
Estudio de Mercado Jurel en Conserva en Australia

Marzo 2011

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Sydney

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	4
1. Arancel General:	4
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):	4
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	6
5. Barreras Para – Arancelarias	6
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	7
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	7
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	9
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	11
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	13
1. Estadísticas 2010	13
2. Estadísticas 2009	14
3. Estadísticas 2008	14
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	15
1. Potencial del producto.	15
1.1. Formas de consumo del producto.	15

1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).....	16
1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....	18
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....	18
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	18
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>20</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....</i>	<i>22</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia.....</i>	<i>25</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>26</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones.....</i>	<i>26</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>28</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto.....</i>	<i>29</i>

I. PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

JUREL EN CONSERVA : 1604.191

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

JUREL EN CONSERVA JUREL PREPARADO O CONSERVADO, ENTERO O EN TROZO, EXCEPTO PICADO (INCLUYE CATEGORÍAS: AL NATURAL, CON SALSA DE TOMATE, EN ACEITE Y LOS DEMÁS TIPOS)

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

PREPARED OR PRESERVED MACKEREL : PREPARED OR PRESERVED MACKEREL, WHOLE OR IN PIECES (BUT NOT MINCED)

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

4. ARANCEL GENERAL:

Jurel en Conserva está libre de arancel (0%).

5. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (*):

El Jurel en conserva está libre de arancel independiente de su origen.

Si bien el jurel en conserva ya estaba libre de arancel, existe un Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Chile y Australia que se encuentra vigente desde el 6 de marzo de 2009.

Lo que en términos comerciales implicó que durante el segundo año de vigencia del TLC cerca del 99,8% del valor total exportado ingresó al mercado australiano libre de pago arancelario se aplicó una desgravación inmediata que rige para el 91% del universo arancelario.

6. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Australia tiene acuerdos comerciales vigentes con los siguientes países:

Acuerdo	Status	Movimiento	Arancel de Aduana para los demás países
Australia New Zealand Closer Economic Relations Trade Agreement (ANZCERTA)	Bilateral	Recíproco	0%
Canadá Australia Trade Agreement (CANADA)	Bilateral	Recíproco	0%
Papua New Guinea Australia Trade and Commercial Relations Agreement (PATCRA)	Unilateral	No Recíproco	0%
Developing Country Preferential Rates	Tasas Especiales	No Recíproco	0%
Singapore-Australia Free Trade Agreement (SAFTA)	Bilateral	Recíproco	0%
Cooperation Agreement	Bilateral	No Recíproco	0%
Australia-United States Free Trade Agreement (AUSFTA)	Bilateral	Recíproco	0%
Thailand-Australia Free Trade Agreement (TAFTA)	Bilateral	Recíproco	0%
Australia-Chile Free Trade Agreement (ACI-FTA)	Bilateral	Recíproco	0%
New Zealand Free Trade Area	Plurilateral	Recíproco	0%

Fuente: <http://www.customs.gov.au>

Para mayor información, diríjase al sitio Web de la Aduana Australiana:

Customs Australia, <http://www.customs.gov.au/site/page6010.asp>

7. OTROS IMPUESTOS:

Jurel en Conserva está **libre del impuesto GST**.

El GST es un impuesto pagado por los importadores (impuesto indirecto) y equivale al 10% del valor total de la mercancía. Este impuesto es el equivalente al IVA chileno, y debe ser tomado en cuenta como referencia en cuanto al valor final de venta del producto en el mercado.

El GST se aplica sobre los productos y servicios vendidos en Australia, incluyendo los productos importados.

La gran mayoría de los productos básicos para consumo humano están libres de GST. Sin embargo es una **obligación revisar cada producto individualmente para conocer su status, ya que algunos productos más elaborados pueden no estar libres de GST**. Para mayor información diríjase a la siguiente página Web:

<http://www.ato.gov.au/businesses/content.asp?doc=/content/18694.htm>

<http://www.ato.gov.au/content/downloads/bus18694nat3338072010.pdf>

8. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

Australia es un país que se caracteriza por tener un control riguroso de los productos que entran al país para evitar el ingreso de productos tóxicos, virus o especies que puedan afectar su patrimonio fitosanitario. Es por esto que las principales barreras para-arancelarias con las que se enfrentan los exportadores chilenos son los procedimientos del Servicio de Cuarentena e Inspecciones Australia (AQIS). Todos los productos deben contar con la documentación requerida para ser ingresados, y aprobar las pruebas de control de cuarentena.

Por otro lado, para el importador australiano es muy importante establecer relaciones comerciales duraderas, tener un abastecimiento continuo, y contar con productos que sean no-tóxicos de acuerdo a las regulaciones australianas. Se sugiere al exportador visitar el portal de la aduana y cuarentena Australiana para que conozca los requisitos específicos que debe cumplir cada producto antes de ingresar al país.

AQIS es el organismo gubernamental que maneja los controles de cuarentena en las fronteras para minimizar el riesgo de plagas y enfermedades exóticas que pudiesen entrar al territorio nacional. También proporciona la inspección y certificación de importación y exportación para mantener el status fitosanitario altamente favorable del país, trabajando estrechamente con otros organismos gubernamentales australianos relacionados con la salud y alimentación.

Para mayor información visitar:

Centro de Información y Asistencia de la Aduana Australiana (Customs Information and Support Centre)

Página Web: <http://www.customs.gov.au/site/page4368.asp>.

Teléfono: +61 2 6275 6666

Correo electrónico: information@customs.gov.au

Centro de Información y Asistencia del Servicio de Cuarentena e Inspección Australiana (Quarantine and Inspection Service)

Teléfono: +61 2 6272 3933

Portal Web: <http://www.aqis.gov.au>

II. REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Jurel en Conserva

1. **No requiere permiso de importación**
2. Cada lote deberá ser dispuestos en embalajes limpios y nuevos y deberán estar libres de insectos vivos, semillas, tierra, barro, arcilla, material de origen animal (por ejemplo, heces), material vegetal (como paja, ramas, hojas, raíces, corteza, etc.) y otros desechos antes de su llegada a Australia.
3. Los envíos deben ser envasados para facilitar la labor inspección de importación.
4. Todos los envíos deberán ir acompañados de la documentación para verificar que el producto está en una forma "consumer ready" (listo para su consumo)*. La documentación podría estar en la forma de una factura, certificado del fabricante o del certificado sanitario emitido por la autoridad correspondiente y ser específica al envío. Nombres científicos no son requeridos, sin embargo, si el oficial de cuarentena no puede determinar a partir del nombre común que el pescado es una especie no-salmónida, podría ser solicitada documentación que precise el nombre científico.
5. Cuando las partidas no están cubiertos por la documentación válida o están cubiertas por la documentación con una declaración incorrecta, los envíos serán objeto de inspección para garantizar que las mercancías están en una forma "consumer ready" (*). En este caso, una multa de inspección será aplicada.

6. Los envases de madera, pallets o material de estiba en contenedores FCL, estarán sujetos a la inspección y el tratamiento a la llegada de no presentar certificado de haber sido tratado por un método aprobado por AQIS. Para mayor información referirse a la publicación AQIS Cargo containers-Quarantine aspects and procedures <http://www.daff.gov.au/aqis/import/cargo/aspects-procedures>

*“Consumer ready” son definidos como productos que están listos para consumir o cocinar por parte del consumidor. Par conocer mayores detalles y ejemplos de productos en esta condición dirigirse al siguiente link:

http://www.aqis.gov.au/icon32/asp/ex_QueryResults.asp?Commodity=fish&Area=All+Countries&EndUse=Human+consumption&QueryType=Search

✓ **CONDICIÓN C6977**

Requisitos de seguridad para alimentos importados

1. Las cargas consignadas de alimentos importados son monitoreadas por AQIS para confirmar que los alimentos no presenten riesgos para la salud pública. Es responsabilidad del importador asegurarse de que todos los alimentos cumplen con los requisitos del Código Australiano de Estándares de Alimentos (Australian Food Standards Code o **FSC**). El FSC es administrado por Food Standards Australia New Zealand (FSANZ). Puede encontrar una copia de este código en el siguiente sitio web <http://www.foodstandards.gov.au/>
2. El Código FSC no permite el tratamiento de alimentos con oxido etileno.
3. El Código FSC indica los índices de irradiación gama permitidos en el tratamiento de alimentos. En algunos casos, los índices requeridos por cuarentena son más altos que los permitidos por FSC.
4. Se puede obtener información adicional acerca de la inspección de alimentos importados en la página web de AQUIS “Importar Alimentos a Australia” en el siguiente link <http://www.daff.gov.au/aqis/import/food>
5. Los importadores deben asegurarse de que los tratamientos de cuarentena cumplen con los requisitos de las agencias.

✓ **CONDICIÓN C5012**

Este tipo de producto o especie puede estar sujeto a la legislación del Departamento Gubernamental Australiano para el Medioambiente, Aguas, Patrimonio y Artes (ver sitio

<http://www.environment.gov.au/biodiversity/trade-use/index.html>) bajo la categoría **CITES** (Convention on the International Trade in Endangered Species, o Convención Internacional de Especies en Peligro). Las especies o productos que se consideren parte de CITES además de tener que cumplir con los requisitos de cuarentena, serán enviados al Servicio de Aduanas de Australia.

Para mayor información sobre los productos CITES, puede contactar al departamento australiano del medioambiente en:

Teléfono: (61) 2 6274 1900

Email wildlifetrade@environment.gov.au
 Internet www.environment.gov.au

i. REQUISITOS ADICIONALES

1. Todos los productos deben cumplir con la documentación mínima para presentar a AQIS indicadas en *Reglas mínimas de documentación requerida* en el siguiente link <http://www.daff.gov.au/aqis/import/general-info/documentary-requirements>
2. Se debe presentar toda la documentación necesaria para permitir la determinación del nivel de riesgo de cuarentena producto del tipo de transporte y empaque. Se deben cumplir con los requisitos indicados en <http://www.daff.gov.au/aqis/import/general-info/documentary-requirements>

Estos requisitos tienen relación a:

- a) La limpieza de los contenedores
- b) Packaging o empaquetado
- c) Destino del producto

3. Revise el sitio web de AQIS para ver información adicional y actualizada sobre los requisitos de importación en http://www.aqis.gov.au/icon32/asp/ex_casecontent.asp?intNodId=8786336&intCommodityId=1857&Types=none&WhichQuery=Go+to+full+text&intSearch=1&LogSessionID=0

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

La agencia gubernamental ante la cual se deben tramitar los permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas es el **Servicio de Inspección y Cuarentena de Australia (Australian Quarantine and Inspection Service, AQIS)**, perteneciente al Departamento de Agricultura, Pesca y Forestal (**DAFF**). Los requisitos de ingreso de cada producto pueden variar cada año y se pueden encontrar en la página web de AQIS en el siguiente link:

http://www.aqis.gov.au/icon32/asp/ex_querycontent.asp

Los envases de pescado y mariscos deben considerar la disminución de la probabilidad de contaminación. Por ende se deben incluir medidas y acciones para minimizar este riesgo. Existe un documento publicado por el gobierno australiano donde se indican los estándares de calidad para los alimentos. Este documento indica los requerimientos de seguridad de los pescados y mariscos desde la producción en el mar hasta su venta. Este fue

creado para identificar peligros potenciales de los mariscos e implementar medidas para controlar los riesgos. Bajo este estándar, se le pide a todos los productores implementar un sistema de manejo de seguridad alimenticia.

El estándar indica información sobre: manejo de la seguridad de los alimentos; contaminación y manipulación; áreas de cultivo; almacenaje de mariscos; empaquetamiento de mariscos; tratamiento de desechos; trazabilidad de los mariscos, conocimiento y habilidades; requerimientos de salud e higiene e instalaciones y equipamiento.

Es importante para el exportador chileno, tener presente los siguientes requisitos según el tipo de distribución que tendrá en Australia, ya que existe una diferencia entre compradores minoristas y mayoristas.

Para minoristas (FSC: [Sección 1.2.1](#) & [Sección 1.2.2](#)) Las etiquetas de los productos del mar empaquetados deben decir:

- Nombre que indica la naturaleza del pescado
- Identificación del lote;
- El nombre y dirección de la empresa comercializadora en Australia o Nueva Zelanda;
- Etiquetado de los ingredientes (incluyendo los aditivos y los ingredientes transgénicos);
- Fecha de rotulación;
- Condiciones para el uso y el almacenamiento;
- País de origen;
- Alérgenos potenciales;
- Etiquetado del porcentaje de cada ingrediente podrá ser necesaria ; e
- Información Nutritiva, excepto en el caso de que el pescado sea el único ingrediente.

* Cuando el pescado crudo ha sido manipulado para asemejar a un filete utilizando un sistema de compresión, sin la aplicación de calor, se requiere de una declaración que diga de qué forma el filete ha sido constituido. Más aún se deben entregar instrucciones que indiquen cómo se logrará la seguridad desde el punto de vista microbiológico del producto. Se recomienda un cocimiento de 60°C. Esto debe ser incluido en la etiqueta del producto. Cuando el producto se comercializa sin empaque este consejo debe ser entregado al comprador.

Para mayoristas (FSC: [Sección 1.2.1](#))

Productos del mar que se comercializan a granel, se requieren de una etiqueta o documentación asociada que indique:

- Un nombre que indique la naturaleza del pescado o una descripción del producto.
- Identificación del lote
- El nombre y dirección de la empresa comercializadora en Australia o Nueva Zelanda y país de origen.

*Los mayoristas necesitan proveer información suficiente sobre el producto para que puedan cumplir con los requerimientos del etiquetado del producto, que pide el comprador. La información necesita mencionar los ingredientes, aditivos, el uso de ingredientes transgénicos y alérgenos potenciales, por ejemplo metabisulfito de sodio. (META).

Para pescado procesado se identifica abajo los aditivos de la sección 1.3.1, [schedules 1, 2, 3 y 4 del Food Standards Code](#):

Tipo de alimento	INS Numero de aditivo	Aditivo	Nivel Máximo (mg/kg)
Pescado en conserva que incluye pescado en lata	220, 221, 222, 223, 224, 225, 228	dióxido de azufre y sulfito de sodio y potasio	30

LÍMITES MICROBIOLÓGICOS PARA BACTERIAS EN PESCADO (FSC: Sección 1.6.1)

Límites microbiológicos para alimentos se especifican en el Food Standards Code: [Sección 1.6.1](#). Los límites microbiológicos se esfuerzan para asegurar que el pescado y sus productos son seguros para comer. Es esencial que la manipulación del pescado sea correcta para evitar intoxicación. El código (FSC) determina los límites legales que se aplican para los microorganismos tales como Listeria monocytogenes, Salmonella, Coagulase-positivo staphylococci y E Escherichia coli.

El código determina los límites legales que se aplican para los microorganismos tal como el Limite Máximo de Residuos (FSC: SECCIÓN 1.4.1 & SECCIÓN 1.4.2)

El límite máximo de residuos para contaminantes y tóxicos naturales se especifican en secciones 1.4.1 & 1.4.2 del Food Standards Code. La intoxicación natural ocurre en el ciclo de vida normal de pescado. Los límites máximos de químicos y tóxicos tales como arsénico, mercurio y plomo son los límites seguros y legales de los contaminantes naturales o artificiales que se toleran en pescado y sus productos. Dichos límites se determinan por donde el pescado se cosechó y sus hábitos de comer. Para ver los límites máximos de residuos para Australia dirigirse a la siguiente página: <http://www.foodstandards.gov.au/foodstandards/foodstandardscode.cfm>
Estándar 1.4.2

LÍMITE MÁXIMO DE HISTAMINA QUE SE PERMITE EN PESCADO O SUS PRODUCTOS (FSC: Sección 2.2.3)

El nivel de histamina en pescado o sus productos no debe exceder 200mg/kg

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)

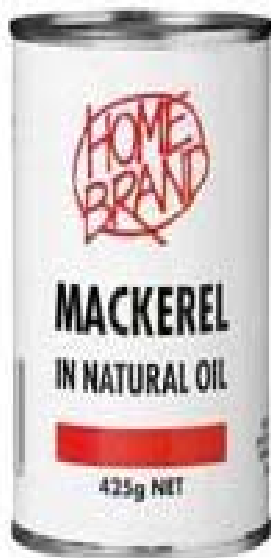
El etiquetado de los productos debe cumplir con los requisitos del Código Estándar para los alimentos, el que puede ser descargado de la página web de Food Standards Australia-New Zealand (<http://www.foodstandards.gov.au>) en el link 1.2.8. Este manual plantea cuando información del tipo nutricional debe, obligatoriamente ser proporcionada, y la forma en la cual dicha información es entregada.

Ejemplo del etiquetado de información nutricional para productos del mar

Fuente: <http://www.alwaysfresh.com.au>

Product	Herring Fillets Assorted
Size (G)	190g
Serving Size (G)	95
Energy (Kj)	780.0
Protein (G)	10.6
Fat (G)	12.7
Saturated Fat (G)	2.1
Carbohydrate (G)	
- Total	7.5
- Sugars	2.6
Sodium (Mg)	470.0
Gluten	Present
Allergens	Fish & fish product, wheat flour, milk proteins
Preservatives	Absent

- Ejemplos del etiquetado frontal para Jurel en conserva



Marca privada Woolworths

Fuente: <http://www.homeshop.com.au/> (Woolworths)

Ejemplo de cómo se agrega la información nutricional en etiquetado de pescado en conserva.



EXCELENTE FUENTE NATURAL DE OMEGA-3



III. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad KG	Monto (Millones US\$)	% Participación en el Mercado
Tailandia	554.798	1,194	51%
Reino Unido	112.865	0,680	10%
China	110.880	0,199	10%
Chile (21 del mundo)	765	0,003	0,1%
Subtotal	779.308	2,076	71%
Total	1.095.280	3,788	100%

2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad KG	Monto (Millones US\$)	% Participación en el Mercado
Tailandia	532.909	1,161	48%
Malasia	101.949	0,319	9%
Reino Unido	86.989	0,477	8%
Chile (4)	86.232	0,204	8%
Subtotal	808.079	2,161	73%
Total	1.113.513	3,552	100%

3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad KG	Monto (Millones US\$)	% Participación en el Mercado
Tailandia	645.829	1,204	55%
Chile	112.139	0,192	9%
Japón	93.540	0,332	0,1%
Malasia	86.888	0,245	0,1%
Subtotal	938.396	1,973	80%
Total	1.178.174	3,171	100%

Fuente: World Trade Atlas, 2010

IV. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO

El jurel en conserva tiene un gran potencial desde el punto de vista de la demanda, este es adquirido no solo para el mercado australiano sino que también para su reventa en islas del pacífico como Fiji dónde este producto forma parte de la dieta diaria de estas culturas.

Debido a que la oferta chilena se ha visto afectada por rebajas en las cuotas de pesca, a repercutido en menores ventas al mercado australiano. Pasando del 2do lugar como proveedor extranjero el año 2008 al lugar 21 el año 2010.

Por otra parte, según Ibis World Industry Report (2010) existe una tendencia al alza del consumo de mariscos y pescados en Australia en el largo plazo, asociado a un aumento en las importaciones y una baja en las exportaciones.

Como las cuotas de extracción es un problema a nivel mundial, se espera un aumento en los precios de estos productos en el mercado local en los próximos años, debido a una disminución de su oferta.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

Estos productos son muy versátiles y fáciles de consumir. En Australia usualmente los pescados en conserva se encuentran en presentación: al natural, salmuera o aceite más una variedad de condimentos que los hace más apetecibles. Se consumen en almuerzos, cenas, picnic o snacks en sándwiches, pastas, pizzas, panqueques o se directo de la lata.

Por la diversidad cultural en Australia, también se usa para prepara curries y otros platos típicos.

Se observa valor agregado en productos especialmente europeos, convirtiendo la lata en un plato determinado, donde el contenido de jurel es de sólo un 30%. Estos se comercian a un precio superior.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

En un ambiente comercial y global en constante evolución, la presentación del producto con etiquetado y envase “a la medida” del segmento de consumidores estratégico es vital. Este contribuye a la diferenciación de la marca y construcción de ventajas competitivas en función de atributos de calidad asociados a la salud.

La mejora de los envases en la industria está ayudando a mantener la calidad de los productos.

En términos generales ha existido un significativo cambio hacia envases del tipo “easy-open”. La industria se está alejando de los tradicionales envases de lata (conserva) hacia aquellos con un mayor grado de facilidad en la apertura de los mismos. Según Euromonitor (2009), los consumidores además de la característica mencionada, relacionan este tipo de envase con una mayor protección contra la contaminación de los alimentos. Un caso a mencionar es Simplot Australia Pty Ltd compañía que presenta toda su oferta de conservas de pescado y mariscos en latas easy-open.

Como fue mencionado el aspecto nutricional ha llegado a ser prioridad para los australianos y es considerado un driver para el envasado y etiquetado de los productos. In 2008, cadenas de supermercados tan importantes como Woolworths Ltda. y Coles Myer Ltd han seguido la tendencia de lanzar marcas propias al mercado con gran énfasis en la nutrición.



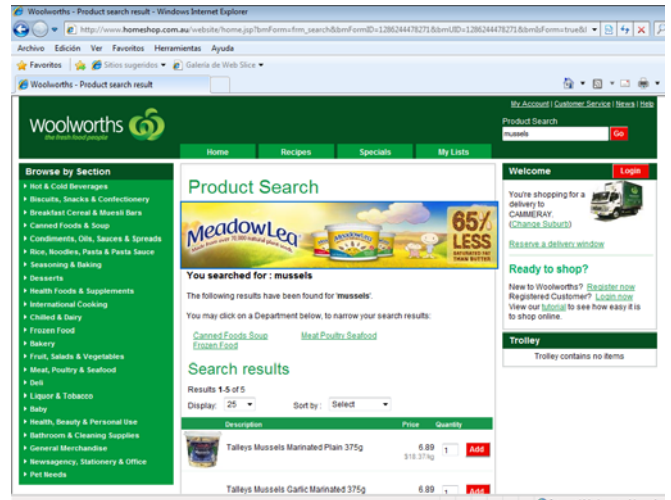
Envase tipo easy open, fuente <http://www.johnwest.com.au/>

La presentación del Jurel en conserva ha optado por envases llamativos y elegantes, como una manera de diferenciación. Además del etiquetado nutricional correspondiente la mayoría de las compañías posee explicación en línea de códigos y símbolos junto a novedosas recetas y preparaciones para los productos.

Es importante considerar, al contrario de las tendencias de premiumisation, que importantes cadenas de supermercados están optando por productos del tipo Homebrand, en el cual el etiquetado grafico y de envases es reducido a información básica (aunque completa) en la cual se busca entregar el mensaje de que el consumidor finalmente pagara por el producto y no por las características visuales del mismo.

VENTAS ONLINE

Todas las grandes cadenas retailers y mayoristas en Australia poseen sitios Web de compra en línea con la presentación, detalle nutricional, recetas entre otras asociadas al producto. Ejemplos de estos sitios Web son los siguientes:

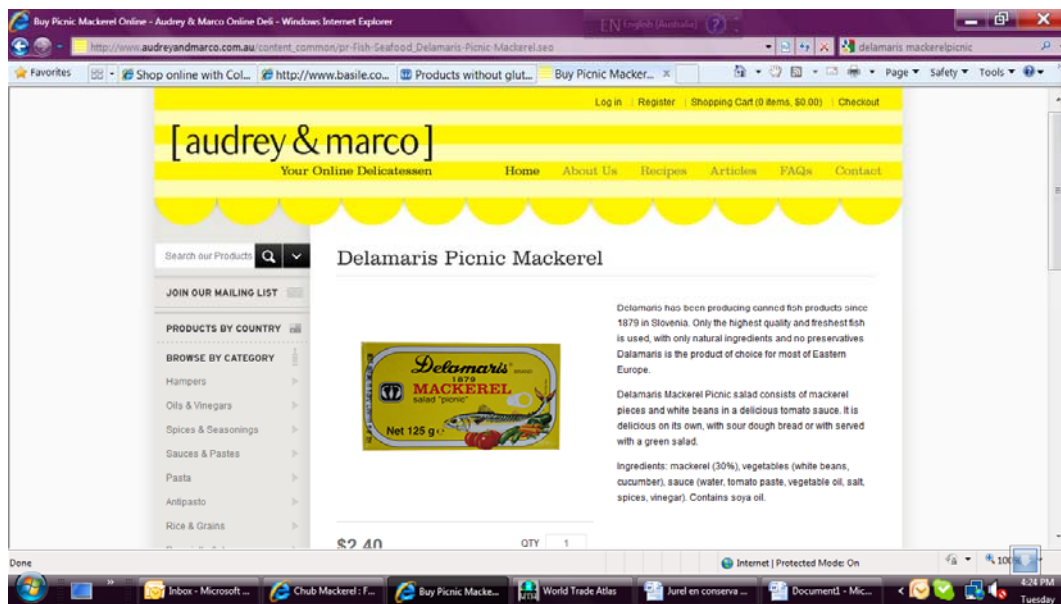


Recetas

Productos

Fuente:

www.woolworths.com.au



http://www.audreyandmarco.com.au/content_common/pr-Fish-Seafood_Delamaris-Picnic-Mackerel.seo

Adicionalmente, los productores se han preocupado de mantener constante publicidad, apuntando tanto a una difusión “entretenida” del producto como a la vez a las características de cada especie, lugar de cultivo/pesca, procesamiento, certificación, higiene, entrenamiento del personal, etc. Algunos ejemplos se pueden encontrar en el sitio web: <http://www.johnwest.com.au/#/media>

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

Para conocer la opinión acerca de las oportunidades y amenazas que el mercado australiano presenta para los exportadores chilenos, se llevaron a cabo entrevistas con diferentes agentes importadores como Raptys and Sons Ltda, Great Ocean, A&T Trading, entre otros.

El conocimiento acerca de Jurel varía desde pleno conocimiento del producto y sus características hasta solo algunos detalles.

La opinión general es que para ingresar al mercado australiano es necesario **ser consistente en los precios y disponibilidad de suministro**. De antemano se sabe que el producto nacional tiene altos estándares en su procesamiento, pero también es necesario transmitir esta información a los consumidores.

Otro comentario es la importancia de estar alerta a las señales del mercado y ajustar la oferta frente a las tendencias de la demanda actual. Una idea es seguir orientando los productos hacia una forma “ready to eat” (productos listos para su consumo), hacia donde se ha movido el consumo en los últimos años y donde hay mayores márgenes de venta.

Respecto a Jurel, se le considera un mercado más competitivo, pero no menos atractivo. En algunos casos fue considerada una especie a la cual se le puede sacar un mayor grado de provecho y ventaja, incluyendo no solo información que apunte a su valor nutricional, sino también a sus características de crecimiento, captura, zonas de distribución entre otras. Existe gran competencia por el producto nacional desde Asia.

El jurel chileno ha disminuido drásticamente su participación de mercado debido a disminución de cuotas de captura del producto. Una alternativa es producir productos con mayor valor agregado.

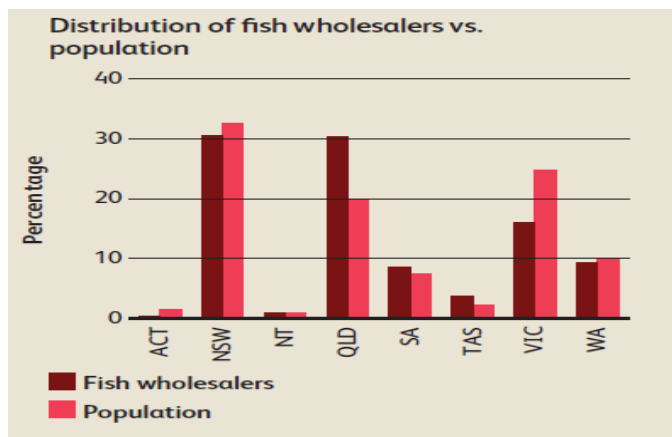
1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

El consumo de jurel se mantiene constante durante todo el año.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

El siguiente grafico muestra la concentración de vendedores mayoristas de pescado en Australia, según estado. Según IBISWorld 2010, en 2009-10 que New South Wales fue el estado más grande en términos del número de

mayoristas con un 30,6%. Queensland es el segundo más grande, con porcentaje de 30,3% de los mayoristas, seguido por Victoria con un 16,1%.



Fuente: Ibis World Industry Report, Fish Wholesaling in Australia, 2010.

De acuerdo a los datos de la Australian Bureau of Statistics, el siguiente sería el gasto promedio en productos del mar consumo de pescados y mariscos por zonificación geográfica.

Es posible observar que New South Wales, seguido por Victoria, Western Australia y Queensland son las zonas geográficas que presentan un mayor gasto para todas las categorías de productos del mar en cada hogar. En el caso de los productos en conserva, los siguientes el orden es New South Wales, Victoria, South Australia and Queensland.

PROMEDIO DE GASTO SEMANAL POR HOGAR EN PRODUCTOS DEL MAR, PERIODO 2003-2004, POR ESTADO (AU\$)

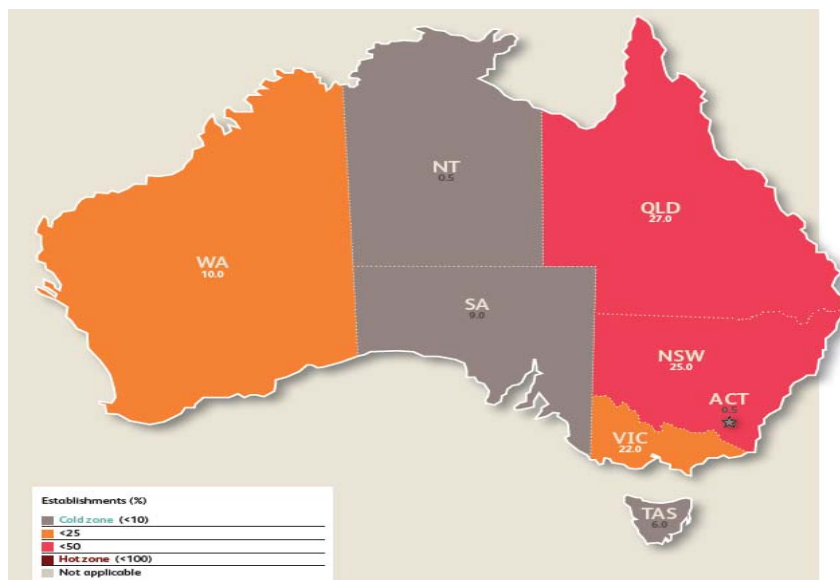
	NSW	Vic.	Qld	SA	WA	Tas.	NT (a)	ACT (b)	Aust.
Mariscos y Pescados Frescos	2.73	2.02	1.44	1.15	1.59	1.87	1.41	2.10	2.02
Mariscos y Pescados Congelados	0.48	0.60	0.64	0.39	0.71	0.46	0.46	0.61	0.56
Mariscos y Pescados en Conserva	1.15	1.10	1.00	1.03	0.93	0.67	1.33	1.27	1.07

Fuente: Australian Bureau of Statistics. Household Expenditure Survey, Australia: Detailed Expenditure Items, 2003-04.

V ■ CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Los grandes supermercados han construido sus propias redes de abastecimiento para adquirir estos productos directamente desde el sector importador, procesador y pesquero, saltando de esta manera la industria mayorista (intermediario entre las industrias mencionadas). Los supermercados son la mayor fuente de volumen de ventas porque son un vínculo significativo con los consumidores.

El siguiente grafico muestra la concentración geográfica de las principales cadenas de supermercados en Australia:



Los principales actores en este canal de mercado son:

Woolworths: Es considerado como uno de los líderes de Australia en supermercados. La compañía opera más de 700 supermercados y atiende a más de 13 millones de clientes en toda Australia cada semana. La participación de mercado de la compañía es cercana al 40%.

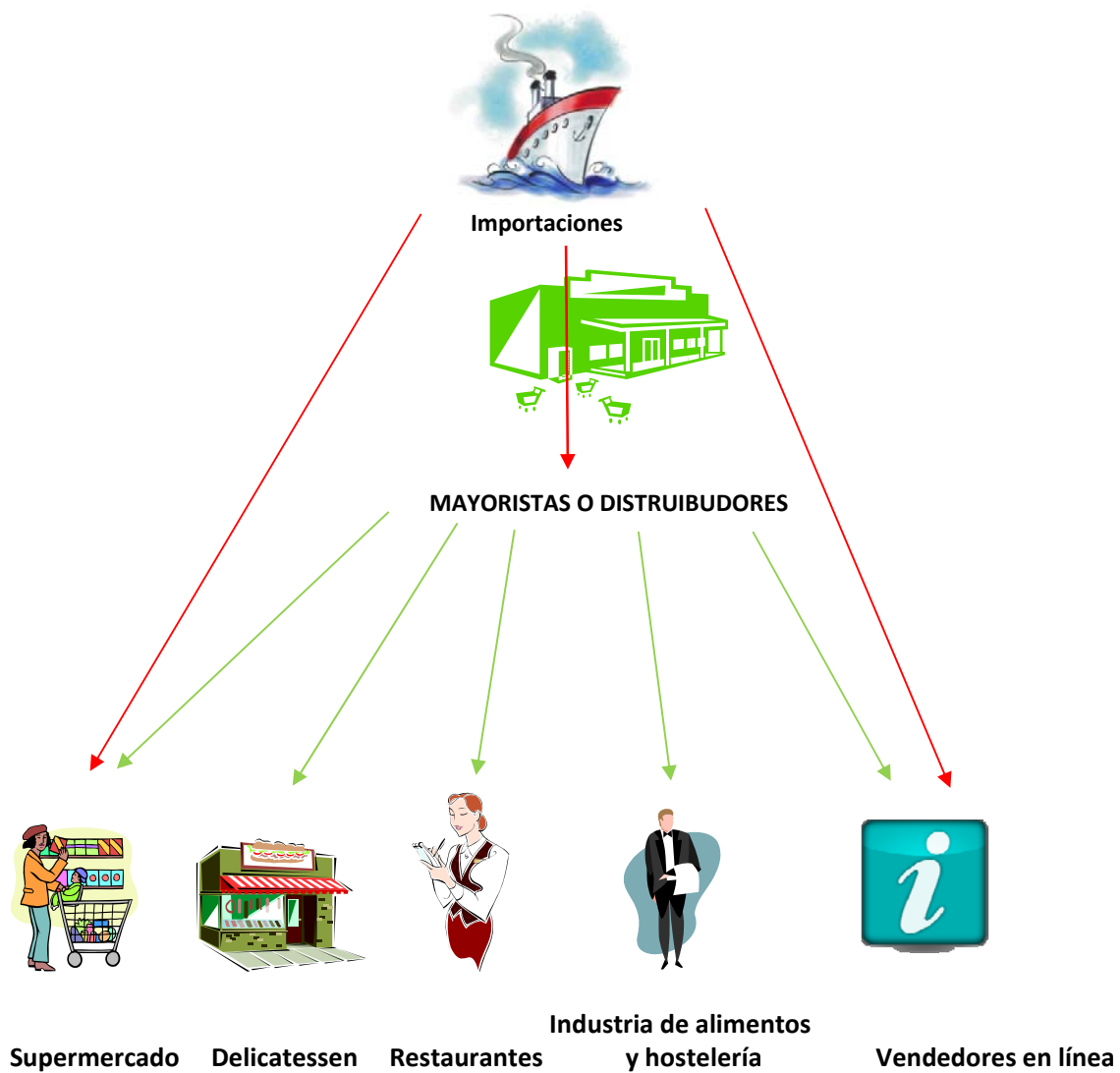
Westfarmers Ltda (Coles): Westfarmers Ltda se convirtió en un jugador fundamental en la industria de supermercados tras la adquisición de Grupo Coles a finales de 2007. La participación de mercado estimada es de un 30%.

Independent Grocers of Australia: IGA comenzó operaciones en Australia en 1988 cuando trajo al mercado Metcash Trading Limited. La participación de mercado estimada es de un 7%.

Australian United Retailers: La compañía genera más de 1.6 billón en facturación anual de la tienda. La participación estimada de mercado es de un 2.3%.

Aldi: Establecida en Alemania en 1948, ALDI ingreso al mercado Australiano en 2001. La Estimada participación de mercado es un 1.5%.

DISTRIBUCION EN AUSTRALIA



Para calcular el margen, se calculó el costo de compra del producto importado relacionado al promedio de venta por kilo de jurel en conserva del principal supermercado.

Con este ejercicio, se desprende que del precio al consumidor final, un 85% equivale a ganancias brutas.

VI. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL:



Homebrand Mackerel en aceite 425g
AUD\$ 1.49
AUD\$3.51/kg



Homebrand Mackerel en salsa de tomate 425g
AUD\$1.49
AUD\$3.51/kg



John West Mackerel Fillets 125g
 AUD\$2.42
 AUD\$19.36/kg

FUENTE: WWW.WOOLWORTHS.COM.AU



Delamaris Mackerel

Ingredientes: jurel (30%), vegetales (porotos blancos, pepinos), salsa (agua, concentrado de tomate, aceite vegetal, sal, especias, vinagre. Contiene aceite de soya.

Fuente: <http://www.audreyandmarco.com.au>, Delicatessen australiano en línea

AUD\$2.40/125g

AUD\$20,88/KG



Delicioso en sandwiches y ensaladas; el jurel tiene altos niveles de omega 3, vitaminas A, B1, B & C
 Ingredientes: jurel (72%), aceite de oliva (26%), sal.

AUD\$3,80/125g

AUD\$30,40/KG

PRECIOS DE REFERENCIA MAYORISTA:



Se ha calculado un precio promedio de importación de los 8 primeros países que venden al mercado australiano.

Esto se ha asumido como el precio promedio para el mayorista en Australia: \$USD 5,60/KG.
 (\$AUD 5,44, Tipo de cambio: <http://www.xe.com/ucc/convert/?Amount=5.60&From=USD&To=AUD>)

Fuente: World Trade Atlas

VII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Existen diversas estrategias para promover este tipo de productos en el mercado local.

- Promoción de una vida saludable asociada al consumo de productos del mar: Esta es una de las principales estrategias adoptadas por productores y retailers para promover el consumo de pescados y mariscos. En términos generales, los principales beneficios asociados a la ingesta de estos productos están en el rango (1) alto contenido de Omega 3, (2) tipo de ácidos grasos (3) Contenido de proteínas, calcio y minerales y (4) bajo en colesterol.

Sin embargo, es necesario estar consciente de la existencia de restricciones legales respecto a lo que se puede y no se puede decir de los atributos saludables de los alimentos.

Dentro del marco de la clasificación de información nutricional, existen tres tipos de afirmaciones sobre los beneficios a la salud:

- **Afirmaciones sobre contenido nutricional** son declaraciones que indican la cantidad de un nutriente, calorías o sustancias biológicamente activas en un alimento.
- **Afirmaciones de salud de nivel general** son aquellas que se refieren al contenido de un nutriente o sustancia en un alimento y los beneficios que este trae a la salud. Esta no puede referirse directamente a una enfermedad o indicar una enfermedad seria (por ejemplo colesterol sanguíneo)
- **Afirmaciones de salud de alto nivel** son aquellas que hacen referencia directa a una enfermedad o marcador biológico.

Sellos de Calidad: Los consumidores en el mercado Australiano buscan productos de calidad y certificados. Existe la certificación “Approved Fish Names”, la cual permite al consumidor asegurarse de que está recibiendo la especie de pescado por la cual pagó.



Pesca Sustentable: Existe una tendencia reciente, pero que está adquiriendo cada vez más importancia al momento de comprar alimentos.

Cada vez hay más conciencia acerca de la pesca indiscriminada y de la sustentabilidad de los recursos marinos. En el caso de los pescados y mariscos, existe una campaña para adquirir productos que estén plenamente disponibles, y provengan de pesqueras que promueven la pesca sustentable y segura. Para esto, MSC certifica que el producto que adquiere el consumidor en un supermercado o restaurant es sustentable.

Además existe una cadena de supermercados en Australia, ALDI, que solo vende productos con el sello MSC, y hay varias marcas de productos del mar ya certificados. (Ver <http://www.msc.org/where-to-buy/msc-labelled-seafood-in-shops-and-restaurants/australia>)

El sello de MSC es el siguiente:



Para mayor información acerca de cómo obtener la certificación, y para ver la lista de productos sustentables, visite la página web <http://www.msc.org/>

VIII. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

El código “Australia and New Zealand Food Standards” contiene regulaciones para los alimentos comercializados, preparados o importados a Australia y aplicaciones generales como específicas para cada producto.

En términos generales, la presentación del producto ha optado por aumentar el valor percibido por los consumidores hacia los productos del mar, lo que se ha reflejado en el etiquetado, envasado, publicidad, etc.

Entre las distintas estrategias utilizadas para influir en el valor percibido se pueden mencionar:

1. Aquellas orientadas a mejorar la promoción de cada producto. En particular, recetas de fácil preparación e ideas al momento de cocinar

2. Etiquetado que otorgue principalmente confianza a los consumidores, como por ejemplo asegurando premisas de limpieza, preparación y conocimiento de las personas que manipularon los productos.
3. Ofreciendo mayor conveniencia y llevando el producto hacia una formato listo para su consumo
4. Utilizando puntos de venta más atractivos
5. Debido a que los pescados y mariscos en conserva no están entre las primeras preferencias de los consumidores, se ha repetido constantemente el concepto de que los productos del mar pueden ser una oferta deliciosa, nutritiva y barata a lo largo del año
6. Nuevo enfoque hacia la forma en que el producto se presenta, más allá del aspecto nutricional. Se debe incluir (1) cómo y dónde el producto fue atrapado, cosechado o mantenido, (2) el hábitat natural, área de crecimiento o cómo las especies son cultivadas, (3) cómo almacenar el producto, (4) las características individuales de cada especie, más que por grupo. Esto significa que existen muchas especies sub-valoradas en el mercado australiano, simplemente conocidas como “pescados” o “moluscos”.

IX. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Es muy importante que los exportadores tengan en consideración los requisitos del Servicio de Cuarentena e Inspecciones Australia (AQIS). Todos los productos deben contar con la documentación requerida para ser ingresados, y aprobar las pruebas de control de cuarentena.

En el caso de los pescados enlatados, también es importante considerar la normativa contenida en el Food Standard Code, que establece requisitos de rotulación y sanitarios del producto.

La importación del jurel chileno ha disminuido drásticamente, pasando del 2do lugar el año 2008 al lugar 21 el 2010. Lo que ha provocado consultas a esta oficina comercial sobre las razones de la disminución de producción en Chile.

Lo anterior se debería a bajas en las cuotas de captura de Chile, fenómeno que está afectando a todo el mundo. Por lo anterior se estima un aumento del precio de este producto.

Por lo anterior, sería conveniente analizar el agregar valor al Jurel en Conserva, aprovechando la imagen que tiene Chile de buen procesador de este producto. Tenemos el caso de una firma de Eslovenia que comercializa un jurel envasado con vegetales, siendo el contenido de jurel sólo un 30%.

El agregar valor también implica un mayor diseño en envases y etiquetados, promoviendo los beneficios nutricionales para la salud. Para esto es muy importante tener en consideración los gustos y tendencias de los consumidores australianos.

Otra forma de potenciar la comercialización de este producto, es con la diferenciación del atributo de sustentabilidad, a través de la obtención del sello correspondiente.

X. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- **Fine Food Australia:** Este es el evento anual más importante del sector de los alimentos y bebidas en Australia.

Fecha: septiembre

Lugar: Sydney, Queensland y Perth

Sitio web: www.foodaustralia.com.au

- **Good Food and Wine Show:** Este evento es otro de los más grandes en Australia para los productos alimenticios, y los restaurants más famosos y reconocidos.

Fecha: varía dependiendo de la ciudad

Lugar: Adelaide, Brisbane, Melbourne, Perth y Sídney.

Sitio web: www.goodfoodshow.com.au

Costo: Adulto A\$28.5

- **Perth Food and beverage industry EXPO**
Es un evento solo para industriales (*Trade event*) de 100 expositores de todo Australia que presenta la más reciente tecnología, innovación y soluciones para los productores, minoristas y mayoristas de la industria de alimentos y hospitalaria.

Lugar: Claremont Showgrounds, Perth, Western Australia

Sitio web: www.foodindustry.org.au

- Fine Food New Zealand:
Es la feria de alimentos más importante en Nueva Zelanda. Esta dirigida solamente para los industriales de alimentos y servicios alimenticios.

Lugar: ASB Showgrounds, Auckland

Sitio web: www.finefoodnz.co.nz

- Para obtener más información acerca de los eventos dentro de Australia de la industria de alimentos, diríjase al link <http://www.seafood.net.au/news/news.item.php?pid=251> en la página de Seafood Services Australia

XI. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

LOS SITIOS DONDE SE PUEDE ENCONTRAR INFORMACIÓN RELEVANTE Y PRECISA ACERCA DE LA INDUSTRIA DE LOS ALIMENTOS GOURMET EN AUSTRALIA SON:

12.1 ORGANISMOS RELEVANTES RELACIONADOS CON EL COMERCIO

- Autoridad de Administración de Pesca Australiana - Australian Fisheries Management Authority – AFMA
Fisheries Branch
T:+612 6225 5555
Sitio web: www.afma.gov.au
mail: info@afma.gov.au

Otorgación de licencias y permisos de importación:

Contacto: Heidi Prislán
T: (612) 6225 5397 o (612) 6225 5555
Mail: licensing@afma.gov.au

- Servicio de Cuarentena e Inspección Australiana – Departamento de Agricultura, Pesca y Selvicultura - Aqis fishery. Australian Government Department of Agriculture, Fisheries and Forestry
Canberra ACT 2601
T: +612 8334 7570
T: +61 2 6272 3933
Sitio web: <http://www.daff.gov.au>
 - Aduana Australiana- Customs Information and Support Centre
Teléfono: 1300 363 263
correo electrónico: information@customs.gov.au
Página web: <http://www.customs.gov.au/site/page4368.asp>.
 - Reglamentación y estándares de Alimentos en Australia – Food Standards Australia New Zealand
Boeing House
55 Blackall Street
BARTON ACT 2600
Ph: +61 2 6271 2222
Fax: +61 2 6271 2278
PO Box 7186
Canberra BC ACT 2610, Australia
Sitio web: <http://www.foodstandards.gov.au/contactus/>
 - Asociación de Servicios de Alimentación de Mar - Seafood Services Australia Ltd (SSA)
T: +61 7 3633 6777 Fax: +61 7 3633 6776
Email: ssa@seafoodservices.com.au Web: www.seafood.net.au
 - Seafood Importers Association of Australia (SIAA)
C/Marine Product Marketing Pty Ltd
PH: 02-97001099
FAX: 02-97001855
Email: harryp@marineproduct.com.au
 - Mayor Mercado de Pescado Fresco en Sydney – Sydney Fish Market
Locked Bag 247, Bank Street, PYRMONT NSW 2009
T: 61 2 9004 1100
F: 61 2 9004 1177
E: fishline@sydneyfishmarket.com.au
- Australia Chile Chamber of Commerce**
T: +61 02 9418 7452
F: +61 02 8007 0581
M: +61 412643343
Email: msalas@chilechamber.com
Web: <http://www.chilechamber.com>

- Australia-Latin American Business Council (ALABC)
 Contacto: Robert Trzebski
 Address: Suite 605-80 William St Sydney
 T: +61 2 6270 8037
 F: +61 2 6273 3196
 M: +61 433 11 4973
 Email: execdir@alabc.com.au
 Web: <http://www.alabc.com.au/>
- The Australian Trade Commission (Austrade)
 Address: Level 23 AON Tower
 201 Kent St,
 Sydney, NSW, 2000
 T: +61 132878
 F: +61 2 6273 3196
 M: +61 433 11 4973
 Email: info@austrade.gov.au
 Web: <http://www.austrade.gov.au/>
- Análisis del mercado Australiano: www.portal.euromonitor.com y www.ibisworld.com.au
- Departamento de Comercio de Australia: www.austrade.gov.au
- Cámara de comercio de New South Wales (NSW Bussiness chamber):
<http://www.nswbusinesschamber.com.au/>
- Consulado de tiendas de alimentos e industria alimentaria de Australia (Australian Food and grocery council):
<http://www.afgc.org.au/>

12.2 otras asociaciones:

- Asociación Australiana de Hoteles (Australian Hotels Association): www.aha.org.au
- Asociación hotelera y de restaurants de Australia (Restaurant and Catering Association of Australia):
www.restaurantcater.asn.au
- Asociación de Industrias Australiana (Australian Industry Group): www.aigroup.com.au
- Federación de Minoristas en Australia (United Retail federation): <http://www.unitedretailfederation.com.au>
- Asociación de restaurantes y empresas de abastecimiento para restaurantes (Restaurant and Catering Australia): www.restaurantcater.asn.au
- Asociación Australiana de tecnología para alimentos (Food Technology Aassociation of Australia):
www.ftavic.com.au
- Asociación Australiana de alimentos (Food Industry Association): www.foodindustry.org.au
- Asociación Australiana de Importadores de alimentos y bebidas (Food & Beverage Importers Association)
www.fbia.org.au

12.3 Revistas y prensa:

- Revista de noticias de la Industria de Alimentos de Mar en Australia: <http://www.seafoodnews.com.au/>

- Revistas de la cadena de noticias ABC, sobre tendencias de recetas y alimentación en Australia:
 - <http://www.magsonline.com.au/>
 - <http://www.taste.com.au/>
- Revista del Instituto Australiano de ciencia y tecnología alimentaria: <http://www.foodaust.com.au/diary.html>
- Revista de la industria hospitalaria: The Hotelier (por suscripción)
- Prensa online de noticias de la industria de alimentos en Australia: <http://www.ausfoodnews.com.au/>
- Noticias y actualidad de alimentación en general y gourmet en Australia : <http://gourmettraveller.com.au/>
- Noticias en general de la industria de alimentos y bebidas en Australia: <http://www.foodmag.com.au>
- Noticias, tendencias e información de la industria alimentaria en general: <http://www.onfood.com.au>