Verlauf der Studie produktspezifische Informationen dargestellt. Hierbei werden sowohl Eigenproduktion, Ein- und Ausfuhr als auch Verbrauch und Orientierungspreise der Produkte im chilenischen, wie auch im uruguayischen Markt analysiert. Dabei werden Erzeugerpreise, Verbraucherstufen und Importpreise betrachtet, um ein umfassendes Bild der Preisentwicklung zu geben. Auch die Verbrauchernachfrage und wichtige Absatzmärkte werden untersucht, um zu zeigen, welche Produkte bei den Verbrauchern besonders gefragt sind.

Darüber hinaus behandelt die Studie wesentliche Regelungen zum Import, wie z. B. erforderliche Dokumente und Nachweise, Deklarationen, Zulassungsvoraussetzungen sowie Zollsätze. Zusätzlich bietet die abschließende SWOT-Analyse eine umfassende Übersicht über die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken sowohl auf dem chilenischen als auch auf dem uruguayischen Lebensmittelmarkt.

Im letzten Kapitel werden wichtige Kontaktaufnahmemöglichkeiten aufgezeigt, um Unternehmen bei der Markterschließung zu unterstützen. Hierzu zählen Fachmessen, Verbände, Institutionen, öffentliche Einrichtungen sowie Importeure und Hersteller.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

3.1 Chile

3.1.1 Länderkurzinformation



Abbildung 1: Landkarte Chile

Quelle: CIA World Factbook

Die geografische Aufteilung Chiles gliedert sich in drei Hauptzonen: Das chilenische Festland erstreckt sich entlang der Pazifikküste und der Anden, gefolgt von den chilenischen Inseln im Pazifik sowie dem chilenischen Antarktisgebiet, das bis zum Südpol reicht. Darüber hinaus hat Chile Landgrenzen zu Peru, Bolivien und Argentinien mit einer Gesamtlänge von 7,8 Tsd. km. Chile erhebt auch Ansprüche auf Souveränität über verschiedene Meeresbereiche, darunter das Küstenmeer, die Anschlusszone, die ausschließliche Wirtschaftszone und den Festlandsockel, die zusammen eine Fläche von etwa 4 Mio. km² abdecken. Die chilenische Küstenlinie erstreckt sich über eine Länge von 6 Tsd. km.

Aufgrund seiner langen Nord-Süd-Ausdehnung weist Chile eine Vielzahl von Klimazonen auf. Im Norden, insbesondere in der Atacama-Wüste, gibt es so gut wie keine Niederschläge, was die Wüste zu einer der trockensten Regionen der Welt macht. Es gibt jedoch sporadische Regenfälle im Winter die das Phänomen der „blühenden Wüste“ hervorrufen. In den

Küstengebieten herrscht ein gemäßigtes Klima mit morgendlicher Bewölkung und sonnigen Nachmittagen. In den zentralen Regionen herrscht mediterranes Klima mit ausgeprägten Jahreszeiten und relativ trockenen Sommern. In den südlicheren Regionen ist das Klima gemäßigter und niederschlagsreicher. Dies führt zu einer üppigen Vegetation und Landwirtschaft. In den südlichsten Regionen ist das Klima regnerisch und mäßig kalt mit starken Winden. Auf der Osterinsel und dem Juan-Fernández-Archipel herrscht ein subtropisches Klima mit angenehmen Temperaturen, mäßiger Luftfeuchtigkeit und geringen jahreszeitlichen Schwankungen.¹

3.1.2 Bevölkerung

Nach der Volkszählung von 2017 leben in Chile etwa 17,6 Mio. Menschen. Dies entspricht einem Zuwachs von 2,4 Mio. Einwohnern im Vergleich zur letzten gültigen Volkszählung aus dem Jahr 2002. Die Bevölkerung setzt sich aus ca. 9 Mio. Frauen (51,1 %) und 8,7 Mio. Männern (48,9 %) zusammen.² Chiles demografisches Profil zeigt auch, dass die Bevölkerung des Landes immer älter wird.

Seit den 1990er hat Chile erhebliche Fortschritte bei der Steigerung der Lebensqualität seiner Bürger erzielt und das Land kann auf eine beeindruckende Erfolgsbilanz in Bezug auf Wirtschaftswachstum und die Bekämpfung der Armut zurückblicken. Trotzdem zeigt Chile im Vergleich zu anderen Ländern im Better Life Index unter den Mitgliedern der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) unterdurchschnittliche Werte in den Bereichen Einkommen und Vermögen, Bürgerbeteiligung, Lebenszufriedenheit, Beschäftigung, soziale Beziehungen, Sicherheit, Bildung und Umwelt. Dies ist auf den ungleichen Zugang zu hochwertiger Bildung zurückzuführen.³

Seit dem Übergang zur Demokratie im Jahr 1990 und der Verbesserung der wirtschaftlichen Stabilität ist Chile für Einwanderer aus anderen lateinamerikanischen Ländern attraktiv geworden.⁴ Chile hat eine sehr multiethnische Gesellschaft. Die Mehrheit der Bevölkerung Chiles stammt hauptsächlich von einer Verschmelzung europäischer Ethnien mit den indigenen Völkern ab, die in dem Gebiet leben, das heute Chile ausmacht. Dies sind insbesondere die Mapuche. Darüber hinaus stammen schätzungsweise 5 % der chilenischen Bevölkerung von asiatischen Einwanderern ab, hauptsächlich aus dem Nahen Osten.⁵

¹ Gobierno de Chile (2023): Nuestro País: <https://www.gob.cl/nuestro-pais/>, zuletzt aufgerufen: 21.07.2023

² Ebenda.

³ OECD (2023): Chile: [https://www.oecdbetterlifeindex.org/de/countries/chile-de/#:~:text=Menschen%20in%20Chile%20verdienen%20im,Durchschnitt%20\(49%20165%20US%20%24\)](https://www.oecdbetterlifeindex.org/de/countries/chile-de/#:~:text=Menschen%20in%20Chile%20verdienen%20im,Durchschnitt%20(49%20165%20US%20%24)), zuletzt aufgerufen: 05.10.2023

⁴ CIA (2023): Chile: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/chile/#people-and-society>, zuletzt aufgerufen: 21.07.2023

⁵ World Population Review (2023): Chile: <https://worldpopulationreview.com/countries/chile-population>, zuletzt aufgerufen: 21.07.2023

3.1.3 Wirtschaftslage

Die chilenische Wirtschaft erlebte ab 2022, nach einem starken Wachstum mit Überhitzungserscheinungen im Jahr 2021, einen Abschwung. Im ersten Quartal 2023 verzeichnete die Wirtschaft sogar einen Rückgang, wobei die Zentralbank einen realen Rückgang des Bruttoinlandsprodukts (BIP) um 0,6 % meldete. Dies ist größtenteils auf eine verringerte Inlandsnachfrage zurückzuführen, wobei der Hauptfaktor der rückläufige Privatkonsum ist, während die Investitionen weniger stark betroffen waren. Die Staatsausgaben sind angestiegen, insbesondere in den Bereichen Gesundheit und Bildung.

Die Regierung unter Präsident Gabriel Boric zeigt sich auch aus wirtschaftlicher Sicht stabil: Sie konnte das Staatsdefizit innerhalb eines Jahres von einem Minus von 7,7 % bei Amtsübernahme auf ein Plus von 2 % umkehren. In finanzieller Hinsicht hält die Regierung nicht nur die bestehenden Regeln ein, sondern hat auch offiziell die Staatsverschuldung auf 45 % des BIP begrenzt. Diese positive Entwicklung spiegelt sich auch im Wechselkurs wider: Der chilenische Peso (CLP) hat sich gegenüber dem USD stabilisiert und lag laut Germany Trade & Invest (GTAI) im April 2023 bei etwa 800 CLP. Im Jahr 2022 hatte er zeitweise noch bei fast 1.050 CLP je USD gelegen. Vor diesem Hintergrund erwartet die Zentralbank für das Gesamtjahr 2023 ein Wachstum zwischen minus 0,5 und plus 0,5 %. Ab 2024 soll Chile wieder auf den langfristigen Wachstumspfad einschwenken, mit Zuwächsen zwischen 2 und 3 %.⁶

Chile bleibt für ausländische Investoren attraktiv, insbesondere in den Bereichen erneuerbare Energien, grüner Wasserstoff und Lithium. Neoliberale Reformen und die Öffnung globaler Märkte haben auch die Landwirtschaft und Forstwirtschaft zu florierenden Sektoren gemacht. Der Außenhandel boomt, insbesondere durch den Export von Obst und Lachs. Die Umwelt wird jedoch durch industrielle Landwirtschaft und eine umweltschädliche Nutzung von Meeren und Seen beeinträchtigt.

Die politische Unsicherheit der Vergangenheit führte zu einem Abfluss chilenischen Kapitals ins Ausland, der sich in letzter Zeit jedoch verlangsamt hat. Der Konsum in Chile schwächt sich ab, da die außerordentliche Liquidität der Haushalte nach den COVID-19-Maßnahmen ausläuft und die Arbeitslosenquote steigt.

Rund ein Drittel der Erwerbsbevölkerung ist im informellen Sektor beschäftigt. Dies schränkt den Zugang zu Sozialleistungen ein. Die Gewährleistung eines klar definierten Leistungskatalogs für alle, ohne Unterscheidung zwischen formell und informell

⁶ GTAI (2023): Ab 2024 geht es in Chile wieder aufwärts: <https://www.gtai.de/de/trade/chile/wirtschaftsumfeld/ab-2024-geht-es-in-chile-wieder-aufwaerts-770682>, zuletzt aufgerufen: 28.07.2023

Beschäftigten, wird von entscheidender Bedeutung sein. Ein verbesserter Zugang zu hochwertiger frühkindlicher Bildung würde die Bildungsergebnisse verbessern und mehr Frauen in die Lage versetzen, einer Erwerbstätigkeit nachzugehen. Eine schrittweise Erhöhung des Mindestlohns soll für rund eine Mio. Familien positive Effekte bringen.

Die Regierung setzt sich die Stärkung des Wettbewerbs, den Abbau regulatorischer Hemmnisse und höhere Ausgaben für Forschung und Innovation zum Ziel, um Produktivität und Investitionen anzukurbeln. Insgesamt sind die langfristigen Aussichten für Chile gut und das Land bleibt für Investoren interessant.⁷

3.1.4 Außenhandelspolitik

Die offiziellen Beziehungen zwischen Deutschland und Chile bestehen seit 1952 und umfassen ein breites Spektrum von Bereichen wie Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und gemeinsame Ansichten zu wichtigen multilateralen Fragen. Deutschland ist Chiles wichtigster Handelspartner innerhalb der Europäischen Union (EU) und importiert v. a. Rohstoffe und Lebensmittel. Deutschland exportiert hauptsächlich folgende Lebensmittel nach Chile: Fleisch, Milcherzeugnisse, Genießbare Früchte und Nüsse, Kaffee, Kakao und Getreide.⁸

Das Ministerium für Auswärtige Angelegenheiten (Ministerio de Relaciones Exteriores) von Chile hat verschiedene Interessen und Ziele im Bereich der Außenpolitik. Dazu gehören:

- Förderung der wirtschaftlichen Interessen Chiles und des Handels mit anderen Ländern,
- Beitrag zur Stärkung der regionalen Integration,
- Verbesserung des Ansehens Chiles im Ausland,
- Unterstützung des Multilateralismus,
- Förderung von Frieden und internationaler Sicherheit,
- Förderung der maritimen und antarktischen Interessen Chiles,
- Beitrag zur Energiesicherheit Chiles,
- Förderung der Integration Chiles in globale Wissenschafts- und Technologiennetze,
- Verbreitung und Förderung der chilenischen Kultur im Ausland,
- Gewährung konsularischer Hilfe und Schutz für chilenische Staatsbürger im Ausland.⁹

⁷ GTAI (2023): Ab 2024 geht es in Chile wieder aufwärts: <https://www.gtai.de/de/trade/chile/wirtschaftsumfeld/ab-2024-geht-es-in-chile-wieder-aufwaerts-770682>, zuletzt aufgerufen: 28.07.2023

⁸ Statistisches Bundesamt (2023): Aus- und Einfuhr (Außenhandel): Deutschland, Jahre, Länder, Warensystematik, <https://www-genesis.destatis.de>, zuletzt aufgerufen: 08.11.2023

⁹ Ministerio de Relaciones Exteriores (2023): Política Exterior: https://www.minrel.gob.cl/minrel_old/site/artic/20080802/pags/20080802193244.html, zuletzt aufgerufen: 04.08.2023

Diese Ziele leiten die Arbeit des Ministeriums für Auswärtige Angelegenheiten und sind wichtig für die Beziehungen Chiles zu anderen Ländern und internationalen Organisationen. Die wichtigsten Handelspartner Chiles umfassen China, die USA, Brasilien, Japan, Argentinien, Südkorea und Deutschland. Chile hat mit verschiedenen bedeutenden Wirtschaftsnationen Freihandelsabkommen abgeschlossen: mit der EU seit 2003, mit der Europäischen Freihandelsassoziation (European Free Trade Association, EFTA), mit dem Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) mit Neuseeland, Singapur und Brunei Darussalam sowie mit Zentralamerika (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras und Nicaragua). Seit 2012 ist Chile zusammen mit Mexiko, Kolumbien und Peru Mitglied der Pazifik-Allianz. Chile ist außerdem Mitglied der Welthandelsorganisation.¹⁰

3.1.5 Teilhabe an der Wohlstandsentwicklung

Seit den 2010er-Jahren hat Chile erhebliche Fortschritte bei der Verbesserung der Lebensqualität seiner Bürger erzielt. Das Land hat gezielte Maßnahmen ergriffen, um die Armut zu verringern beispielsweise durch die Stärkung des Bildungssystems, die Verbesserung des Gesundheitswesens sowie durch die Einführung sozialer Programme. Dennoch schneidet Chile im Vergleich mit anderen Ländern unterdurchschnittlich ab was den Lebensstandard betrifft. Generell sind die Menschen in Chile weniger zufrieden mit ihrem Leben im Vergleich zum Durchschnitt der OECD-Bürger. Auf einer Skala von 0 bis 10 bewerten sie ihre Lebenszufriedenheit mit 6,2, während der OECD-Durchschnitt bei 6,7 liegt.

Die finanzielle Situation ist ein bedeutender Faktor für den Lebensstandard, und in Chile liegt das verfügbare Pro-Kopf-Haushaltsnettoeinkommen deutlich unter dem OECD-Durchschnitt von 30 Tsd. USD pro Jahr. Hinsichtlich der Beschäftigung verfolgen etwa 56 % der 15- bis 64-jährigen Bevölkerung in Chile eine bezahlte Tätigkeit, deutlich weniger als der OECD-Durchschnitt von 66 %. Zudem zeigt sich eine Geschlechterungleichheit, da 65 % der Männer, aber nur 47 % der Frauen erwerbstätig sind.¹¹

Die Wahlbeteiligung, als Maß für die Beteiligung der Bürger am politischen Geschehen, lag bei den letzten Wahlen im Jahr 2021 bei 47 % und liegt damit unter dem OECD-Durchschnitt von 69 %.¹²

¹⁰ GTAI (2022): Wirtschaftsdaten Kompakt – Chile: <https://www.gtai.de/de/trade/chile/wirtschaftsumfeld/wirtschaftsdaten-kompakt-chile-156714>, zuletzt aufgerufen: 05.10.2023

¹¹ OECD: Chile: <https://www.oecdbetterlifeindex.org/de/countries/chile-de/>, zuletzt aufgerufen: 04.08.2023

¹² Ebenda.

3.2 Uruguay

3.2.1 Länderkurzinformation



Abbildung 2: Landkarte Uruguay

Quelle: CIA World Factbook

Uruguay ist ein Land in Südamerika, das an der Südostküste liegt. Es ist das zweitkleinste Land auf dem Kontinent und wird oft von den benachbarten Republiken Brasilien und Argentinien überschattet. Uruguay hat etwa 3,4 Mio. Einwohner. Aufgrund seiner offenen Flächen und der niedrigen Bevölkerungsdichte bietet das Land zahlreiche Möglichkeiten für wirtschaftliche Entwicklung.

Seit seiner Unabhängigkeit im Jahr 1828 hat sich Uruguay zu einer der progressiveren Gesellschaften Lateinamerikas entwickelt, bekannt für politische Stabilität, fortschrittliche Sozialgesetzgebung und eine relativ große Mittelschicht. Die Landschaft ist von sanftem Hügelland geprägt, mit fruchtbaren Tälern und Ebenen. Obwohl Uruguay ein Land mit reichlich Wasserressourcen ist, verfügt es nicht über große Flüsse, die das Land durchqueren. Der Río Uruguay und die Mündung des Río de la Plata entlang der westlichen Grenze des Landes sind für den Schiffsverkehr von Hochseeschiffen geeignet.¹³

Das Klima in Uruguay ist ausgeglichen und gemäßigt, ohne ausgeprägte Trocken- oder Regenperioden. In Uruguay herrscht ein gemäßigttes Klima ohne ausgeprägte Trocken- oder Regenperioden. Die meisten Niederschläge fallen im Herbst, insbesondere im März und April, während auch der Winter regnerisch sein kann. Zudem sind Sommergewitter in Uruguay häufig.

¹³ Britannica (2023): Uruguay: <https://www.britannica.com/place/Uruguay>, zuletzt aufgerufen: 04.08.2023

3.2.2 Bevölkerung

Zu den starken Entwicklungsindikatoren Uruguays gehören Säkularismus, liberale Sozialgesetze und solide Sozialversicherungs-, Gesundheits- und Bildungssysteme. Die gesamte Bevölkerung hat Zugang zu sauberem Wasser, und die kostenlose Schulbildung hat zu einer hohen Alphabetisierungsrate geführt. Allerdings hat die Abwanderung von Fachkräften die Rentabilität der Bildungsinvestitionen des Landes verringert. Die Geldüberweisungen von uruguayischen Staatsbürgern, die im Ausland leben, haben einen Anteil von weniger als 1 % am BIP des Landes. Die Überalterung der Bevölkerung ist eine Folge der Abwanderung und der niedrigen Geburtenrate. Viele Uruguayer sind aufgrund des wirtschaftlichen Niedergangs und der Militärdiktatur 1973 - 1985 ausgewandert. Die jüngsten Auswanderungsbewegungen führten in die USA und nach Spanien. Einwanderungen wurden hauptsächlich aus Italien, Spanien, Peru und Saudi-Arabien verzeichnet.¹⁴

Uruguay hat aufgrund niedriger Geburtenraten und einer hohen Lebenserwartung eine unterdurchschnittliche Bevölkerungswachstumsrate. Es wird erwartet, dass diese Bedingungen anhalten und bis 2050 zu einem Bevölkerungsstillstand führen werden. Prognosen gehen davon aus, dass die Bevölkerung im Jahr 2040 auf 3,6 Mio. ansteigt, und dann nach 2050 langsam zurückgeht. Beeindruckende 95 % der Bevölkerung Uruguays leben in oder nahe städtischen Gebieten, die meisten davon in der Hauptstadt Montevideo. Mit 1,3 Mio. Einwohnern lebt hier fast die Hälfte der Bevölkerung des Landes. Die Lebensqualität ist sehr hoch und die Stadt ist ein bedeutendes kulturelles Zentrum der Region. Die zweitgrößte Stadt ist Salto mit 104 Tsd. Einwohnern, weitere nennenswerte Städte mit knapp unter 100 Tsd. Einwohnern sind Ciudad de la Costa, Paysandú und Las Piedras.¹⁵

3.2.3 Wirtschaftslage

Die Wirtschaft des Landes beruht auf Landwirtschaft, Fischerei, Fertigungsindustrie und Dienstleistungen, während der Handel hauptsächlich mit Brasilien, China und den USA stattfindet. Zur Fertigungsindustrie zählen insbesondere die Produktion von Nahrungsmitteln, Getränken, sowie die Verarbeitung von Fleisch und Fisch.¹⁶ Die Schaf- und Rinderzucht sind zwei der wichtigsten Wirtschaftszweige Uruguays.¹⁷

Im Jahr 2022 verzeichnete die uruguayische Wirtschaft ein Wachstum von 5,4 % gegenüber den ursprünglichen Prognosen von 5,1 %. Für das Jahr 2023 wird ein weiterer Aufschwung

¹⁴ CIA (2023): Uruguay: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/uruguay/#people-and-society>, zuletzt aufgerufen: 04.08.2023

¹⁵ World Population Review (2023): Uruguay: <https://worldpopulationreview.com/countries/uruguay-population>, zuletzt aufgerufen: 04.08.2023

¹⁶ Britannica (2023): Uruguay: <https://www.britannica.com/place/Uruguay>, zuletzt aufgerufen: 04.08.2023

¹⁷ Ebenda

von 2,5 % erwartet. In Bezug auf die Exporte zeigte sich eine insgesamt dynamische Entwicklung, wobei einige Produkte wie Saatgut, Mehl- und Mühlenprodukte, Milchprodukte und Getreide im Februar 2023 anstiegen, während Fleisch um 15 % zurückging.

Im Januar 2023 stiegen die Steuereinnahmen mit 1,3 % wieder an. Der Aufschwung ist v. a. auf die Entwicklungen der Mehrwertsteuer (+1,5 %), sowie auf die Einkommensteuer (+9,0 %) zurückzuführen. Der Arbeitsmarkt verschlechterte sich leicht im Januar 2023. Die Beschäftigungsquote sank auf 57,5 %, liegt damit aber immer noch unter dem Durchschnitt für den Zeitraum 2006 - 2023, während die Arbeitslosenquote auf 8,5 % stieg (von 7,8 % im Oktober 2022) und befindet sich somit auf dem höchsten Stand seit dem Ende der COVID-19-Pandemie.¹⁸

Im Februar 2023 zeigte sich im Vergleich zum Vorjahr 2022 eine moderatere Inflationsrate, welche sich auf 7,55 % belief. Die Prognose für das Gesamtjahr 2023 liegt bei 7,2 %. Der Anstieg der Preise im Januar 2023 im Vergleich zum Vorjahr 2022 lässt sich v. a. auf höhere Kosten bei Nahrungsmitteln und Getränken zurückführen, die einen Anteil von 26 % am Gesamtkonsum ausmachen.

Die Zentralbank gab am 15. Februar 2023 bekannt, dass sie ihre kontraktive Geldpolitik fortsetzen wird, wobei der Zinssatz unverändert bei 11,50 % blieb. Im Januar 2023 verzeichnete das Haushaltsdefizit weiterhin einen Anteil von 3,5 % am BIP. Im dritten Quartal 2023 sank die Bruttoverschuldung auf 68 % im Vergleich zu 71 % im zweiten Quartal 2023. Die Nettoverschuldung blieb stabil bei 38 %, während die Rücklagen bei 30 % lagen.

Trotz des globalen Anstiegs der Zinssätze haben sich die Aussichten für die uruguayische Wirtschaft verbessert und das Länderrisiko befindet sich auf einem historischen Tiefstand. Das Länderrisiko Uruguays beträgt aktuell 99 Basispunkte, was den niedrigsten Wert in ganz Lateinamerika darstellt.¹⁹

3.2.4 Außenhandelspolitik

Uruguay hat ein offenes Handels- und Investitionsregime. Es bestehen wenige Grenzbeschränkungen und der Einsatz nichttarifärer Handelshemmnisse ist gering. In Bezug auf Handelspolitik ist Uruguay ein aktiver Teilnehmer im multilateralen Handelssystem. Das Land hat eine offene Investitionspolitik, die ausländische Direktinvestitionen anzieht und

¹⁸ AHK Uruguay (2023): Uruguay Wirtschaft: <https://mediafra.admiralcloud.com/customer> zuletzt aufgerufen: 07.08.2023

¹⁹ Ebenda

gleiche Behandlung für inländische und ausländische Investoren gewährleistet. Uruguay bietet verschiedene Anreize und steuerliche Erleichterungen, um Investitionen zu fördern und die Diversifizierung der Wirtschaft voranzutreiben. Im Agrarsektor konzentriert sich Uruguay auf die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und die Erschließung von Nischenmärkten. Im verarbeitenden Gewerbe strebt das Land an, den Wertzuwachs in der nachhaltigen industriellen Produktion zu steigern.²⁰

Uruguay ist Mitglied der internationalen Wirtschaftsgemeinschaft im südlichen Lateinamerika (MERCOSUR) und wendet den Gemeinsamen Zolltarif des MERCOSUR an. Es hat Bemühungen unternommen, die Zollformalitäten zu vereinfachen und den internationalen Handel zu erleichtern. Allerdings werden weitere Verbesserungen benötigt, um die Handelshemmnisse zu reduzieren und die Handelsprozesse zu beschleunigen.

Der Agrarsektor und der Dienstleistungssektor spielten eine entscheidende Rolle für das Wirtschaftswachstum des Landes. Uruguay hat in den letzten Jahren bedeutende Fortschritte bei der Haushaltskonsolidierung und der Reduzierung der öffentlichen Verschuldung erzielt. Es hat auch eine solide monetäre Politik mit dem Ziel der Preisstabilität verfolgt, obwohl die Inflation aufgrund von globalen Preisanstiegen für Lebensmittel und Energieprodukte seit 2022 zeitweise schwierig zu kontrollieren war. Der Außenhandel Uruguays ist stark von der Exportlandwirtschaft abhängig, insbesondere von Nahrungsmitteln und landwirtschaftlichen Rohstoffen.²¹

3.2.5 Teilhabe an der Wohlstandsentwicklung

Die starken wirtschaftlichen Fortschritte Uruguays unterstützen den Weg zur Armutsreduzierung und zur Förderung des gemeinsamen Wohlstands. Uruguay verzeichnet ein hohes Pro-Kopf-Einkommen, begleitet von geringer Ungleichheit und Armut. Die Rate der extremen Armut ist praktisch nicht existent. Die Mittelschicht ist hingegen die größte auf dem amerikanischen Kontinent und umfasst mehr als 60 % der Bevölkerung.²² Uruguay hat sich intensiv für den Sozialschutz engagiert. In diesem Zusammenhang sind ungefähr 90 % der Bevölkerung im Alter von über 65 Jahren in das Rentensystem des Landes integriert.²³

Uruguay steht strukturellen Herausforderungen gegenüber, die sich auf die Fortschritte bei den Zielen für nachhaltige Entwicklung auswirken könnten. Das Land befindet sich in einem

²⁰ World Trade Organization (2023): Uruguay Summary: https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s263_sum_e.pdf, zuletzt aufgerufen: 07.08.2023

²¹ Ebenda.

²² The World Bank (2023): The World Bank In Uruguay: <https://www.worldbank.org/en/country/uruguay/overview>, zuletzt aufgerufen: 07.08.2023

²³ Banco de Prevision social (2023): ANÁLISIS DE COBERTURA DEL RÉGIMEN PREVISIONAL URUGUAYO Período 2004 – 2022, <https://www.bps.gub.uy/bps/file/20793/1/analisis-de-cobertura-del-regimen-previsional-uruguayo.-periodo-2004-2022.-actualizacion.pdf>, zuletzt aufgerufen: 19.10.2023

fortgeschrittenen demographischen Wandel und hat sein Sozialversicherungssystem reformiert. Das neue System zielt darauf ab die Kosten für die öffentlichen Rentenausgaben zu senken. Dies wird durch die Erhöhung des Mindestrenteneintrittsalters von 60 auf 65 Jahre sowie durch Änderungen am Beitragssystem und an der Berechnung der Grundrente erreicht.²⁴ Uruguay sieht sich außerdem mit Herausforderungen konfrontiert, wenn es um die Integration von Frauen in wirtschaftliche Aktivitäten, die Transformation von Bildungs- und Arbeitsinstitutionen im Hinblick auf die Nutzung technologischer Veränderungen sowie die Förderung von Investitionen in Infrastruktur und Integration in globale Wertschöpfungsketten geht. Trotz der im regionalen Vergleich niedrigen Armutsrate bestehen erhebliche Ungleichheiten in Bezug auf Alter, Geschlecht, Region und Herkunft, die sich durch die COVID-19-Pandemie noch verschärft haben.²⁵

Das Dokument „La Estrategia Nacional de Desarrollo, Uruguay 2050“ ist eine langfristige Entwicklungsstrategie für Uruguay. Es zeigt, wie das Land seine wirtschaftliche, soziale und geschlechtsspezifische Entwicklung gestalten will, um zukünftigen Herausforderungen zu begegnen und den Wohlstand für alle Bürger zu steigern. Dabei werden globale Trends und nachhaltige Entwicklungsziele berücksichtigt, um eine umfassende und nachhaltige Entwicklungsstrategie zu definieren. Dies umfasst politisch-institutionelle Maßnahmen wie die Anerkennung der Geschlechtergleichstellung als Staatspolitik und die Integration dieser Agenda in den gesamten Staat. Im wirtschaftlichen Bereich sollen Vorschriften zur Förderung der Geschlechtergleichstellung im Zugang zu wirtschaftlichen Ressourcen angepasst werden.²⁶

²⁴ FIAP - International Federation of Pension Funds Administrators (2023): Uruguay: A reform to the pension system that raises the legal retirement age from 60 to 65 years was approved, <https://www.fiapinternacional.org>, zuletzt aufgerufen: 19.10.2023

²⁵ GTAI (2021): Verbesserung der Gleichberechtigung und Stärkung von Frauen, <https://www.gtai.de/de/trade/uruguay>, zuletzt aufgerufen: 19.10.2023

²⁶ CEPAL (2023): Estrategia Nacional de Desarrollo Uruguay 2050: <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/estrategia-nacional-de-desarrollo-uruguay-2050>, zuletzt aufgerufen: 07.08.2023

4. Absatzmärkte

4.1 Orientierungspreise der Produkte im chilenischen Markt

4.1.1 Großhandelspreisindex

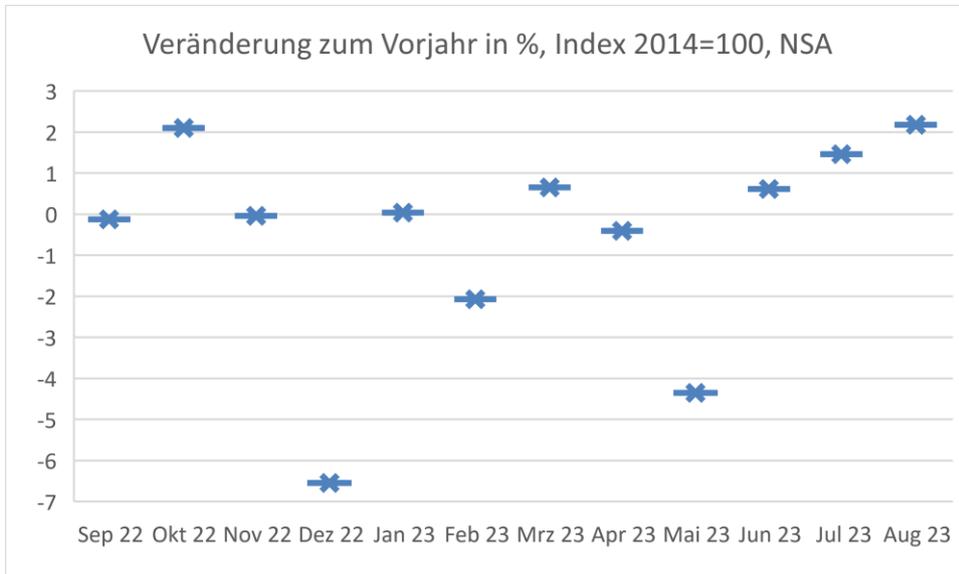


Abbildung 3: Großhandelspreisindex in Chile

Quelle: eigene Darstellung nach Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

Der Großhandelspreisindex in Chile zeigte im betrachteten Zeitraum von September 2022 bis August 2023 einen wechselhaften Verlauf. Nach einem leichten Rückgang im September 2022 stieg der Index im Oktober 2022 deutlich an. Die folgenden Monate zeigten wechselnde Preisbewegungen, mit mehreren Abwärts- und Aufwärtstrends. Im Dezember 2022 gab es einen starken Rückgang, gefolgt von einer allmählichen Erholung in den Folgemonaten. Ab Juli und August 2023 stiegen die Preise erneut deutlich an. Diese Schwankungen sind auf verschiedene wirtschaftliche Einflussfaktoren zurückzuführen, darunter die gestiegene Inflation, eine reduzierte Nachfrage und steigende Energiekosten.

4.1.2 Verbraucherstufe

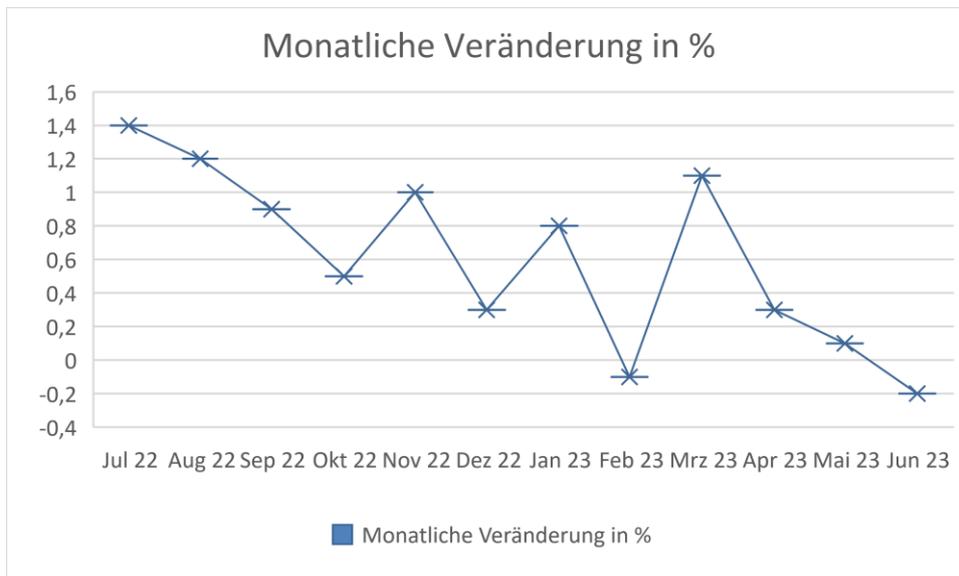


Abbildung 4: Veränderungen des Verbraucherpreisindex in Chile im Zeitraum Juli 2022 bis Juni 2023, in %

Quelle: eigene Darstellung nach INE

Im Juni 2023 verzeichnete der Verbraucherpreisindex (VPI) in Chile eine Veränderung von -0,3 % im Vergleich zum Vormonat Mai 2023.

Zu den zwölf Warengruppen, die den VPI bilden, gehören unter anderem Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren, Alkoholische Getränke sowie Hotels und Gaststätten. Von den zwölf Warengruppen hatten sieben negative und vier positive Auswirkungen auf die monatliche Veränderung im Juni 2023. Zu den Warengruppen, die einen Anstieg verzeichneten, gehörten die Bereiche Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke mit einem Plus von 0,3 %. Am stärksten war der Zuwachs bei Molkereiprodukten, Käse und Eiern, gefolgt von Fleisch. Das sind jene Warengruppen, die eine aufmerksame Marktbeobachtung seitens deutscher Exporteure erfordern und aussichtsreiche Absatzchancen bieten.²⁷

²⁷ INE (2023): Índice de Precios al Consumidor: <https://www.ine.gob.cl/estadisticas/economia/indices-de-precio-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor>, zuletzt aufgerufen: 07.08.2023

4.1.3 Importpreise

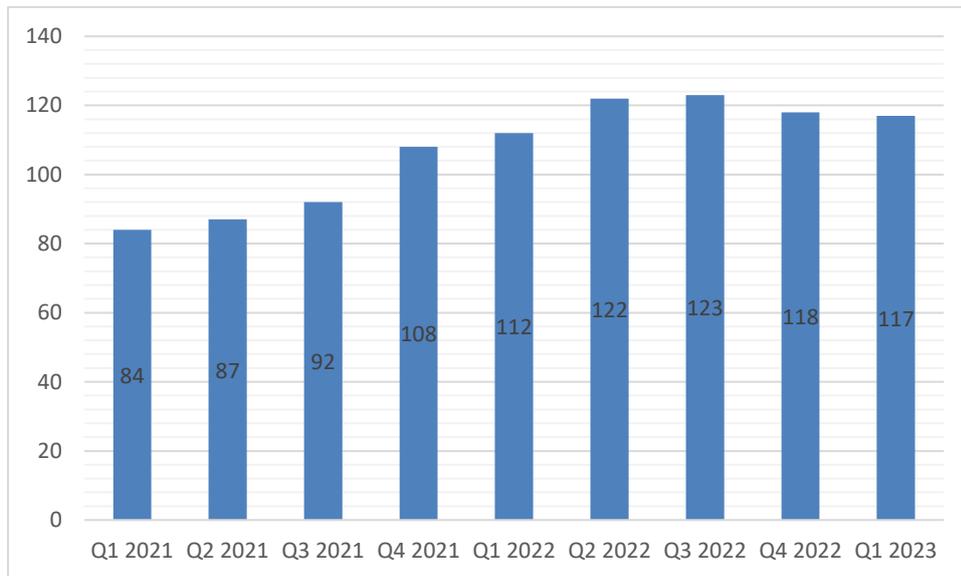


Abbildung 5: Entwicklung der Importpreise in Chile (NSA, 2013=000)

Quelle: eigene Darstellung nach Trading Economics

Die chilenischen Einfuhrpreise verzeichneten im ersten Quartal 2023 einen Rückgang auf 117,4 Punkten im Vergleich zu 118 Punkten im vierten Quartal 2022²⁸ Im Jahr 2021 importierte Chile eine Vielzahl an Lebensmitteln. Die Warengruppen mit dem größten Importanteil waren Rindfleisch mit 15,8 %, Schweinefleisch mit 3,9 %, Käse mit 3,1 % und Geflügelfleisch mit 2,9 %.²⁹

²⁸Trading Economics (2023): Chile Import Prices: <https://tradingeconomics.com/chile/import-prices>, zuletzt aufgerufen: 07.08.2023

²⁹ OEC (2022): Yearly Trade, <https://oec.world/en/profile/country/ch?yearlyTradeFlowSelector=flow1>, zuletzt aufgerufen: 20.10.2023

4.2 Orientierungspreise der Produkte im uruguayischen Markt

4.2.1 Großhandelspreisindex



Abbildung 6 Großhandelspreisindex in Uruguay

Quelle: Darstellung nach CEIC Data

Die Quellenlage zum Großhandelspreisindex in Uruguay ist seit dem Jahr 2016 nicht aktualisiert worden. Der Großhandelspreisindex in Uruguay verzeichnete in den Jahren von 2012 bis 2016 eine stetige Aufwärtstendenz. Diese kontinuierliche Zunahme des Großhandelspreisindex in Uruguay über den betrachteten Zeitraum deutet auf verschiedene wirtschaftliche Einflussfaktoren hin, darunter steigende Produktionskosten, gesteigerte Nachfrage und ein Anstieg der Inflation.

4.2.2 Verbraucherstufe

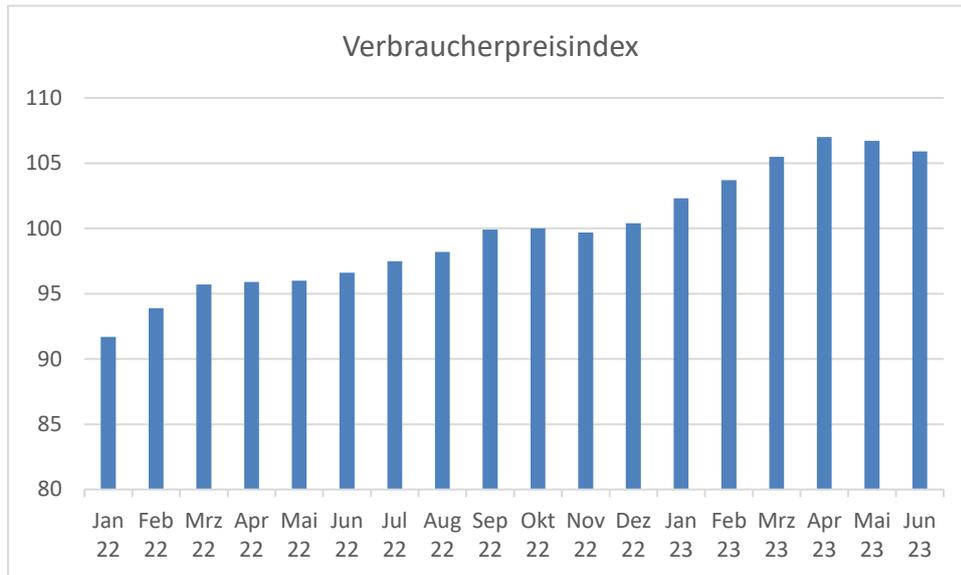


Abbildung 7: Verbraucherpreisindex in Uruguay

Quelle: eigene Darstellung nach: CEPAL

Im Zeitraum von Januar 2022 bis Juni 2023 stieg der VPI kontinuierlich an, was auf eine allgemeine Preissteigerung hinweist. Der Preisanstieg in Uruguay hängt mit der steigenden Inflation zusammen. Durch den Preisanstieg verringert sich die Kaufkraft, was sich negativ auf den Lebensstandard auswirkt. Der Anstieg des VPI in Uruguay verdeutlicht den Anstieg der Preise für Lebensmittel.

4.2.3 Importpreise

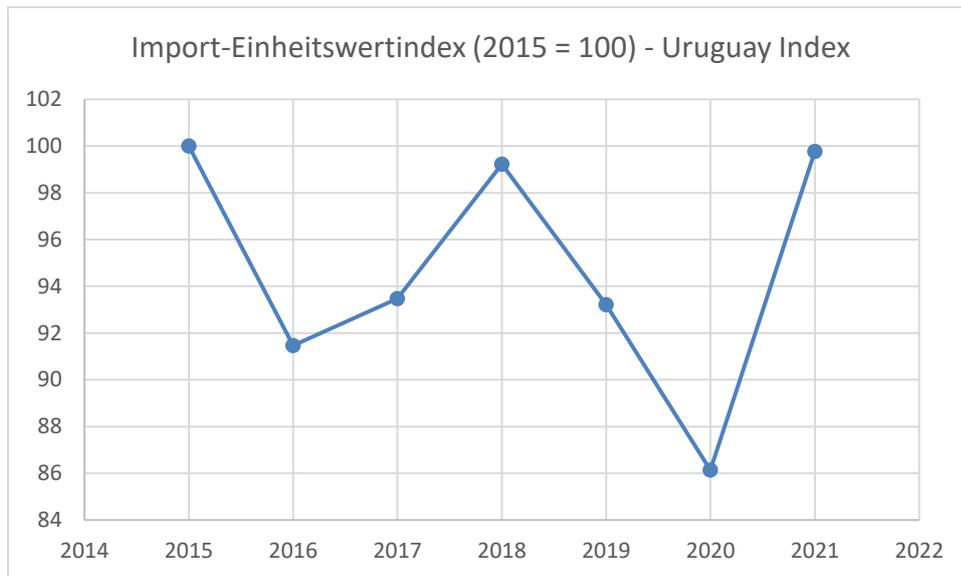


Abbildung 8: Import-Einheitswertindex Uruguay

Quelle: eigene Darstellung nach The World Bank

Im Jahr 2021 importierte Uruguay eine Vielzahl an Lebensmitteln. Die Warengruppen mit dem größten Importanteil waren Rindfleisch mit 7,6 %, Schweinefleisch mit 6,4 %, Cerealien mit 4 % und Backwaren mit 3,4 %. Im Jahr 2016 lag der Index bei 91,47 und zeigt einen leichten Rückgang des Importwerts im Vergleich zum Basisjahr 2015 hin. Im Jahr 2017 stieg der Index auf 93,47 an, was auf eine geringfügige Erholung im Importwert hindeutet. Im Jahr 2018 stieg der Index auf 99,2. Im Jahr 2019 fiel der Index auf 93,21. Die Schwankungen sind auf verschiedene Faktoren wie Wechselkursschwankungen, Warenangebot und internationale Handelsbedingungen zurückzuführen. Im Jahr 2020 verzeichnete der Index einen deutlichen Rückgang auf 86,14, dies deutet auf eine erhebliche Verringerung des Importwerts hindeutet. Als Grund hierfür werden mitunter die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie angeführt, die den internationalen Handel stark beeinträchtigt haben. Bis zum Jahr 2021 erholt sich der Index auf 99,77 und signalisierte somit eine Erholung des Importwerts.³⁰

³⁰ The World Bank (2023): Import unit value index: <https://data.worldbank.org/indicator/TM.UVI.MRCH.XD.WD?locations=UY>, zuletzt aufgerufen: 15.08.2023

5. Produktspezifische Informationen

5.1. Ein- und Ausfuhr Chile

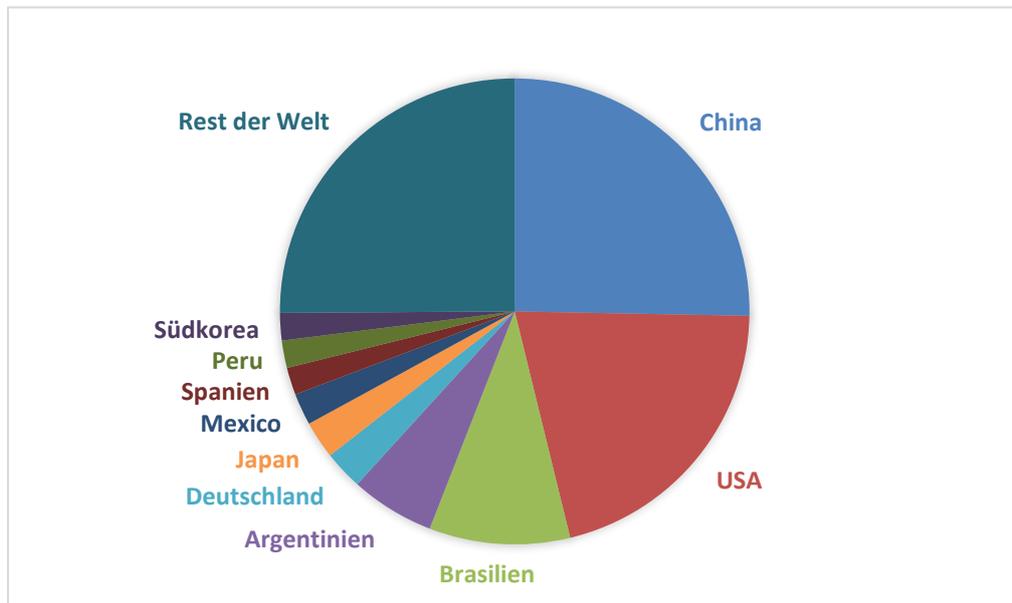


Abbildung 9:Hauptlieferländer von Importen nach Chile, 2022

Quelle: eigene Darstellung nach Comtrade

Deutsche Unternehmen haben trotz ihres vergleichsweise kleinen Marktanteils von rund 3 % bei den Importen nach Chile gute Chancen, ihre Produkte erfolgreich auf dem chilenischen Markt zu platzieren. Die nachfolgende Tabelle zeigt, dass deutsche Unternehmen eine breite Palette von Lebensmitteln, darunter Milchprodukte, Schweinefleisch, Gemüse, Fischprodukte und Getreide exportieren. Dies ermöglicht eine breite Diversifizierung der angebotenen Produkte und deckt unterschiedliche Marktbedürfnisse ab.

Tabelle 1: Import von Lebensmitteln aus Deutschland nach Chile, 2023 (in Tsd. USD)

Lebensmittelkategorie	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep
Milch und andere Milchprodukte	2.818,1	2.545,8	3.017,6	3.586,5	6.905,8	6.585,4	5.806,5	6.767,6	4.192,6
Schweinefleisch	1.352,0	736,4	724,3	144,3	323,9	144,0	493,2	609,5	117,6
Gemüse	10,9	6,2	29,1	0,0	16,8	0,0	61,3	13,6	23,7
Konserven	0,0	6,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Getreide	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,2	0,0	0,8	0,0

Quelle: eigene Darstellung nach Aduanas Chile

Die Handelsbilanz Chiles war im April 2023 positiv und betrug 2,09 Mrd. USD, wobei die Exporte insgesamt 8,25 Mrd. USD und die Importe 6,16 Mrd. USD betragen. Die Exportzahlen verringerten sich um 346 Mio. USD (-4,02 %) im Vergleich zum Monat April des Vorjahres 2022, während die Importe um 563 Mio. USD (-8,37 %) zurückgingen.³¹

Die chilenische Agrar- und Ernährungswirtschaft ist einer der dynamischsten Wirtschaftszweige des Landes und trägt schätzungsweise 4,7 % zum BIP bei. Über 360 Tsd. direkte Arbeitsplätze sind in diesem Sektor in Chile angesiedelt und 970 verschiedene Produkte werden exportiert. Die wichtigsten Zielmärkte für chilenische Agrar- und Lebensmittelexporte sind die USA, China und Japan.³²

In Bezug auf Rindfleischexporte stieg das Volumen im Zeitraum von Januar bis Juni 2023 um 9,3 % gegenüber dem gleichen Zeitraum 2022. China bleibt das Hauptexportziel für Rindfleisch. Die Lieferungen in das asiatische Land stiegen um 7,6 % auf ca. 11 Tsd. t und machten 85,1 % des bis Juni 2023 exportierten Werts aus. Trotz der beachtlichen Exportquote Chiles im Bereich Rindfleisch ergeben sich dennoch klare Marktchancen für deutsche Exporteure. Eine gezielte Positionierung von hochwertigem oder spezialisiertem Rindfleisch, das sich deutlich von der chilenischen Produktion unterscheidet, schafft eine Nische auf dem Markt. Beispiele hierfür sind Bio-Rindfleisch mit einem Fokus auf nachhaltiger Produktion, hochwertige Rindfleischsorten wie Wagyu oder Angus sowie deutsche regionale Spezialitäten.

³¹ OEC (2023): Chile: <https://oec.world/en/profile/country/chl?subnationalFlowSelector=flow1>, zuletzt aufgerufen: 18.08.2023

³² Pro Chile (2023): Food & Agriculture: <https://www.prochile.gob.cl/en/export-sectors/agriculture-food-supplies#:~:text=Fresh%20Fruit,-Our%20fruit%20grows&text=Chile%20is%20the%20largest%20fruit,with%20international%20food%20safety%20standards>, zuletzt aufgerufen: 18.08.2023

Von Januar bis Juni 2023 wurden rund 83 Tsd. t Geflügelfleisch exportiert. Dies entspricht einem starken Rückgang von 31,5 % gegenüber dem gleichen Zeitraum im Jahr 2022. Die Geflügelfleischexporte sind aufgrund von Handelsbeschränkungen wegen des Ausbruchs der hochpathogenen Vogelgrippe im Jahr 2023, von der Chile betroffen war, niedrig, wobei eine allmähliche Erholung mit dem Fortschreiten der Zonierungsverhandlungen mit den Zielländern eintritt.³³ Auch im Geflügelsektor ergeben sich klare Marktchancen für deutsche Exporteure durch eine gezielte Spezialisierung, um ihre Marktpräsenz zu stärken. Bio-Geflügelfleisch, das dem steigenden Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein entspricht, geflügelbasierte Convenience-Produkte sowie die Betonung nachhaltiger Verpackung und Produktion dienen als wirkungsvolle Differenzierungsmerkmale und sprechen gezielt Verbraucher an.

5.2. Verbrauch

Die Chilenen haben ihre Einkaufsgewohnheiten für Lebensmittel im Jahr 2021 aufgrund steigender Preise geändert. Bei den Ausgaben für Lebensmittel verteilt sich das Budget wie folgt: 8 % für Fisch und Meeresfrüchte, 12 % für Tiefkühlkost, 13 % für Milchprodukte und Eier, 20 % für Obst und Gemüse, 20 % für rotes und weißes Fleisch und schließlich 27 % für andere Lebensmittel wie Fertiggerichte, Lebensmittel und Getränke.

Die Mehrheit der Bevölkerung zieht es vor, frische Lebensmittel in großen Supermärkten zu erwerben, aufgrund der dortigen Auswahl und Bequemlichkeit. Junge Menschen im Alter von 18 bis 24 Jahren hingegen kaufen ungefähr 30 % ihrer frischen Lebensmittel online. Im Gegensatz dazu kaufen Menschen im Alter von 40 bis 66 Jahren 18 % ihrer Lebensmitteleinkäufe über digitale Plattformen.³⁴

In der Konsumgüterindustrie gab es eine bedeutsame Veränderung, da Verbraucher aufgrund der langen COVID-19-Quarantänen begannen, verstärkt darauf zu achten, welche Lebensmittel sie konsumieren. Dies geschah, indem sie ihre Einkaufsgewohnheiten anpassten und ihre Konsumverhalten veränderten. Gegenwärtig fühlen sich die Chilenen, unabhängig von ihrer Altersgruppe, wohler dabei, verschiedene Lebensmittel über Last-Mile-Apps (15 %), Supermarkt-Apps (39 %) und über Kurierdienste (27 %) zu kaufen. Dies deutet darauf hin, dass Verbraucher zunehmend Vertrauen in den Kauf über digitale Kanäle gewonnen haben. Etwa ein Viertel von ihnen gab an, einen erheblichen Anteil ihrer Lebensmitteleinkäufe über diese Plattformen zu tätigen. Trotz dieses Aufschwungs sind viele Chilenen (46 %) jedoch unsicher, ob sie in Zukunft weiterhin darüber einkaufen werden.³⁵

³³ ODEPA (2023): Boletín de carne, julio 2023: <https://www.odepa.gob.cl/publicaciones/boletines/boletin-de-carne-julio-2023>, zuletzt aufgerufen: 18.08.2023

³⁴ Deloitte (2021): Preferencias y Tendencias del Consumo de Alimentos en Chile: <https://www2.deloitte.com/cl/es/pages/consumer-business/articles/preferencias-y-tendencias-del-consumo-de-alimentos-en-chile.html>, zuletzt aufgerufen: 18.08.2023

³⁵ Ebenda.

Chilenen sind angesichts pessimistischer Wirtschaftswahrnehmungen bewusster und nachdenklicher geworden. Sie informieren sich aktiv über Lebensmittel. Nachhaltigkeit wird zunehmend zu einem wichtigen Faktor für chilenische Verbraucher, der Einfluss auf die Kaufentscheidung nimmt. Sie setzen sich für die Umwelt ein und bevorzugen Lebensmittel, die Nachhaltigkeit fördern. Auch pflanzliche Alternativen gewinnen zunehmend an Bedeutung.³⁶

5.2.1 Obst und Gemüse

Eine nationale Erhebung über den Lebensmittelkonsum, die von der Ernährungswissenschaftlichen Fakultät der Universität Chile in Zusammenarbeit mit dem Gesundheitsministerium durchgeführt und im Jahr 2022 veröffentlicht wurde, zeigt besorgniserregende Zahlen über die Menge und den geringen Pro-Kopf-Verbrauch von Obst und Gemüse auf nationaler Ebene. Gemäß der durchgeführten Stichprobe liegt der nationale Konsum von Obst und Gemüse mit nur 227 g pro Person und Tag unter dem Weltdurchschnitt.³⁷

Den Daten der Erhebung nach, nahmen im Zeitraum 2016 – 2017 lediglich 15 % der Bevölkerung ausreichend Obst und Gemüse zu sich. In städtischen Gebieten liegt der Obstkonsum bei 15,5 %, in ländlichen Gebieten hingegen nur bei 11,7 %.³⁸

Laut der INE-Hortikulturerhebung 2022 erreichte die nationale Anbaufläche für Gemüse in Chile 94 Tsd. ha, den höchsten Wert seit dem Jahr 2007, mit einem Wachstum von 9,2 % im Vergleich zu 2021. Der größte Teil der Fläche, nämlich 89 %, wurde für frisches Gemüse genutzt, während 11 % für industrielle Zwecke verwendet wurden. Die Hauptkulturen waren Tomaten, Mais, Zwiebeln, Salat und Bohnen. Die Anbaufläche von Salat steigt seit 2018 kontinuierlich an und erreichte im Jahr 2022 eine Anbaufläche von 8 Tsd. ha. Die Metropolregion führte in der hortikulturellen Produktion, gefolgt von Maule und O'Higgins. Die Gemüsepreise auf dem Markt schwankten, wobei sowohl Rückgänge als auch Anstiege zu verzeichnen waren. Zwischen Januar und Mai 2023 exportierte Chile Gemüse im Wert von 260 Mio. USD, hauptsächlich Tomaten und Zwiebeln, während die Importe im gleichen

³⁶ Deloitte (2021): Preferencias y Tendencias del Consumo de Alimentos en Chile: <https://www2.deloitte.com/cl/es/pages/consumer-business/articles/preferencias-y-tendencias-del-consumo-de-alimentos-en-chile.html>, zuletzt aufgerufen: 18.08.2023

³⁷ Ossom (2022): Se Mantiene Bajo Consumo De Frutas Y Verduras En Chile: <https://ossom.cl/se-mantiene-bajo-consumo-de-frutas-y-verduras-en-chile/>, zuletzt aufgerufen: 18.08.2023

³⁸ ODEPA (2021): Año Internacional de las Frutas y Verduras 2021: <https://bibliotecadigital.odepa.gob.cl/bitstream/handle/20.500.12650/70606/ArtInternacionalFrutasVerduras2021.pdf>, zuletzt aufgerufen: 18.08.2023

Zeitraum einen Wert von 79,8 Mio. USD erreichten, wobei Tomaten das am häufigsten importierte Gemüse waren.³⁹

5.2.2 Milch und Milcherzeugnisse

Im Jahr 2022 ist der Milchkonsum in Chile laut einem Bericht der Worldpanel Division von Kantar um 10 % gesunken. Das war die zweitstärkste Konsumkategorie nach Haushaltsprodukten, die von einem Rückgang betroffen war. Lateinamerikaweit stieg der Preis für Milchprodukte um 20 % im Vergleich zum Vorjahr 2021.⁴⁰

5.2.3 Fleisch

Im Zeitraum Januar bis Mai 2023 sank der Fleischverbrauch um 0,8 % und die Produktion um 1,2 % im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2022. Es wurden 305 Tsd. t Tiere geschlachtet und insgesamt 78 Tsd. t Fleisch produziert. Die Realpreise für verschiedene Tierkategorien auf Viehmärkten sind weiterhin stark rückläufig. In den ersten sechs Monaten des Jahres 2023 sank der Realpreis für Ochsen um 18,6 %, für Kälber um 23,5 %, für Mastochsen um 24,4 % und für Kühe um 24,6 %, verglichen mit dem gleichen Zeitraum 2022.

Tabelle 2: Fleischindustrie in Zahlen, 2022

Fleischsorte	Produktion in t/SG	Konsum in t/SG	Export in t/SG	Import in t/SG
Schweinefleisch	576.403,0	32.811,0	398.019,0	143.428,0
Hühnerfleisch	687.374,0	638.217,0	207.919,0	158.761,0
Putenfleisch	76.313,0	54.331,0	30.923,0	8.942,0
Rindfleisch	190.745,0	445.020,0	29.191,0	283.465,0
Lamm- und Schaffleisch	23.626,0	18.173,0	5.684,0	232,0
Insgesamt	1.554.460,0	1.477.552,0	671.736,0	594.828,0

Quelle: eigene Darstellung nach INE und Aduana de Chile

³⁹ ODEPA (2021): Boletín de hortalizas, junio 2023: <https://www.odepa.gob.cl/publicaciones/boletines/boletin-de-hortalizas-junio-2023>, zuletzt aufgerufen: 18.08.2023

⁴⁰ enAlimentos (2023): Consumo de lácteos en Chile disminuyó 10% durante 2022: <https://enalimentos.lat/noticias/7065-consumo-de-lacteos-en-chile-disminuyo-10-durante-2022.html>, zuletzt aufgerufen: 18.08.2023

5.3 Nachfrage

Die chilenischen Verbraucher legen großen Wert auf den Kauf von Obst und Gemüse sowie rotem und weißem Fleisch. Etwa ein Fünftel des Budgets, das chilenische Haushalte für den Kauf von Lebensmitteln ausgeben, wird für Obst und Gemüse verwendet.⁴¹

Das Interesse an biologischen und nachhaltig erzeugten Lebensmitteln wächst, ebenso die Nachfrage nach Lebensmitteln mit gesundheitlichen Vorteilen. Viele Chilenen übernehmen Elemente der mediterranen Ernährung, die durch den Verzehr von Olivenöl, Fisch, Obst, Gemüse und Hülsenfrüchten gekennzeichnet ist. Aufgrund von Lebensmittelallergien und -Unverträglichkeiten steigt auch das Bedürfnis nach gluten- und laktosefreien Alternativen. Das Interesse an veganer und vegetarischer Ernährung hat ebenfalls zugenommen, und es gibt immer mehr Restaurants und Produkte für Menschen, die sich entsprechend ernähren.

Die Verbraucher sind bestrebt, ihren Zuckerkonsum zu reduzieren und suchen nach gesünderen Alternativen in Getränken und verarbeiteten Produkten. Ein wachsendes Interesse zeigt sich dabei für gesunde Getränke wie natürlich aromatisierte Wässer, Kräutertees und Kombucha als Ersatz für herkömmliche Softdrinks.

Die Wertschätzung für chilenische Superfoods und einheimische Produkte, wie Quinoa, Chia und einheimische Nüsse, erlebt einen Aufschwung. Gleichzeitig gewinnt die Street-Food-Szene immer mehr an Beliebtheit, und es werden kulinarische Fusionen erkundet, die Einflüsse aus verschiedenen Küchen vereinen.⁴²

⁴¹ Deloitte (2021): Preferencias y Tendencias del Consumo de Alimentos en Chile: <https://www2.deloitte.com/cl/es/pages/consumer-business/articles/preferencias-y-tendencias-del-consumo-de-alimentos-en-chile.html>, zuletzt aufgerufen: 18.08.2023

⁴² Deloitte (2021): Preferencias y Tendencias del Consumo de Alimentos en Chile: <https://www2.deloitte.com/cl/es/pages/consumer-business/articles/preferencias-y-tendencias-del-consumo-de-alimentos-en-chile.html>, zuletzt aufgerufen: 18.08.2023

5.4 Ein- und Ausfuhr Uruguay

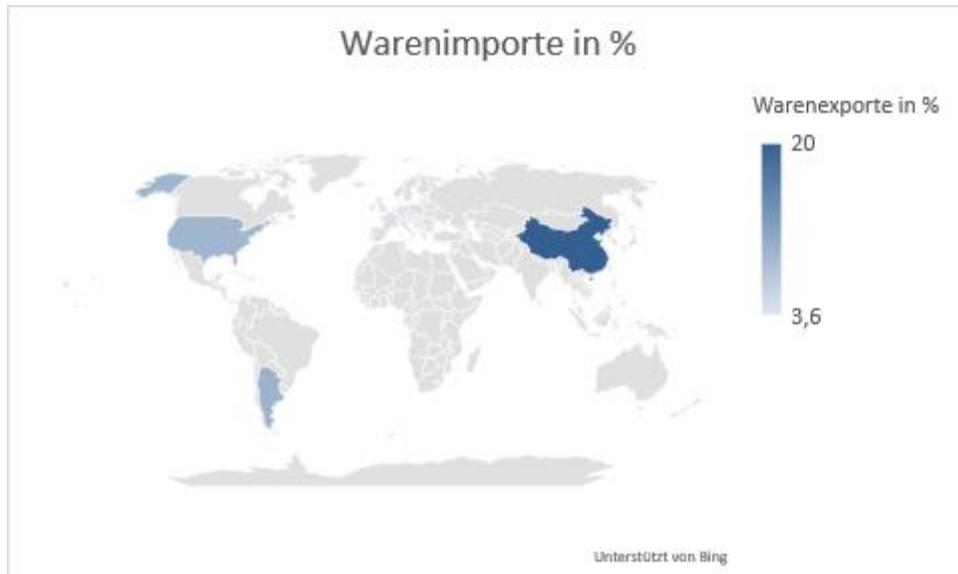


Abbildung 10: Hauptlieferländer von Importen nach Uruguay, 2021

Quelle: eigene Darstellung nach Comtrade

Die Warenimporte Uruguays aus verschiedenen Ländern im Jahr 2021 zeigen wichtige Handelspartner und ihre Bedeutung für deutsche Exporteure von Lebensmitteln nach Uruguay. Dabei ist zu beachten, dass deutsche Importe zwischen 2020 und 2021 um beeindruckende 54 % gestiegen sind. Dies verdeutlicht die wachsende Bedeutung des uruguayischen Marktes für deutsche Unternehmen. Im Jahr 2021 machten deutsche Lebensmittelexporte nach Uruguay nur einen geringen Teil des Importvolumens aus. Schokolade erreichte mit 15,9 % den größten Anteil an importierten Lebensmitteln, gefolgt von Bier mit 3,9 %.⁴³

Tabelle 3: Warengruppen in Uruguay, 2022 (Importanteil in %)

Warengruppe	Importanteil in %
Düngemittel	5,4
Rindfleisch, frisch oder gekühlt.	1,3
Schweinefleisch, frisch, gekühlt oder gefroren.	1,0

Quelle: eigene Darstellung nach Statistisches Bundesamt, Uruguay XXI

⁴³ OEC (2022): Bilateral Trade by Products, <https://oec.world/en/profile/bilateral-country/deu/partner/ury>, zuletzt aufgerufen: 19.10.2023

Die für den Agrarsektor relevanten Warengruppen sind in der vorherigen Tabelle 3 aufgeführt. Düngemittel machten 5,4 % der Importe aus. Dies verdeutlicht die Unterstützung der landwirtschaftlichen Produktion.⁴⁴

Warenimporte aus Deutschland betrugen im Jahr 2022 laut den Quellen der UN Comtrade 298 Mio. USD und hatten einen Anteil von 2,3 % der gesamten Einfuhren.⁴⁵ Trotz der bestehenden Präsenz bietet die Tatsache, dass Deutschland nur 2,3 % der Importe ausmacht, Raum für Wachstum.

Tabelle 4: Lebensmittelexporte in Uruguay, 2022 (Exportanteil in %)

Warengruppe	Exportanteil in %
Fleisch, Schlachterzeugnisse	25,8
Ölsamen, ölhaltige Früchte, Samen, Heilpflanzen	19,1
Milch, Milcherzeugnisse, Eier und Honig	8,0
Getreide	7,3

Quelle: eigene Darstellung nach Statistisches Bundesamt

Die Warenexporte Uruguays im Jahr 2022 waren geprägt von einer Vielfalt an Warengruppen. Den größten Anteil bildeten Fleisch und Schlachterzeugnisse mit 25,8 %. Dies unterstreicht die maßgebliche Rolle der Fleischindustrie in der uruguayischen Exportlandschaft. Ölsamen, ölhaltige Früchte, Samen und Heilpflanzen trugen mit 19,1 % ebenfalls erheblich zu den Exporten bei und verdeutlichen die Vielfältigkeit der agrarwirtschaftlichen Produktion. Milch, Milcherzeugnisse, Eier und Honig machten 8,0 % der Exporte aus. Ebenfalls relevant waren die Exporte von Getreide mit 7,3 %.

5.5 Verbrauch

Die Ernährungs- und Entwicklungsumfrage aus dem Jahr 2020 (Encuesta de Nutrición, Desarrollo Infantil y Salud) zeigte, dass 25,5 % der Kinder im Alter von zwei bis sechs Jahren in Uruguay in Haushalten mit leichter Ernährungsunsicherheit lebten. Weitere 11,7 % litten unter mäßiger und 4,8 % unter schwerer Ernährungsunsicherheit. Dies bedeutet, dass eine beträchtliche Anzahl von Kindern in Uruguay nicht ausreichend ernährt ist. Die durch die COVID-19-Pandemie verursachten wirtschaftlichen und gesundheitlichen Probleme verschärfen die Ernährungslage in Uruguay. Obwohl das Land ein wichtiger

⁴⁴ Uruguay XXI (2023): Importaciones por Partidas, <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/centro-informacion/articulo/importaciones-por-partidas/>, zuletzt aufgerufen: 21.08.2023

⁴⁵ Statistisches Bundesamt (2023): Uruguay Statistisches Länderprofil, <https://www.destatis.de/DE/Themen/Laender-Regionen/Internationales/Laenderprofile/uruguay.html>, zuletzt aufgerufen: 19.10.2023

Lebensmittelproduzent ist, kämpfen viele Menschen immer noch mit unzureichender Ernährungssicherheit und schlechten Ernährungsgewohnheiten. Um eine gesunde Ernährung für alle zu gewährleisten, sind große Veränderungen in den Ernährungssystemen und politischen Rahmenbedingungen erforderlich. Die Studie betont die Verbindung zwischen gesunder Ernährung und nachhaltiger Produktion und fordert ein ganzheitliches Vorgehen, um die Ernährungssituation in Uruguay zu verbessern.⁴⁶

Die Nationale Erhebung über Ausgaben und Einkommen (Encuesta Nacional de Gastos e Ingresos, ENGIH), die in etwa zehnjährigen Abständen vom Nationalen Institut für Statistik durchgeführt wird, stellt die Konsumverhaltensweisen der uruguayischen Bevölkerung dar. Die Erhebung erfasst Ausgaben und Einkommen der Haushalte und ermöglicht es, Konsumverhaltensmuster anhand verschiedener Einkommensgruppen zu identifizieren. Im Jahr 2020 betrug der durchschnittliche monatliche Lebensmittelkonsum uruguayischer Haushalte etwa 1,3 Tsd. USD, wobei je nach Haushaltseinkommen Unterschiede von 667 USD bis 2,2 Tsd. USD auftreten können. Die Studie zeigt, wie sich Konsumverhaltensmuster je nach Einkommensgruppen unterscheiden. Haushalte mit niedrigerem Einkommen verwenden einen größeren Anteil ihres Budgets für Lebensmittel, während wohlhabendere Haushalte mehr in Bereiche wie Haushaltsartikel sowie Restaurants und Hotels investieren.⁴⁷

5.5.1 Obst und Gemüse

Verbrauchsstudien in Uruguay zeigen, dass der Konsum von Obst und Gemüse mit steigender Kaufkraft zunimmt. Im Durchschnitt verzehrt jede Person täglich etwa 246 g Obst und Gemüse. In den am besten gestellten Haushalten des Landes steigt dieser Verzehr auf 400 g pro Person und Tag, während er in den sozioökonomisch benachteiligten Haushalten auf weniger als 100 g pro Person und Tag sinkt.⁴⁸

5.5.2 Milch und Milcherzeugnisse

In Uruguay steigt der Verbrauch von Milchprodukten seit 1999 bis 2022 an und ist doppelt so hoch wie der weltweite Durchschnitt. Laut einer Studie des Nationalen Instituts für Agrarforschung (Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria) liegt der Pro-Kopf-Verbrauch in Uruguay bei 266 l Milch pro Jahr. Im Jahr 1999 waren es noch 202 l. Damit ist der Verbrauch von Milchprodukten in Uruguay einer der höchsten in Lateinamerika. Etwa

⁴⁶ FAO (2020): Los alimentos: clave de una estrategia país, <https://www.fao.org/uruguay/noticias/detail/es/c/1300894/>, zuletzt aufgerufen: 21.08.2023

⁴⁷ El País (2021): ¿Cuál es la estructura de consumo de los uruguayos?: <https://www.elpais.com.uy/economia-y-mercado/cual-es-la-estructura-de-consumo-de-los-uruguayos>, zuletzt aufgerufen: 21.08.2023

⁴⁸ La Prensa (2023): Uruguay tiene un bajo consumo de frutas y verduras: <https://www.laprensa.com.uy/informacion/rurales/161317-luego-de-la-sequ%C3%ADa,-aparecieron-frutas-y-verduras-de-aspecto-diferentes-en-los-mercados-de-uruguay>, zuletzt aufgerufen: 21.08.2023

70 % der jährlich produzierten 2 Mio. l Milch werden exportiert, der Rest wird im Inland verkauft. Käse ist das Hauptprodukt für den Inlandsverbrauch, gefolgt von Milchpulver und flüssiger Milch.⁴⁹

5.5.3 Fleisch

Der Fleischkonsum der Uruguayer stieg im Jahr 2022 auf 92,5 kg pro Person, das sind 1,3 kg mehr als im Vorjahr 2021. Der Gesamtkonsum von Fleischiweiß war im Jahr 2022 so hoch wie seit 2017 nicht mehr. Der Anstieg ist auf eine höhere Nachfrage nach Schweine-, Geflügel- und Lammfleisch zurückzuführen, während die Nachfrage nach Rindfleisch leicht zurückging. Im Jahr 2022 lag der Pro-Kopf-Verbrauch von Rindfleisch bei 45 kg, dies entspricht einem leichten Rückgang von 0,9 kg gegenüber dem Vorjahr 2021. Die am zweithäufigsten verzehrte Fleischart in Uruguay ist Geflügelfleisch, gefolgt von Schweine- und Lammfleisch.⁵⁰

5.6 Nachfrage

Im Rahmen des Projekts „Impulsa Industria“, das von der Industriekammer von Uruguay (Cámara de Industrias del Uruguay) initiiert und vom Nationalen Institut für Beschäftigung und Berufsbildung (Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional) unterstützt wird, wurde eine Studie zur Lebensmittelnachfrage in Uruguay durchgeführt. Die Studie bietet Einblicke in die Verbrauchergewohnheiten und das Konsumverhalten im Jahr 2020. Auffallend ist die weitverbreitete Vorliebe für Mate, das sowohl beim Frühstück als auch bei Zwischenmahlzeiten konsumiert wird.⁵¹ Bezüglich der Dessertwahl sticht Obst als Favorit in beiden Hauptmahlzeiten hervor. Beim Mittag- und Abendessen wird häufig Selbst zubereitete Nahrung bevorzugt, mit Verbrauchsdaten nahe 90 %.

Die COVID-19-Pandemie hat bei 36 % der Befragten zu Veränderungen im Konsum- und Zubereitungsverhalten von Lebensmitteln geführt. Die wesentlichen Veränderungen bestanden in vermehrter Zubereitung von Mahlzeiten zu Hause und der Suche nach günstigeren Preisen. Nur 13 % der befragten Personen kehrten zu ihren früheren Konsumgewohnheiten zurück.⁵²

⁴⁹ El Observador (2022): Los uruguayos campeones del mundo en el consumo de lacteos: <https://www.elobservador.com.uy/nota/los-uruguayos-campeones-del-mundo-en-el-consumo-de-lacteos-20227514558>, zuletzt aufgerufen: 21.08.2023

⁵⁰ El Observador (2022): Los uruguayanos comen mas carne, pero no vacuna: <https://www.elobservador.com.uy/nota/los-uruguayos-comen-mas-carne-pero-no-vacuna-2023515041>, zuletzt aufgerufen: 21.08.2023

⁵¹ La Cámara de Industrias del Uruguay (2020): Investigación de hábitos y comportamiento de consumo de alimentos en Uruguay: <https://www.impulsaindustria.com.uy/wp-content/uploads/2020/12/Informe-Habitos-y-comportamiento-de-consumo-de-alimentos.pdf>, zuletzt aufgerufen: 21.08.2023

⁵² Ebenda.

Für die Befragten steht die Gesundheit an erster Stelle ihrer Ernährung, gefolgt von Genuss, Notwendigkeit und sozialen und kulturellen Aspekten wie religiöser kulinarischer Praktiken, beispielsweise einem Verzicht auf Fleisch an Freitagen, insbesondere am Karfreitag. Die Bedeutung der Gesundheit spiegelt sich auch im Verhalten der Befragten wider, da Nährwertinformationen auf Etiketten von zwei Dritteln der Befragten gelesen wird.

Lebensmittel werden hauptsächlich in Supermärkten gekauft. Hier gibt es einen deutlichen Zusammenhang zwischen dem Einkommen und dem Einkaufsverhalten. Ein Drittel der Befragten geht täglich einkaufen, vor allem Personen mit niedrigem sozioökonomischem Status.⁵³

⁵³ La Cámara de Industrias del Uruguay (2020): Investigación de hábitos y comportamiento de consumo de alimentos en Uruguay: <https://www.impulsaindustria.com.uy/wp-content/uploads/2020/12/Informe-Habitos-y-comportamiento-de-consumo-de-alimentos.pdf>, zuletzt aufgerufen: 21.08.2023

6. Regelungen zum Import

6.1 Chile

6.1.1 Importbedingungen

Chile beteiligt sich aktiv am internationalen Handel und unterhält 15 Freihandelsabkommen, darunter mit MERCOSUR, der Europäischen Union und EFTA.⁵⁴ Für den Import von Waren nach Chile sind spezifische Zoll- und Dokumentationsanforderungen zu beachten, die je nach Warenwert variieren können. Güter mit einem Wert von unter oder über 1 Tsd. USD unterliegen unterschiedlichen Zollvorschriften und Dokumentationsanforderungen. Allgemein beträgt der Zollsatz in Chile 6 %, und es fallen auch Mehrwertsteuer und Verbrauchsteuern an.

Die notwendigen Dokumente für alle kommerziellen Importe umfassen das Original des Konnossements, die Handelsrechnung, die eidesstattliche Erklärung des Importeurs über die Preise und die beglaubigte Vollmacht. Zusätzliche Dokumente können je nach Warenart und -wert erforderlich sein. Für Produkte mit einem Wert von über 1 Tsd. USD FOB müssen Importeure einen Zollagenten einschalten. Unter folgendem Link ist das Personalverzeichnis für die Zollagenten zu finden: <https://www.aduana.cl>

Die Zollabfertigung kann abgelehnt werden bei Fehlern, ungenauer Beschreibung der Ware, abweichenden Preisen von internationalen Marktpreisen oder unangemessenen Zahlungsbedingungen. Die Zollbehörde kann auch Lizenzen für Waren zurückhalten, die einer Untersuchung wegen Dumping-Praktiken unterliegen. Die Einfuhr von Lebensmitteln und pflanzlichen Produkten wird streng vom staatlichen Agrardienst (Servicio Agrícola y Ganadero, SAG) überprüft und Verstöße werden bestraft. Zur Überprüfung von Bestimmungen und Verboten kann die SAG-Website herangezogen werden. Die Webseite ist über den folgenden Link aufrufbar: www.sag.cl.⁵⁵

6.1.2 Kennzeichnungsvorschriften

Nach Chile eingeführte verpackte oder konservierte Lebensmittel müssen mit Etiketten in spanischer Sprache versehen sein, auf denen alle Zutaten, Zusatzstoffe, Herstellungs- und Verfallsdaten sowie der Name des Herstellers, des Verpackers oder des Vertreibers und des Importeurs angegeben sind. Zusätzlich zu diesen allgemeinen Anforderungen sind spezifische Vorschriften für verschiedene Lebensmitteltypen zu beachten:

⁵⁴ BizLatinHub (2018): International Trade in Chile: Import – Export Legal Process and Taxes: <https://www.bizlatinhub.com/chile-import-export-taxes-trade/>, zuletzt aufgerufen: 23.08.2023

⁵⁵ IHK München (2023): Chile: <https://www.ihk-muenchen.de/de/Service/Internationalisierung/L%C3%A4nder-M%C3%A4rkte/Mittel-und-S%C3%BCdamerika/Chile/>, zuletzt aufgerufen: 23.08.2023

1. Fleisch- und Milchprodukte: Für Fleisch- und Milchprodukte, einschließlich Derivate von Rindern, sind zusätzlich zu den allgemeinen Anforderungen Certificados sanitarios (Gesundheitszertifikate) erforderlich, die die Herkunft und die gesundheitliche Unbedenklichkeit der Produkte bestätigen.
2. Landwirtschaftliche und pflanzliche Produkte: Lebensmittel pflanzlichen Ursprungs, wie Obst, Gemüse und Getreide, müssen zusätzliche Dokumente vorweisen, die die Einhaltung der Pflanzengesundheitsvorschriften und Pestizidrückstandsgrenzwerte bestätigen.

Alle Größen und Gewichte sind ebenfalls für jede einzelne Lebensmittelart umzurechnen.⁵⁶ Zu den Produkten, die vor dem Verkauf eine Zertifizierung benötigen, gehören Lebensmittel. Das Gesundheitsministerium (Ministerio de Salud, www.minsal.cl) ist für die Herausgabe von technischen Normen für die Herstellung, den Vertrieb und die Vermarktung von Lebensmitteln zuständig (zulässige Zutaten und deren Konzentrationen, Deklaration von Nährwertangaben, zulässige Toleranz für Pestizidrückstände und Kennzeichnungsnormen). Für das Einfuhrverfahren sind zwei Arten von Papieren bei der Gesundheitsbehörde Chiles erforderlich:

- Zum einen muss eine Zollbestimmungsbescheinigung (Certificado de Destinación Aduanera, CDA) beantragt werden, zum anderen muss eine Genehmigung zur Verwendung und Entsorgung eingeholt werden. Die CDA kann unter folgendem Link heruntergeladen werden: www.chileatiende.gob.cl
- Vor der Beantragung der letztgenannten Genehmigung führt das regionale Gesundheitssekretariat eine Inspektion durch und/oder unterzieht die Produkte einer Laboranalyse, um zu überprüfen, ob sie den geltenden Gesundheitsvorschriften entsprechen.⁵⁷

6.1.3 Zulassungsvoraussetzungen für Produkte

Zur Einleitung des Einfuhrverfahrens, sei es für ein Muster oder eine kommerzielle Sendung, müssen dem SAG-Büro an der Eingangszollstelle die folgenden Unterlagen vorgelegt werden:

- Die Zollbestimmungsbescheinigung (Certificación de Destinación Aduanera, CDA): Die Importeure oder die sie vertretenden Zollagenten sind dafür verantwortlich, in diesem Dokument genau und wahrheitsgemäß die Produkte anzugeben, für deren Einfuhr in das nationale Hoheitsgebiet eine Genehmigung der Behörde erforderlich ist.

⁵⁶ America economia (2017): 12 pasos para importar mercancías a Chile: <https://www.americaeconomia.com/articulos/reportajes/guia-12-pasos-para-importar-mercancias-chile>, zuletzt aufgerufen: 23.08.2023

⁵⁷ Ebenda.

- Pflanzengesundheitszeugnis: Dieses Zeugnis wird von der Nationalen Pflanzenschutzorganisation (Organización Nacional de Protección Fitosanitaria, ONPF) des Herkunftslandes ausgestellt

Dieses Dokument muss die Einhaltung der pflanzenschutzrechtlichen Vorschriften für das einzuführende Erzeugnis bescheinigen. Um das Verfahren zur Dokumentenabwicklung vor der nationalen Zollbehörde zu beschleunigen, besteht die Möglichkeit, dass der Importeur oder sein Vertreter bei der SAG-Stelle einen Antrag auf vorzeitige Dokumentenbearbeitung des Produkts stellt. Dabei werden das CDA und Kopien der Versanddokumente vorgelegt, die von einem SAG-Inspektor überprüft werden. Nach dem Eintreffen der Sendung werden die Dokumente, das Erzeugnis, seine Verpackung und das Verpackungsmaterial von den SAG-Inspektoren je nach der pflanzengesundheitlichen Risikokategorie des Erzeugnisses kontrolliert. Das Kontrollverfahren umfasst zwei Stufen: Dokumentenprüfung und phytosanitäre Inspektion beziehungsweise Überprüfung des Produkts. Werden bei der Inspektion keine Beanstandungen festgestellt, kann die Einfuhr genehmigt werden. Wird das Erzeugnis zurückgewiesen, muss es auf Kosten des Importeurs weiterversandt oder vernichtet werden.⁵⁸

Nach Abschluss des Einfuhrverfahrens stellt das SAG einen Inspektionsbericht für landwirtschaftliche Erzeugnisse (Informe de Inspección de Productos Agropecuarios, IIPA) aus, in dem der endgültige Zustand der Sendung beschrieben wird. Die Einfuhr von gentechnisch veränderten Organismen (Organismos Vegetales Genéticamente Modificados) unterliegt den Bestimmungen des Beschlusses Nr. 1.523 aus dem Jahr 2001. Die Verfahren zur Regelung der Einfuhr von Erzeugnissen land- und forstwirtschaftlichen Ursprungs sind im Beschluss Nr. 3.815 von 2003, geändert durch die Beschlüsse Nr. 2.781 von 2006 und Nr. 1.634 von 2016, festgelegt.

6.1.4 Zollverfahren und Zollsätze

Die Zollabfertigung in Chile ist effizient und dauert etwa 48 Stunden für Luftfracht und 36 Stunden für Seefracht. Die Einfuhrzölle variieren aufgrund von Handelsabkommen, und die Mehrwertsteuer von 19 % wird auf der Grundlage des Cost, Insurance, Freight (CIFWerts) erhoben. Zu den erforderlichen Dokumenten gehören das Original des Frachtbriefs (Bill of Lading), die Handelsrechnung und die „Incoterms“-Klausel. Für Lebensmittel sind Gesundheitszeugnisse erforderlich. Die nationale Zollbehörde überwacht die Besteuerung und die Einfuhrverfahren. Die Einfuhrbeschränkungen konzentrieren sich auf den

⁵⁸ America economia (2017): 12 pasos para importar mercancías a Chile: <https://www.americaeconomia.com/articulos/reportajes/guia-12-pasos-para-importar-mercancias-chile>, zuletzt aufgerufen: 23.08.2023

Gesundheits- und Umweltschutz. Für spezifische Produkthanforderungen legt das Nationale Institut für Normung Normen fest.⁵⁹

Es folgen die wichtigsten Schritte für den Import von Waren nach Chile:

- Kontakt mit der chilenischen Zollbehörde: Der Hauptansprechpartner für Importe ist die Nationale Zollbehörde SNA in Chile. Sie überwacht den internationalen Warenverkehr. Die Webseite der Zollbehörde kann unter folgendem Link aufgerufen werden: www.aduana.cl
- Kommunikation mit dem ausländischen Verkäufer: Beim ersten Kauf wird normalerweise eine Pro-Forma-Rechnung vom Lieferanten angefordert. Dies ist eine internationale Angebotsübersicht.
- Importierbare Waren: Die meisten Waren können importiert werden, es sei denn, sie sind gesetzlich verboten.
- Nicht-importierbare Waren: Es gibt Waren, die nicht importiert werden dürfen, wie gebrauchte Fahrzeuge, gebrauchte Motorräder, gebrauchte Fahrräder, Asbest usw.
- Importwert und Verfahren: Der Importwert bestimmt das Verfahren. Es gibt vereinfachte Verfahren für niedrige Werte und komplexere Verfahren für höhere Werte.
- Importsteuern: Im Allgemeinen müssen Einfuhren Zollgebühren und Mehrwertsteuer (IVA) zahlen.
- Zahlung: Die Zollgebühren können elektronisch oder über Banken bezahlt werden. Es gibt Fristen für die Zahlung.
- Produktzertifizierung: Einige Produkte benötigen Zertifikate oder Genehmigungen vor dem Verkauf, wie elektrische Produkte, pharmazeutische Produkte und Kosmetika
- Produkte ohne Zertifizierung: Einige Produkte benötigen keine vorherige Zertifizierung, müssen jedoch bestimmte Anforderungen für den Verkauf erfüllen, wie Spielzeug, Schuhe, Textilien.
- Nicht abgeholte Waren werden als aufgegeben angesehen und können versteigert werden.⁶⁰

⁵⁹ S-GE (2022): Zollverfahren in Chile: <https://www.s-ge.com/de/%C3%BCbersicht/zollverfahren-chile>, zuletzt aufgerufen: 23.08.2023

⁶⁰ America economia (2017): 12 pasos para importar mercancías a Chile: <https://www.americaeconomia.com/articulos/reportajes/guia-12-pasos-para-importar-mercancias-chile>, zuletzt aufgerufen: 23.08.2023

6.2. Uruguay

6.2.1 Importbedingungen

Für die Einfuhr sind in der Regel die folgenden Dokumente erforderlich:

- Handelsrechnung
- Packliste
- der Frachtbrief
- Ursprungserzeugnis.

Die Handelsrechnung ist die vom Lieferanten ausgestellte Rechnung, aus der der Name und die Anschrift Ihres Unternehmens, die Warenbezeichnung, der Preis und die Verkaufsbedingungen und Incoterm (z. B. „FOB Shanghai“ oder „Cost and Freight Barcelona Port“) klar hervorgehen.

Die Packliste beinhaltet eine klare und genaue Aufstellung des Inhalts der Sendung. Dabei werden Informationen wie die Anzahl, das Gewicht und die Maße jedes Packstücks aufgeführt, die vom Lieferanten mit Referenzen versehen sind. Dies ist besonders wichtig bei Sammelgut.⁶¹ Der Frachtbrief ist das Dokument, das vom Spediteur am Ursprungsort ausgestellt und dem Lieferanten übergeben wird. Wenn die Waren aufgrund ihres Ursprungs zollpflichtig sind, aber für irgendeine Art von Vergünstigung infrage kommen, ist ein amtliches Dokument erforderlich, das ihren Ursprung nachweist. Im Allgemeinen handelt es sich dabei um ein „FORM A“. Je nach Art der Waren (Lebensmittel, Meeresfrüchte, Pflanzen oder Tiere) können weitere Dokumente und Bescheinigungen erforderlich sein.⁶²

6.2.2 Kennzeichnungsvorschriften

Die Kennzeichnungsvorschriften für Lebensmittel in Uruguay umfassen folgende Anforderungen:

1. Lebensmittelkennzeichnung: Jedes Lebensmittel, das in Uruguay in abgepacktem Zustand und für den Verkauf an Verbraucher bereitgestellt wird, muss gemäß den Bestimmungen der Nationalen Lebensmittelverordnung gekennzeichnet sein. Dies gilt unabhängig von der Herkunft des Lebensmittels.
2. Verpflichtende Informationen: Die Kennzeichnung muss zwingend die folgenden Informationen enthalten: Bezeichnung des Lebensmittels, Zutatenliste, Nettogewicht, Herkunftsbezeichnung, Name oder Firma und Adresse des Importeurs,

⁶¹ IHK Essen (2023): Steuern und Zoll: <https://www.ihk.de/meo/international/laender/lateinamerika2/uruguay/uruguay-steuern-und-zoll-3561926>, zuletzt aufgerufen: 23.08.2023

⁶² International Trade Administration: Uruguay Country Commercial Guide: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/uruguay-import-requirements-and-documentation>, zuletzt aufgerufen: 24.08.2023

Chargenkennzeichnung, Haltbarkeitsdatum und Zubereitungs- und Verwendungshinweise des Lebensmittels.

3. Nährwertkennzeichnung: Für die Nährwertkennzeichnung gelten spezielle Anforderungen gemäß der Technischen MERCOSUR-Verordnung für die Nährwertkennzeichnung von verpackten Lebensmitteln, die in Uruguay durch die Verordnung Nr. 117/006 eingeführt wurde. Die verpflichtenden Informationen in der Nährwertkennzeichnung umfassen den Energiegehalt in Kilokalorien (kcal) und Kilojoule (kJ), den Proteingehalt in Gramm (g), den Kohlenhydratgehalt in Gramm (g), den Fettgehalt in Gramm (g), den Gehalt an gesättigten Fetten in Gramm (g), den Ballaststoffgehalt in Gramm (g) und den Natriumgehalt in Milligramm (mg). Diese Informationen müssen in numerischer Form präsentiert werden, wobei auch alternative Darstellungen erlaubt sind.⁶³

Die Nährwertkennzeichnung muss in Übereinstimmung mit der Verordnung Nr. 117/006 wie folgt vorgenommen werden:

1. Nährwert pro Portion: Die Nährwertinformationen sollten für eine einzelne Portion des Lebensmittels angegeben werden. Die Portionsgröße sollte gemäß den Vorgaben des spezifischen technischen MERCOSUR-Reglements festgelegt werden und in der Maßeinheit angegeben werden, die im Reglement festgelegt ist. Zusätzlich sollten die Nährwerte in Prozent des Tagesbedarfs (% VD) ausgedrückt werden.
2. Nährwert pro 100 g oder 100 ml: Zusätzlich zur Angabe der Nährwerte pro Portion können die Nährwerte auch pro 100 g oder 100 ml des Lebensmittels angegeben werden.⁶⁴

Das "Rotulado frontal" ist eine Kennzeichnung auf Lebensmittelverpackungen, die in Uruguay verwendet wird, um den Verbraucher auf übermäßige Mengen bestimmter Nährstoffe in einem Produkt hinzuweisen. Diese Nährstoffe sind:

1. Fette: Die Kennzeichnung ist verpflichtend, wenn die Fettmenge 35 % des Gesamtkaloriengehalts des Produkts übersteigt.
2. Gesättigte Fettsäuren: die Kennzeichnung ist verpflichtend, wenn die Menge an gesättigten Fettsäuren 12 % des Gesamtkaloriengehalts des Produkts übersteigt.
3. Zucker: Die Kennzeichnung ist verpflichtend, wenn der Zuckergehalt 20 % des Gesamtkaloriengehalts des Produkts übersteigt
4. Natrium: Die Kennzeichnung ist verpflichtend, wenn der Natriumgehalt den Schwellenwert 500 mg Natrium pro 100 g übersteigt.

⁶³ Ministerio de Salud (2017): Manual para la aplicación del Decreto N° 272/018 sobre rotulado frontal de alimentos, <https://www.gub.uy/ministerio-salud-publica>, zuletzt aufgerufen: 09.11.2023

⁶⁴ Ebenda

Wenn ein Lebensmittel die festgelegten Werte für einen oder mehrere dieser Nährstoffe überschreitet, muss es mit einem speziellen achteckigen Symbol auf der Verpackung gekennzeichnet werden. Dieses Symbol hat einen schwarzen Hintergrund und einen weißen Rand und enthält die Aufschrift "EXCESO" gefolgt von dem Namen des betroffenen Nährstoffs (z. B. "EXCESO DE GRASAS" für einen Überschuss an Fett).⁶⁵

6.2.3 Zulassungsvoraussetzungen für Produkte

Bei der Zulassung von Lebensmitteln in Uruguay müssen in der Regel die Vorschriften des Nationalen Instituts für Weinbau (Instituto Nacional de Vitivinicultura, INAVI) und des Gesundheitsministeriums (Ministerio de Salud Pública, MSP) eingehalten werden. Diese Vorschriften gewährleisten die Sicherheit und Qualität, der in Uruguay verkauften Lebensmittel. Das Verfahren kann die Einreichung von Produktinformationen, Zutaten und Etikettierungsangaben sowie die Einholung der erforderlichen Zertifizierungen umfassen.

Unternehmen, die Lebensmittel in Uruguay zulassen möchten, sollten mit lokalen Rechts- und Regulierungsexperten zusammenarbeiten, um die spezifischen Anforderungen zu erfüllen, zu denen Dokumentation, Tests und die Einhaltung von Kennzeichnungsstandards gehören können. Das MSP kann auch eine gesundheitspolizeiliche Registrierung für importierte Lebensmittelprodukte verlangen.

Der Link (www.gub.uy) führt zu einer Website der uruguayischen Regierung, die sich mit der Registrierung, Zulassung und Erneuerung von modifizierten Lebensmitteln und Nahrungsergänzungsmitteln befasst. Auf dieser Seite werden die Anforderungen und Verfahren für Unternehmen beschrieben, die in Uruguay die Registrierung, Zulassung oder Erneuerung der Zulassung für solche Produkte beantragen. Das Verfahren umfasst die Einreichung verschiedener Formulare, darunter das Antragsformular für die Registrierung oder Erneuerung, qualitativ-quantitative und nährwertbezogene Formeln, technische Protokolle und gültige Genehmigungen des herstellenden/importierenden Unternehmens. Bei Nahrungsergänzungsmitteln sind zusätzliche Informationen erforderlich. Die Seite enthält Einzelheiten zu den Antragsverfahren, den Unterlagen und den relevanten Kontaktinformationen für Rückfragen. Es wird empfohlen, diese offizielle Quelle zu konsultieren, um eine umfassende Anleitung zur Einhaltung der Vorschriften für modifizierte Lebensmittel und Nahrungsergänzungsmittel in Uruguay zu erhalten.

⁶⁵ Ministerio de Salud (2017): Manual para la aplicación del Decreto Nº 272/018 sobre rotulado frontal de alimentos, <https://www.gub.uy/ministerio-salud-publica>, zuletzt aufgerufen: 09.11.2023

6.2.4 Zollverfahren und Zollsätze

Zollpapiere, in der Korrespondenzsprache Spanisch auch „Documentos Aduaneros“, sind entscheidende Dokumente im Zollverfahren in Uruguay. Besonders wichtig ist die Handelsrechnung, die in den Sprachen Spanisch, Englisch oder Portugiesisch ausgestellt werden kann. Diese Rechnung muss bestimmte Pflichtinhalte enthalten, um den Anforderungen des uruguayischen Zollwesens zu genügen.

Zu den notwendigen Angaben auf der Handelsrechnung gehören die Rechnungsnummer und das Ausstellungsdatum, um die Dokumente eindeutig zu identifizieren und nachzuverfolgen. Es ist erforderlich, die Namen und Adressen sowohl des Verkäufers als auch des Käufers anzugeben, um die beteiligten Parteien zweifelsfrei zu identifizieren.⁶⁶ Die Menge der gehandelten Waren muss in Handelseinheiten angegeben werden, um den Umfang der Transaktion zu verdeutlichen. Eine genaue Warenbezeichnung ist unerlässlich, um die Produkte eindeutig zu identifizieren und mögliche Missverständnisse zu vermeiden. Ebenso müssen die Einzelpreise für jede Ware angegeben werden, um den Gesamtpreis zu berechnen. Dieser Gesamtpreis sowie die akzeptierten Zahlungsarten und -bedingungen sollten ebenfalls in der Rechnung vermerkt sein.

Die Lieferbedingungen, einschließlich des vereinbarten Lieferortes, müssen ebenfalls klar festgelegt sein. Diese Informationen sind wichtig, um den Transport und die Lieferung der Waren reibungslos abzuwickeln und mögliche Unklarheiten zu vermeiden. Die korrekte und vollständige Erstellung dieser Handelsrechnung ist von entscheidender Bedeutung, um reibungslose Zollabwicklungen sicherzustellen und Missverständnisse zwischen den Handelspartnern zu vermeiden. Sie dient als juristisches Dokument und beeinflusst die Abwicklung des internationalen Handels sowie die Berechnung von Zöllen und Steuern.⁶⁷

⁶⁶ IHK Essen (2023): Steuern und Zoll: <https://www.ihk.de/meo/international/laender/lateinamerika2/uruguay/uruguay-steuern-und-zoll-3561926>, zuletzt aufgerufen: 23.08.2023

⁶⁷ Ebenda.

7. SWOT-Analyse

7.1 Chile

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> - Umfangreiche Rohstoffvorkommen - Optimale natürliche Bedingungen für Wind- und Solarenergie - Makroökonomische Stabilität - Schnelle Firmengründungen - Starke Integration in die Weltwirtschaft - Deutschland bereits wichtigster Handelspartner Chiles innerhalb der EU - Konsumententrend hin zu hoher Qualität 	<ul style="list-style-type: none"> - Geografische Vorteile der wichtigen Exporteure Brasiliens, Argentiniens und Paraguays - Kleiner Binnenmarkt - Teilweise hohe Energiekosten für Abnehmer - Viele Branchen kontrolliert von wenigen Großkonzernen - Geringe Diversifizierung der Wirtschaft und Abhängigkeit von Rohstoffpreisen
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> - Klimawandel schafft Nachfrage nach Umwelttechnik - „Entkarbonisierungsplan“ der Regierung fördert erneuerbare Energien und grünen Wasserstoff - Pro-Investment-Agenda und Fokus auf nachhaltige Projekte - Elektromobilität - Ausbau der Versorgungs- und Verkehrsinfrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> - Anstieg der Kriminalität - Fachkräftemangel - Stagnierende Produktivität - Regulatorische Unsicherheiten - Aufwendige und sich überschneidende Genehmigungsverfahren bei Großprojekten

Quelle: eigene Darstellung nach GTAI

7.2 Uruguay

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> - Gut entwickeltes Bildungssystem - Soziale Stabilität und niedrige Kriminalitätsrate - Potenzial für erneuerbare Energien - Starke Agrarproduktion, insbesondere in Fleisch- und Milchindustrie - Stabile Wirtschaft 	<ul style="list-style-type: none"> - Begrenzte Marktgröße aufgrund geringer Bevölkerung - Infrastrukturprobleme, insbesondere in Verkehr und Kommunikation - Höhere Arbeitskosten im Vergleich zu anderen Märkten - Abhängigkeit von Rohstoffexporten und landwirtschaftlichen Produkten
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> - Wachstumspotenzial im Tourismussektor - Förderung von Technologie und Innovation - Steigende Nachfrage nach nachhaltig produzierten Lebensmitteln und erneuerbaren Energien - Teilnahme an Freihandelsabkommen für erweiterten Marktzugang 	<ul style="list-style-type: none"> - Auswirkungen des externen wirtschaftlichen Umfelds, z. B. globale Unsicherheit und Handelskonflikte - Anfälligkeit für den Klimawandel wie extreme Wetterereignisse - Wettbewerb mit anderen aufstrebenden Märkten - Fachkräftemangel in bestimmten Branchen

Quelle: eigene Darstellung nach IMF

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

8.1 Chile

8.1.1 Fachmessen

Aqua Sur	
Adresse / Website	Ruta 5 Sur, 1018 Chinchin Puerto Montt, Los Lagos Chile www.aqua-sur.cl
Kontakt	E-Mail: ventas@agua-sur.cl Tel.: +56 (0)22 530 7000
Profil	Die Aqua Sur hat sich als Treffpunkt der nationalen und internationalen Aquakulturindustrie etabliert und bringt Angebot und Nachfrage dieses wichtigen chilenischen Industriesektors an einem Ort zusammen.
Termin	Turnus: jährlich 19. - 21. März 2024

Espacio Food & Service	
Adresse / Website	Espacio Riesco Avenida El Salto, 5000 Huechuraba, Santiago de Chile Chile www.espaciofoodservice.cl
Kontakt	E-Mail: contacto@espaciofoodservice.cl Tel.: +56 (0)22 470 4460
Profil	Espacio Food & Service wurde im Jahr 2011 gegründet, um einen Raum für Begegnungen und Geschäfte zu bieten und Unternehmen, Anbieter von Produkten und Dienstleistungen, öffentliche Einrichtungen und alle professionellen Zweige der Wertschöpfungskette der Lebensmittelindustrie zusammenzubringen.
Termin	Turnus: jährlich 26. -28. September 2024

8.1.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen

Chilenisches Institut für öffentliche Gesundheit (Instituto de Salud Pública de Chile – ISP)	
Adresse / Website	Avenida Marathon, 1000 7780050 Ñuñoa, Santiago Chile www.ispch.gob.cl
Kontakt	E-Mail: oficinadepartes@ispch.cl Tel.: +56 (0)22 575 5600
Profil	Das ISP ist verantwortlich für die Überwachung und Regulierung von Gesundheitsfragen, einschließlich Lebensmittelsicherheit und -qualität. Es stellt sicher, dass Lebensmittel den erforderlichen Standards entsprechen, um die Gesundheit der Verbraucher zu schützen.

Dienststelle Landwirtschaft und Viehzucht (Servicio Agrícola y Ganadero – SAG)	
Adresse / Website	Avenida Presidente Bulnes, 140 Santiago Chile www.sag.gob.cl
Kontakt	E-Mail: oficina.informaciones@sag.gob.cl Tel.: +56 (0)22 345 1100
Profil	Die SAG ist eine Behörde, die für die Regulierung und Kontrolle von Pflanzen- und Tiergesundheit sowie für die Qualität und Sicherheit landwirtschaftlicher Erzeugnisse, einschließlich Lebensmittel, zuständig ist.

Institut für Ernährung und Lebensmitteltechnologie (Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos – INTA)	
Adresse / Website	El Líbano, 5524 Macul, Santiago de Chile Chile www.inta.uchile.cl
Kontakt	Frau Romina Belén Abarca Muñoz, Lebensmittelabteilung E-Mail: rabarca@inta.uchile.cl Tel.: +56 (0)22 978 1400
Profil	Das INTA ist eine öffentliche Einrichtung, die sich der Förderung von Forschung, Entwicklung und Innovation in den Bereichen Ernährung und Lebensmitteltechnologie widmet. Es arbeitet eng mit der Lebensmittelindustrie zusammen, um Qualitätsstandards zu verbessern und die Lebensmittelsicherheit zu gewährleisten.

Ministerium für Landwirtschaft (Ministerio de Agricultura – MINAGRI)	
Adresse / Website	Teatinos, 40 8340521 Santiago Región Metropolitana Chile www.minagri.gob.cl
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite Tel.: +56 (0)22 393 5000
Profil	Das MINAGRI ist für die Förderung und Regulierung der landwirtschaftlichen Produktion verantwortlich, einschließlich der Lebensmittelproduktion. Es spielt eine wichtige Rolle bei der Gestaltung von Politik und Gesetzgebung, die die Lebensmittelindustrie beeinflussen.

Nationales Institut für Normung (Instituto Nacional de Normalización – INN)	
Adresse / Website	Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 1449 Santiago Chile www.inn.cl
Kontakt	Tel.: +56 (0)22 445 8800
Profil	Das INN ist verantwortlich für die Festlegung und Überwachung von technischen Normen und Standards in verschiedenen Branchen, einschließlich der Lebensmittelindustrie. Es arbeitet daran, die Qualität und Sicherheit von Lebensmitteln zu gewährleisten.

8.1.3 Lebensmitteleinzelhandel

Cencosud S.A.	
Adresse / Website	Avenida Presidente Kennedy, 9001 7591567 Las Condes Chile www.cencosud.com
Kontakt	Frau Beatriz Monreal, Leiterin für externe Kommunikation E-Mail : beatriz.monreal@cencosud.cl Tel. : +56 (0)22 959 0000
Umsatz	62,7 Moi. USD (2023)
Mitarbeiterzahl	122 Tsd.
Profil	Cencosud S.A. ist eines der größten Einzelhandelsunternehmen in Lateinamerika und betreibt eine Vielzahl von Supermärkten, Hypermarkets und Einkaufszentren in Chile. Die bekanntesten sind Jumbo, Santa Isabel and Spid. Das Unternehmen bietet eine breite Palette von Lebensmittelprodukten und Konsumgütern an.

Supermercado Los Alpes S.L.	
Adresse / Website	Tenderini, 59 2840000 Santiago Chile www.los-alpes.cl
Kontakt	E-Mail: tenderini@los-alpes.cl Tel.: +56 (0)22 630 0515
Profil	Der Supermercado Los Alpes S.L. wurde im Jahr 1978 gegründet und betreibt 15 Geschäfte in der Innenstadt von Santiago und den umliegenden Gemeinden.

Supermercados Cugat Ltda.	
Adresse / Website	Camino San Ramón, 3202 2840000 Rancagua, Libertador Gral Bernardo O'Higgins Chile www.cugat.cl
Kontakt	E-Mail: contacto@cugat.cl Tel.: +56 (0)76 407 5056
Umsatz	15 Mio. EUR (2020)
Mitarbeiterzahl	1,4 Tsd.
Profil	Die Supermercados Cugat Ltda. ist ein wichtiger Einzelhändler und Importeur von Lebensmitteln in Chile. Das Unternehmen betreibt Supermärkte und bietet eine breite Auswahl an Lebensmittelprodukten aus verschiedenen Ländern an. Die Kette hat 15 Standorte vorwiegend im Süden Chiles.

Supermercados Unimarc S.A.	
Adresse / Website	Avenida Salomón Sack 3518390582 Santiago Chile www.unimarc.cl
Kontakt	Tel.: +56 (0)600 600 0025
Umsatz	21,8 Mio. USD (2023)
Mitarbeiterzahl	5,4 Tsd.
Profil	Supermercados Unimarc S.A. ist eine führende Einzelhandelskette in Chile und betreibt Supermärkte in verschiedenen Städten des Landes. Das Unternehmen bietet eine breite Auswahl an Lebensmitteln, Haushaltswaren und anderen Produkten.

Tottus (Falabella Corporativo)	
Adresse / Website	Catedral, 1401 9209002 Santiago Región Metropolitana Chile www.tottus.falabella.com
Kontakt	Tel.: +56 (0)96 386 5540
Umsatz	10,9 Mio. USD (2022)
Mitarbeiterzahl	10 Tsd.
Profil	Tottus ist eine Supermarktkette, die zu Falabella Corporativo gehört, einem der größten Einzelhandelskonzerne in Chile. Tottus bietet eine breite Palette von Lebensmittelprodukten und Haushaltswaren an.

Walmart Chile S.A.	
Adresse / Website	Avenida del Valle, 725 8580000 Huechuraba, Santiago Chile www.walmartchile.cl
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite Tel.: +56 (0)22 200 5000.
Umsatz	9,7 Mio. USD (2022)
Mitarbeiterzahl	7,8 Tsd.
Profil	Walmart Chile S.A. ist international bekannt und hat auch in Chile eine starke Präsenz. Das Unternehmen betreibt Supermärkte und Hypermärkte unter verschiedenen Marken wie Lider, SuperBodega aCuenta und Central Mayorista.

8.1.4 Importeure/Hersteller

Agricola Super Ltda.	
Adresse / Website	Camino La Estrella, 401 2820000 Cachapoal Chile www.agrosuper.com
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite
Profil	Agricola Super Ltda. ist ein führendes Unternehmen in der landwirtschaftlichen Produktion und Verarbeitung von Lebensmitteln in Chile. Das Unternehmen ist auf die Herstellung von Konserven und gefrorenen Lebensmitteln spezialisiert.

Agricom	
Adresse / Website	El Golf, 99 Las Condes, Santiago Chile www.agricom.cl
Kontakt	Herr Emilio Saavedra E-Mail: esaavedra@agricom.cl Tel.: +56 (0)22 431 3200
Umsatz	7,8 Mio. USD (2022)
Mitarbeiterzahl	1,8 Tsd.
Profil	Agricom ist ein chilenisches Unternehmen, das sich auf den Anbau und die Vermarktung von frischem Obst und Gemüse spezialisiert hat. Das Unternehmen exportiert seine Produkte in verschiedene Länder, und vertreibt sie auch auf dem heimischen Markt in Chile. Das Unternehmen ist eine Tochtergesellschaft von Westfalia Fruit

Anson Trading S.A.	
Adresse / Website	Camino La Estrella 401, 2820000 Cachapoal Chile www.anson.cl
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite Tel.: +56 (0)22 827 7300
Profil	Seit 30 Jahren konzentriert sich das Unternehmen Anson Trading S.A. auf den Import, den Vertrieb und die Vermarktung renommierter internationaler Marken von verderblichen und nicht-verderblichen Lebensmitteln sowie Non-Food-Produkten für den nationalen Markt.

B Organics SPA	
Adresse / Website	Bayona, 401 Colina Chile www.borganics.cl
Kontakt	E-Mail: info@borganics.cl Tel.: +56 (0)22 207 6394
Profil	Seit 2012 bietet B Organics SPA Produkte für die Lebensmittel- und Getränkeindustrie in Chile an. Es beliefert die größten Supermarktketten, Bio-Restaurants, Naturkostläden, Hotels und Spas. B Organics SPA importiert ausschließlich Bio-Produkte.

Caso & Cia S.A.	
Adresse / Website	Camino Internacional, 2825 Reñaca Alto, V Región Chile www.casoycia.cl
Kontakt	E-Mail: contacto@casoycia.cl Tel.: +56 (0)32 227 6430
Profil	Caso & Cia S.A. bietet Lagerdienstleistungen für Lieferanten und Partner an. Es verfügt über drei Vertriebszentren: eines in der V-Region (Reñaca Alto), eines in Santiago (Nos) und ein drittes in der Gemeinde Paine. Außerdem hat es ein Netzwerk von Filialen und dazugehörigen Lagerhäusern in ganz Chile. Das Unternehmen betreibt eine Flotte von über 120 Lastwagen unterschiedlicher Kapazitäten.

CIAL Alimentos S.A.	
Adresse / Website	Americo Vespucio, 2341 Pudahuel, Santiago Chile www.cialalimentos.cl
Kontakt	E-Mail: sac@cialalimentos.cl Tel.: +56 (0)800 072 425
Umsatz	5 Mio. USD (2022)
Mitarbeiterzahl	1,7 Tsd.
Profil	CIAL Alimentos S.A. ist ein führender Hersteller von Lebensmitteln in Chile, der eine breite Palette von Produkten wie Konserven, Marmeladen, Fruchtpürees und Säften herstellt.

Dimark Ltda.	
Adresse / Website	Camino Puerto Octay, 1191 Osorno Chile www.dimakonline.cl
Kontakt	E-Mail: contacto@dimak.cl Tel.: +56 (0)95 319 1577
Mitarbeiterzahl	1,2 Tsd.
Profil	Dimark Ltda. ist ein Unternehmen, dessen Logistikzentren sich von O'Higgins bis Aysén erstreckt. Sein Hauptvertriebszentrum befindet sich in Osorno, und es verfügt über Transferzentren in allen Regionen Chiles. Hinzu kommen 300 Dienstleister, v. a. im Bereich des Transports.

Diprosel Ltda.	
Adresse / Website	Avenida Francisco Bilbao, 0134 Local Interior, Providencia Chile www.diprosel.cl
Kontakt	E-Mail: diprosel.ventas@gmail.com Tel.: +56 (0)99 824 4900
Profil	Diprosel Ltda. ist ein Vertriebsunternehmen für ausgewählte Gourmetprodukte in Chile. Das Unternehmen ist auf den Großhandelsverkauf an Restaurants spezialisiert und bietet eine Reihe von Qualitätsprodukten zu wettbewerbsfähigen Preisen an.

Empresas Carozzi S.A.	
Adresse / Website	Camino Longitudinal Sur, 5201 8320000 Maipo Chile www.carozzicorp.com
Kontakt	Tel.: +56 (0)800 228 228
Umsatz	1,48 Mio. USD (2022)
Mitarbeiterzahl	2,3 Tsd.
Profil	Empresas Carozzi S.A. ist eines der größten Lebensmittelunternehmen in Chile und produziert eine Vielzahl von Lebensmitteln, darunter Nudeln, Saucen, Konserven und Süßigkeiten.

Nestlé Chile S.A.	
Adresse / Website	Avenida Las Condes, 11287 Santiago Chile www.nestle.cl
Kontakt	Tel.: +56 (0)22 338 4000
Umsatz	150 Mio. USD (2020)
Mitarbeiterzahl	7,2 Tsd.
Profil	Nestlé Chile S.A. ist ein international bekanntes Unternehmen und hat auch in Chile eine starke Präsenz. Das Unternehmen produziert und vertreibt eine Vielzahl von Lebensmittelprodukten wie Babynahrung, Milchprodukte, Schokolade und Kaffee.

8.2 Uruguay

8.2.1 Fachmessen

Expo Prado	
Adresse / Website	Avenida Lucas Obes, 1010 11700 Montevideo Uruguay www.expoprado.com
Kontakt	Tel.: +598 (0)2336 6563
Profil	Die Expo Prado ist eine der bedeutendsten landwirtschaftlichen Messen in Uruguay. Sie findet jährlich in Montevideo statt, der Hauptstadt des Landes. Diese Veranstaltung wird von der Asociación Rural del Uruguay organisiert. Die Expo Prado beschränkt sich nicht nur auf Lebensmittel, sondern ist eine umfassende Messe, die verschiedene Aspekte der Landwirtschaft, Viehzucht und Industrie in Uruguay abdeckt.
Termin	Turnus: jährlich 8. - 7. September 2024

8.2.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen

Ministerium für Viehzucht, Landwirtschaft und Fischerei (Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca – MGAP)	
Adresse / Website	Constituyente, 1476 11200 Montevideo Uruguay www.gub.uy
Kontakt	E-Mail: webmaster@mgap.gub.uy Tel.: +598 (0)2413 8030
Profil	Das MGAP ist verantwortlich für die Förderung, Überwachung und Regulierung der Landwirtschaft, Viehzucht und Fischerei in Uruguay. Es setzt sich dafür ein, die Lebensmittelproduktion und -verarbeitung im Land sicherzustellen und zu verbessern.

Nationales Institut für landwirtschaftliche Forschung (Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria – INIA)	
Adresse / Website	Edificio Los Guayabos, Parque Tecnológico del LATU Avenida Italia, 6201 Montevideo Uruguay www.inia.uy
Kontakt	E-Mail: inia@inia.org.uy Tel.: +598 (0)22605 6021
Profil	Das INIA ist eine Forschungseinrichtung, die sich auf landwirtschaftliche Entwicklung und Innovation konzentriert. Es bietet Informationen und Technologien für die Lebensmittelproduktion und -verarbeitung.

Nationales Institut für Lebensmittel (Instituto Nacional de Alimentos – INA)	
Adresse / Website	Avenida 18 de Julio,1453 11200 Montevideo Uruguay www.gub.uy
Kontakt	E-Mail: informacion@mides.gub.uy Tel.: +598 (0)2400 0302
Profil	Das INA ist verantwortlich für die Regulierung, Überwachung und Kontrolle von Lebensmitteln in Uruguay. Es arbeitet daran, sicherzustellen, dass Lebensmittel den gesetzlichen Standards und Qualitätsanforderungen entsprechen.

Nationales Institut für Saatgut (Instituto Nacional de Semillas – INASE)	
Adresse / Website	Camino Bertolotti, Ruta 8 Km 29 91001 Barros Blancos, Canelones Uruguay www.inase.uy
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite Tel.: +598 (0)2288 7099
Profil	Das INASE reguliert und zertifiziert Saatgut in Uruguay, um sicherzustellen, dass es den landwirtschaftlichen Standards entspricht und von hoher Qualität ist.

Nationales Institut für Weinbau (Instituto Nacional de Vitivinicultura – INAVI)	
Adresse / Website	Ruta 48 esquina Camino Pattarino Canelones Uruguay www.inavi.com.uy
Kontakt	E-Mail: comunicaciones@inavi.com.uy Tel.: +598 (0)2364 3486
Profil	Das INAVI reguliert und fördert die Wein- und Traubenindustrie in Uruguay. Es setzt Standards für die Weinproduktion und -verarbeitung und überwacht deren Einhaltung.

8.2.3 Lebensmitteleinzelhandel

Devoto S.A.	
Adresse / Website	Jaime Zudañez, 2627 11300 Montevideo Uruguay www.devoto.com.uy
Kontakt	E-Mail: atencionalcliente@devoto.com.uy Tel.: +598 (0)0800 0033
Umsatz	21,5 Mio. USD (2021)
Mitarbeiterzahl	500
Profil	Die Supermarktkette Devoto S.A. bietet eine breite Palette von Produkten, einschließlich Lebensmittel, Haushaltswaren und mehr.

Disco S.A.	
Adresse / Website	Avenida Agraciada, 2986 11800 Montevideo Uruguay www.disco.com.uy
Kontakt	E-Mail: atencionalcliente@disco.com.uy Tel.: +598 (0)2 0800 4242
Umsatz	867,8 Mio. USD (2020)
Mitarbeiterzahl	3 Tsd.
Profil	Disco S.A. ist eine Supermarktkette, die eine große Präsenz in Uruguay hat. Sie bietet eine Vielzahl von Produkten, darunter Lebensmittel, Getränke und Haushaltsartikel. Disco S.A. gehört zur Cencosud-Gruppe, einem großen Einzelhandelsunternehmen in Lateinamerika.

El Dorado S.A.	
Adresse / Website	Ruta 39, 20000 Maldonado Uruguay www.institucional.eldorado.com.uy
Kontakt	Tel.: +598 (0)9980 1990
Mitarbeiterzahl	5 Tsd.
Profil	El Dorado S.A. ist einer der führenden Supermärkte in Uruguay. Das Unternehmen hat eine starke Präsenz im Land und bietet eine breite Palette von Lebensmitteln und Haushaltswaren an. Der Supermarkt hat den Ruf, qualitativ hochwertige Produkte anzubieten und einen Fokus auf seinen Kundenservice zu legen.

Ta-Ta S.A.	
Adresse / Website	José de Béjar, 2600 Montevideo Uruguay www.tata.com.uy
Kontakt	E-Mail: servicioalcliente@tata.com.uy Tel.: +598 (0)0800 8282
Umsatz	56,97 Mio. USD (2022)
Mitarbeiterzahl	7 Tsd.
Profil	Ta-Ta S.A. ist eine weit verbreitete Einzelhandelskette in Uruguay, die eine breite Palette von Produkten, einschließlich Lebensmittel, in verschiedenen Preisklassen anbietet.

Tienda Inglesa S.A.	
Adresse / Website	Avenida Italia, 5820 Carrasco, Montevideo Uruguay www.tiendainglesa.com.uy
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite
Umsatz	100 Mio. USD (2021)
Mitarbeiterzahl	1,8 Tsd.
Profil	Tienda Inglesa S.A. ist einer der führenden Supermärkte in Uruguay. Das Unternehmen hat eine starke Präsenz im Land und bietet eine breite Palette von Lebensmitteln und Haushaltswaren an. Tienda Inglesa S.A. hat den Ruf, qualitativ hochwertige Produkte anzubieten und einen Fokus auf seinen Kundenservice zu legen.

8.2.4 Importeure/Hersteller

Altama S.A.	
Adresse / Website	Ruta 101, Camino de los Portugueses Canelones Uruguay www.altama.com.uy
Kontakt	E-Mail: altama@altama.com.uy Tel.: +598 (0)2682 5368
Profil	Altama S.A. wurde 1961 als Importeur, Distributeur und Vertreter von Lebensmitteln und Getränken gegründet und konzentriert sich auf Premium-Marken. Das Unternehmen bietet einen umfassenden Vertrieb in allen Einzelhandelskanälen: Supermarktketten, Selbstbedienungsläden und traditionelle Gemischtwarenläden, Hotel- und Gaststättengewerbe sowie Border- und Duty-Free-Shops.

Aromacos	
Adresse / Website	Maldonado, 990 Montevideo Uruguay www.aromacos.com.uy
Kontakt	E-Mail: compras@aromacos.com.uy Tel.: +598 (0)2902 7429
Profil	Das Unternehmen Aromacos entwickelt, produziert und vermarktet Essenzen und Rohstoffe für die Lebensmittel- und Kosmetikindustrie.

DALFAMAR	
Adresse / Website	Martín Usabiaga Sala, 2887 Montevideo Uruguay www.dalfamar.com
Kontakt	Tel.: +598 (0)2526 0607
Profil	DALFAMAR ist ein Import- und Vertriebsunternehmen mit mehr als 15 Jahren Erfahrung auf dem uruguayischen Markt und konzentriert sich auf hochwertige und gesunde Lebensmittel. Das Unternehmen bietet ein breites Portfolio an Marken. Das Unternehmen importiert vorwiegend für Einzelhandelsketten.

Leopoldo Gross y Asociados S.A.	
Adresse / Website	Venezuela, 1211 Montevideo Uruguay www.leopoldogross.com.uy
Kontakt	E-Mail: lgimport@leopoldogross.com.uy Tel.: +598 (0)2924 6090
Profil	Leopoldo Gross y Asociados S.A. ist ein uruguayisches Familienunternehmen. Seit 1939 importiert und vertreibt die Firma international bekannte Premium-Marken, die sich durch eine hohe Qualität auszeichnen. Das Produktportfolio umfasst mehr als 80 Marken in verschiedenen Kategorien, darunter Pringles, Heinz, Snickers, Twix, Tabasco, La Española, Kikkoman, Jumex, Droste, Wonka, Arizona, DAB, Clausthaler, Equador, Gum, Reynolds und viele mehr. Das Unternehmen verfügt über ein Vertriebs- und Logistikzentrum von 12 Tsd. Quadratmetern.

Mundo Import S.A.	
Adresse / Website	Arenal Grande, 2351 Montevideo Uruguay www.vialibre.com.uy
Kontakt	E-Mail: vialibre2009@adinet.com.uy Tel.: +598 (0)2203 0698
Profil	Mundo Import S.A. ist ein Unternehmen, das sich auf den Import und Großhandel von Basarartikeln, Süßwaren, Kioskartikeln, Geburtstagsartikeln spezialisiert hat.

Regional Sur S.A.	
Adresse / Website	Dámaso Antonio Larrañaga, 3624 Montevideo Uruguay www.regionalsur.com.uy
Kontakt	E-Mail: administracion@regionalsur.com.uy Tel.: +598 (0)2506 1149
Profil	Das Unternehmen ist spezialisiert auf Import und Vermarktung von Lebensmitteln, Gewürzen, Reinigungsmitteln etc. Es bedient verschiedene Vertriebskanäle wie Großhändler, Supermärkte, lokale Distributoren, lokale Verteiler, v. a. in der Gastronomie, die das ganze Land abdecken.

Solyal S.A.	
Adresse / Website	Martín Usabiaga Sala, 2887 Montevideo Uruguay www.solyal.com
Kontakt	Herr Santiago Pereira, Geschäftsführer E-Mail: contacto@solyal.com Tel.: +598 (0)94 403 107
Umsatz	54 Mio. EUR (2020)
Mitarbeiterzahl	1 Tsd.
Profil	Solyal S.A. ist ein im Jahr 2013 gegründetes uruguayisches Unternehmen, das sich auf den Import, die Produktion und die Herstellung von innovativen und hochwertigen Lebensmitteln und Getränken spezialisiert hat. Das Unternehmen hat ein umfangreiches Vertriebsnetz und Zugang zu den großen Einzelhandelsketten. Im Jahr 2020 erwarb das Unternehmen Ser Orgánico, ein renommiertes uruguayisches Unternehmen, das auf den Import von ausschließlich biologischen Lebensmitteln und Getränken spezialisiert ist, und erweiterte damit sein Portfolio um gesunde Lebensmittel.

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung und
Landwirtschaft (BMEL)
53123 Bonn

BEZUGSQUELLE ANSPRECHPARTNER

Referat 424
(Internationale Grundstoffpolitik, Export, Absatzförderung)
Rochusstraße 1
53123 Bonn
E-Mail: 424@bmel.bund.de

STAND

September 2023

UMSCHLAGGESTALTUNG

BMEL

BILDNACHWEIS

sezerozger/stock.adobe.com

TEXT

enviacon international
eine Marke der enviacon GmbH
Schlossstr. 26
12163 Berlin
www.enviacon.com

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Tibor Reineking

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt enviacon international keine Haftung für die Inhalte der vorliegenden Marktstudie bzw. für Schäden, die sich – direkt oder indirekt – durch Entscheidungen ergeben, die auf Grundlage der Inhalte der vorliegenden Marktstudie getroffen werden.

Nachdruck und Fotokopien, auch teilweise, sind unter genauer Angabe der Quelle und mit Hinweis auf erstens enviacon international und zweitens die Förderung durch das BMEL gestattet.

Das BMEL ist für den Inhalt der Marktstudie nicht verantwortlich. Es werden ausschließlich Meinungen und Auffassungen der Verfasser wiedergegeben.

Diese Publikation wird vom BMEL unentgeltlich abgegeben. Die Publikation ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf nicht im Rahmen von Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

[@bmel](https://twitter.com/bmel)

[@Lebensministerium](https://www.instagram.com/Lebensministerium)

[@bmel_bund](https://www.youtube.com/@bmel_bund)

www.agrarexportfoerderung.de

