



# PMP

## Estudio de Mercado choritos, ostiones y merluza en Australia

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Australia

[www.prochile.gob.cl](http://www.prochile.gob.cl)



## TABLA DE CONTENIDO

II. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Código SACH y descripción del sistema chileno y australiano	4
2. Oportunidades en el mercado para los productos de origen chileno	4
3. Estrategias potenciales para la penetración del mercado	4
4. Las recomendaciones de ProChile	4
5. Análisis FODA <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
III. ACCESO AL MERCADO	6
1. Código SACH y descripción del sistema chileno	6
2. Código SACH y descripción en el sistema australiano	7
3. Los derechos arancelarios para la importación de productos de origen chileno y competidores	8
4. Otros impuestos y barreras no-arancelarias:	8
5. Las regulaciones y los requisitos sobre las importaciones	9
6. Requisitos del etiquetado para que un producto entre en Australia	10
7. La legislación y los requisitos y certificaciones locales	12
IV. El potencial del mercado	20
1. La producción y el consumo local	20
2. Las importaciones de los ostiones, la merluza y los choritos durante los últimos 3 años por país.	20
V. Las cadenas de distribución y los principales participantes en el mercado	23
1. Los participantes principales por cada cadena	24
2. Organigrama de cadenas seleccionadas	26
	26
3. Posicionamiento del producto en cada cadena elegida	27
4. La estrategia de precios	27
5. Políticas de proveedores y de marcas:	28
VI. El consumidor / el comprador	29
1. Las características del consumidor	29
2. La influencia de las tendencias en la decisión de compra	30

VII. Comparación del mercado	30
1. Marcas principales del mercado	30
Choritos	30
Los ostiones:	33
Merluza	34
2. Diferenciación respecto a otros productos del mercado	35
3. Campañas de marketing de los competidores o productores/industria local	35
VIII. Opinión de un actor relevante	35
en el mercado y recomendaciones	35
IX. Fuentes de información relevante	36
X. Apéndice	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

*El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar vinculado al sitio de ProChile para su descarga.*

# RESUMEN EJECUTIVO

## **Código SACH y descripción del sistema chileno y australiano**

El Código SACH consiste en un código arancelario que va a variar dependiendo del tipo de producto que se quiere ingresar al mercado. Las especificaciones para cada tipo de producto según el país (Australia o Chile) se explicarán más adelante.

## **Oportunidades en el mercado para los productos de origen chileno**

Actualmente, la demanda por productos del mar está experimentando un gran crecimiento, especialmente en la población australiana con alto poder adquisitivo. Esto se da principalmente por la actual tendencia de importar este tipo de productos. A pesar de que Australia sea un país isla, importa el 70% de sus productos marinos, siendo Nueva Zelanda el principal importador.

El consumidor australiano se caracteriza principalmente por buscar productos exóticos y diferentes, así como también exclusivos, de lujo y orgánicos.

Chile tiene una gran oportunidad para poder entrar al mercado australiano ofreciendo productos del mar que son percibidos como lujosos y distintos a los que ofrece actualmente Nueva Zelanda. Además, las regulaciones de pesca ponen límites al suministro local, por lo que es necesario importar para poder satisfacer la demanda doméstica.

## **Estrategias potenciales para la penetración del mercado**

Dado a las altas barreras de entrada que tiene el mercado australiano y la gran competencia existente, se recomienda principalmente vender a través de mayoristas o tiendas especializadas de productos marinos. Esto principalmente ya que es muy difícil entrar a este mercado con un producto nuevo, por lo que ingresando a través de estas vías se podría llegar a lograr una penetración exitosa. Al importar hay que tener en consideración que al consumidor australiano le es muy importante la calidad antes que la cantidad. Para poder entender mejor el mercado, hay que estudiar a los principales competidores, como Nueva Zelanda, para poder identificar la ventaja competitiva que tiene Chile y poder explotarla.

Para que Chile se pueda mantener como un proveedor de productos marinos exclusivos, se debe enfocar principalmente en la imagen y calidad del producto, ya que para el consumidor australiano es muy importante que el producto se vea saludable, limpio, natural y exótico. El empaque del producto cumple un rol fundamental a la hora de atraer nuevos consumidores.

## **Las recomendaciones de ProChile**

La oficina comercial de Chile en Australia recomienda a los potenciales proveedores de productos del mar que sigan las regulaciones pertinentes del mercado. Además se recomienda que realicen las certificaciones voluntarias tal como la HACCP (Análisis de los Riesgos y Aspectos de Control) que sirven para asegurar las condiciones fitosanitarias de los productos.

También, como se mencionó anteriormente, dado a la dificultad de entrar al mercado a través de los supermercados grandes, se recomienda vender los productos a mayoristas y/o distribuirlos a través de tiendas especializadas en productos exclusivos y gourmet.

El consumidor australiano elige productos que tienen una presentación limpia y que son sustentables. Es por esto que la imagen del producto que se quiere vender es un factor importante para que cualquier proveedor de alimentos marinos pueda tener éxito en el mercado australiano. Otro punto muy importante y que hay que tener en cuenta es el precio, dado a la gran influencia de productos que tienen un origen más cercano, pueden llegar a tener un precio más económico dado a que tienen menos costos. Para poder lograr una importación exitosa se recomienda hacer énfasis en ofrecer un producto de calidad, con un gran foco en la imagen y que tenga un precio competitivo en el mercado.

Para abordar este mercado es muy importante el buen manejo del idioma inglés, ya que, hay pocos importadores que hablan español.

# I.ACCESO AL MERCADO

## CÓDIGO SACH Y DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA CHILENO

El gobierno chileno proporciona un rango más amplio del código SACH que el australiano porque el código chileno (SACH) tiene categorías más específicas en términos de especies. Es importante considerar que el código australiano incluye todos los tipos de especies de la familia de la merluza, ostiones y choritos (mejillones).

Código Arancelario	Descripción
<b>Merluza</b>	
<b>0302.6921</b>	Merluza del sur pacífico, entera, excluyendo hígado y huevos Descabezado y eviscerado, congelado
<b>0303.7812</b>	Otra merluza del sur pacífico, congelado, excluyendo hígados y huevos
<b>0303.7819</b>	Merluza del sur pacífico (Merluccius gayi gayi) filetes, fresco o refrigerado
<b>0304.1931</b>	Merluza del sur pacífico (Merluccius gayi gayi), filetes, congelado
<b>0304.2931</b>	Otra carne de pescado de la merluza sur pacífico (Merluccius gayi gayi) congelado
<b>0304.9934</b>	
<b>Ostiones</b>	
<b>0307.2110</b>	Ostión calico (Argopecten purpuratus), en concha o no, vivo, fresco o refrigerado
<b>0307.2911</b>	Ostión calico (Argopecten purpuratus), en concha o no, congelado
<b>0307.2919</b>	Ostión calico (Argopecten purpuratus), en concha o no, secado, salado o en salmuera
<b>0307.2919</b>	Ostión de Patagonia (Chlamys patagonica), en concha o no,

	congelado
<b>0307.2921</b>	Otros ostiones, incluso ostiones reina de la genera Pectan,
<b>0307.2990</b>	Chlamys o Placopecten, en concha o no, congelado, secado, salado o en salmuera
<b>Mejillones</b>	
<b>0307.3100</b>	Mejillones, incluso separados de sus valvas, vivos, frescos o refrigerados
<b>0307.3900</b>	Los demás mejillones, incluso separados de sus valvas, congelados, secos, salados o en salmuera.

## CÓDIGO SACH Y DESCRIPCIÓN EN EL SISTEMA AUSTRALIANO

Código Arancelario	Descripción
<b>Merluza</b>	
<b>0302.54.00</b>	Merluza fresca o refrigerada, excluyendo filetes u otra carne de pescado de 0304
<b>0303.66.00</b>	Merluza congelada, excluyendo filetes u otra carne de pescado de 0304
	Otra
<b>0304.74.00</b>	
<b>Ostiones</b>	Ostiones, en concha o no, vivos, frescos o refrigerados
<b>0307.21.00</b>	Otros
<b>0307.29.00</b>	
<b>Mejillones</b>	Mejillones, en concha o no, vivos, frescos o refrigerados
<b>0307.31.00</b>	Los demás mejillones, incluso separados de sus valvas, congelados, secos, salados o en salmuera.
<b>0307.39.00</b>	

## ARANCELES PARA LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE ORIGEN CHILENO Y COMPETIDORES

El Tratado de Libre Comercio entre Chile y Australia (TLC), entró en vigor en marzo de 2009, reduciendo las barreras al comercio, los aranceles a las importaciones, logrando de esta forma facilitar el comercio de bienes y servicios entre ambos países. Desde el 1 de enero de 2015, todos los aranceles fueron eliminados, excepto el del azúcar, que mantiene una tarifa del 6% para exportar a Australia debido al sistema chileno de banda de precios.

Bajo los códigos SACH detallados en la parte 1 y 2, no hay aranceles sobre los productos en el capítulo 3 (pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos) de Chile o cualquier otro país de origen, por lo cual, no hay una ventaja actual en esta materia para exportar mariscos o pescados a Australia respecto a otros países productores.

Para más información sobre la lista de mariscos y pescados, consulte la clasificación de tarifas vigentes, programa 3, capítulo 3;

<https://www.border.gov.au/Busi/Tari/Curr#Schedule3>

Para más información sobre los productos negociados en el TLC, consulte:

<http://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2010/01/080723-Australia-Chile-FTA-Listas-de-Productos-Chile.pdf>

## OTROS IMPUESTOS Y BARRERAS NO-ARANCELARIAS:

Con la disminución de barreras tradicionales al comercio, negociadas en el TLC, la importancia de las barreras no-arancelarias (BNAs) han aumentado. Para muchos mercados las BNAs siguen presentando obstáculos a la importación y suelen reflejar los estándares técnicos o los procedimientos de importación. Las reglas de la OMC incluyen acuerdos sobre las barreras técnicas al comercio y sobre materias sanitarias y fitosanitarias (que sean relevantes para asegurar la calidad y la seguridad alimentaria). Los acuerdos sobre las condiciones sanitarias y fitosanitarias (SFS) proporcionan un marco de reglas para guiar a los miembros de la OMC en la adopción, el desarrollo y el cumplimiento de las medidas sanitarias (la salud humana o animal) y fitosanitarias (la salud y la vida de plantas) que pueden tener un efecto sobre el comercio.

Para más información sobre las medidas SFS, consulte:

[https://www.wto.org/english/docs\\_e/legal\\_e/15sps\\_01\\_e.htm](https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/15sps_01_e.htm)



# LAS REGULACIONES Y LOS REQUISITOS SOBRE LAS IMPORTACIONES

El Departamento Australiano de Agricultura tiene múltiples requisitos para la importación de pescados y mariscos. Estos varían dependiendo del producto, tipo y nivel de procesamiento. Las plantas procesadoras de alimentos que exportan mariscos y pescados tienen que realizar una auditoría independiente, para controlar los estándares internacionales de calidad e higiene. Antes de ser ingresados a Australia, los bienes importados se someten a pruebas por el Servicio de Cuarentena e Inspección Australiana. Cuando los requisitos de bioseguridad han sido cumplidos, todos los bienes importados tienen que también cumplir con la Normativa de Control de Alimentos Importados de 1992.

Información adicional sobre la importación, en sus variadas formas, de merluza, ostiones y choritos de Chile a Australia<sup>1</sup>:

## **Merluza**

### Filete (o eviscerado, sin cabeza *pan size*, salado, seco o ahumado)

No se requiere un permiso del Departamento de Agricultura. Sin embargo, otras regulaciones y requisitos sobre las importaciones son requeridos, como una declaración del procesador, una factura o un certificado de Salud del Gobierno con fecha dentro de los últimos 6 meses.

### Pescado entero (no eviscerado)

Previo a la importación de los productos a Australia, se requiere un permiso de importación válido, entregado por el Departamento de Agricultura. Para solicitar este permiso, es necesario presentar una solicitud a dicho Departamento bajo la categoría de alimentos destinados al consumo humano. Adicionalmente, esta entidad determina si el producto cumple con los requisitos de importación.

### Pescado entero (eviscerado)

No se requiere un permiso del Departamento de Agricultura. Sin embargo, se requiere que el producto cumpla con los requisitos para proporcionar, entre otros, un Certificado Oficial del Gobierno y documentos que certifiquen que todos los bienes de importación, incluso el embalaje, están cubiertos en las condiciones de administración.

## **Mariscos – no pueden ingresar moluscos vivos**

No es requerido un permiso de importación para moluscos como ostiones y choritos, pero estos deben venir sin conchas, debido al riesgo sanitario que representan para Australia.

Documentos adicionales son necesarios para cumplir los requisitos de administración, como una declaración del procesador y una declaración del importador. A continuación se detallan las diferentes declaraciones requeridas, según la importación:

---

<sup>1</sup> <https://bicon.agriculture.gov.au/BiconWeb4.0>

### Fresco refrigerado, sin concha

La declaración del Procesador: certifica que el producto no ha sido adobado y que sólo contiene carne de molusco y no concha.

La declaración del Importador: confirma que los moluscos importados serán destinados al consumo humano y que no serán usados como carnadas, para acuicultura o alimento para animales si estos no son adecuados para el consumo humano.

### Congelado

La declaración del Procesador: confirma que el producto ha sido congelado a una temperatura de -18°C por al menos 7 días.

La declaración del Importador: declara que los moluscos importados son sólo para el consumo humano y que no serán usados como carnadas, para acuicultura o alimento para animales si estos no son adecuados para el consumo humano.

### Otros

La declaración del Procesador: No es requerida.

La declaración del Importador: Declara que los moluscos serán sólo destinados al consumo humano y que no serán usados como carnadas, para acuicultura o alimento para animales si no son adecuados para el consumo humano.

## REQUISITOS DEL ETIQUETADO PARA QUE UN PRODUCTO ENTRE EN AUSTRALIA

El Departamento de Inmigración y Protección Fronteriza administra la Ley de Comercio 1905 (informes del comercio) y las Regulaciones de Comercio 1940 (importación), las que determinan los requisitos de etiquetado para que los productos puedan entrar en Australia.

Los mariscos y pescados para el consumo humano, importados desde Chile a Australia deben cumplir con los siguientes requisitos del etiquetado:

- Escrito en inglés.
- Escrito en letras visibles y legibles.
- Escrito en la etiqueta principal debe estar la marca de los productos, en una posición destacada y que sea marcado en la forma más permanente posible.
- Incluir el nombre del país donde los productos han sido procesados o producidos.
- Incluir una descripción real de los productos.

En el caso de que el producto venga en un formato listo para la venta minorista, las empresas tienen que cumplir con los estándares australianos y neozelandeses de los alimentos, quienes han desarrollado e implementado sistemas uniformes. Estos estándares incluyen los requisitos de legibilidad para los productos empacados y los sin empaque, incluyendo también los requisitos sobre el tamaño de la letra para las advertencias. La posición de la información escrita sobre una etiqueta generalmente no está establecida previamente.

Etiquetado recomendado:

Pescados y productos de pescado deben estar etiquetados con los nombres comunes, definidos por el Criterio Australiano de Nombres de Pescados: <http://seafoodstandards.com.au/fish-names/>

Una declaración sobre el empaque que identifique dónde fue elaborado el alimento.

El país de origen (con la opción de etiquetar con más información sobre su origen regional).

No debe haber reducción de la información de trazabilidad, la que se requiere actualmente en los empaques del pescado y sus productos asociados.

Las principales cadenas de supermercados están intentando tener acceso a la información de consumidores, de manera de poder comunicarse con ellos por si hay un retiro de productos.

Nombres comunes de pescados y mariscos, de acuerdo al Criterio Australiano de Nombres de Pescados:

**Merluza:**

Nombre científico: *Merluccius australis*

Nombre científico: *Merluccius* spp.

Nombre común: Southern Hake o Merluza del Sur

Nombre estándar: MERLUZA

Nombres obsoletos: blue whiting; merluza CAAB  
Código: 37 227002

Nombres obsoletos: Cape hake; Pacific hake; South Atlantic hake

**Ostiones:**

Nombre científico: *Argopecten purpuratus*

Nombre común: Peruvian calico scallop

Nombres obsoletos: Chilean Scallop, Fan Scallop, Peruvian Calico Scallop

**Choritos:**

Nombre científico: *Mytilus chilensis*

Nombre común: Chilean blue mussel

Nombres obsoletos: Chilean mussel

# LA LEGISLACIÓN, REQUISITOS Y CERTIFICACIONES LOCALES

## La legislación y los requisitos locales

Existen sólo algunas certificaciones obligatorias para exportar pescados y mariscos de Chile a Australia, debido a los TLC entre ambos países. Las legislaciones y requisitos locales varían dependiendo del producto, fuentes y nivel de procesamiento, mencionado anteriormente.

A pesar de que cada Estado y/o Territorio australiano tiene su propia legislación, no existen requisitos locales adicionales para los mariscos y los pescados.

En términos de certificación fitosanitaria, Sernapesca no necesita un certificado sanitario específico para el marisco destinado al consumo humano. Para mostrar el cumplimiento del producto con los requisitos del Gobierno Australiano, el productor debe presentar un certificado gubernamental oficial de la autoridad chilena (Sernapesca).

El mercado australiano reconoce la importancia de certificaciones voluntarias y otros esfuerzos independientes para que una empresa mejore sus productos. Asimismo, tener certificaciones independientes que podrían aumentar las ventas y/o generar una mayor lealtad y confianza por parte de los clientes.



**El Análisis de los Riesgos y Aspectos de Control Crítico (HACCP)** es muy reconocido en Australia. Más que una legislación o certificación, es un sistema de gestión que ofrece un enfoque preventivo sobre la seguridad alimentaria y los riesgos biológicos, químicos y físicos durante el proceso de producción. Estos riesgos, pueden producir inseguridad sobre un determinado producto del mar, y por eso el sistema HACCP tiene medidas para reducir estos riesgos a un nivel seguro.

HACCP puede ser usado en todos los aspectos de la industria alimenticia, incluso desde el crecimiento, cosecha, procesamiento, distribución, comercialización y preparación del producto para el consumidor. El uso del sistema HACCP entrega confianza al consumidor y muestra que el proceso de producción es seguro y saludable.

El precio del programa HACCP depende del tamaño de la empresa, el número de productos y la cantidad de visitas requeridas cada año para apoyar en la implementación del programa. Generalmente, un programa HACCP cuesta desde USD\$4.000 a USD\$11.500 para desarrollarlo, más cuotas continuas de mantenimiento.

Para más información, consulte: <http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/HACCP/ucm2006801.htm#app-a>



**La Organización Internacional de la Estándarización (ISO)** es una organización internacional independiente y no gubernamental. Proporciona especificaciones reconocidas por el mundo para productos, servicios y sistemas para poder asegurar calidad, seguridad, eficacia y un servicio ético.

La ISO impone una visita anual y la re-certificación cada 3 años. Esta organización guarda relación con una gama de sectores como la salud y el desarrollo sostenible. Para las empresas, la ISO promueve herramientas estratégicas para reducir los costos y habilidades para minimizar gastos y errores para poder de esta forma aumentar la productividad de la empresa.

La ISO desarrolla los estándares como ISO 9001 y 14001, pero no está involucrado en su certificación ni el procesamiento de certificaciones. Grupos externos hacen las certificaciones y por eso una empresa u organización no puede ser certificada por ISO. Estos estándares pueden ser aplicados a cualquier organización, grande o pequeña como también a cualquier producto, servicio o actividad.

La ISO es bien reconocida en el mercado australiano. Las empresas australianas de mariscos que son importantes usan los estándares ISO y la mayoría de los competidores internacionales usan por lo menos un estándar ISO. Además, los supermercados principales (Coles, Woolworths e IGA) apoyan a los productos con estándares ISO.

Algunos estándares sociales y de seguridad alimentaria que pueden agregar valor a una empresa:

Laboral → Ambiente de trabajo

ISO 13.180 Ergonómicos<sup>2</sup>

ISO 11.160 Primeros auxilios (incluso botiquines, equipo, instalaciones y transporte médico)<sup>3</sup>

ISO 12402-2:2006. Chalecos salvavidas y requisitos de seguridad<sup>4</sup>

Seguridad alimentaria

ISO 22000:2005 Sistemas de gestión de seguridad alimentaria<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> [http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue\\_ics/catalogue\\_ics\\_browse.htm?ICS1=13&ICS2=180&](http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue_ics/catalogue_ics_browse.htm?ICS1=13&ICS2=180&)

<sup>3</sup> [http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue\\_ics/catalogue\\_ics\\_browse.htm?ICS1=11](http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue_ics/catalogue_ics_browse.htm?ICS1=11)

<sup>4</sup> [http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue\\_ics/catalogue\\_detail\\_ics.htm?ics1=13&ics2=340&ics3=70&csnumber=41379](http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue_ics/catalogue_detail_ics.htm?ics1=13&ics2=340&ics3=70&csnumber=41379)

<sup>5</sup> [http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue\\_tc/catalogue\\_detail.htm?csnumber=35466](http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue_tc/catalogue_detail.htm?csnumber=35466)

Los beneficios que tienen los estándares internacionales para la empresa:

Ahorro de gastos - ayudan a optimizar las operaciones teniendo un efecto positivo en el resultado de las empresas.

La satisfacción del cliente aumenta - ayudan a mejorar la calidad de los productos de la empresa, aumentando las ventas y satisfacción del cliente.

Acceso a nuevos mercados - ayudan a disminuir posibles barreras existentes en el comercio permitiendo entrar a diferentes mercados globales.

Aumenta cuota de mercado - ayudan a aumentar la productividad y la ventaja competitiva.

Trae beneficios ecológicos - ayudan a reducir los impactos negativos sobre el medioambiente.

El costo de los estándares de ISO varían. Para más información, consulte: <http://www.iso.org/iso/home.htm>

Certificaciones voluntarias

Generalmente los compradores y los proveedores de mariscos prefieren comprar productos marinos que estén certificados por empresas, demostrando su responsabilidad con el medioambiente y sus políticas de responsabilidad social. Una empresa que tenga certificaciones voluntarias sobre medioambiente, salud o materias sociales, va a tener una mayor ventaja en el mercado australiano debido a la creciente demanda por productos marinos de calidad y elaborados éticamente.

El siguiente listado detalla los sellos que son bien reconocidos en Australia. Como se mencionó anteriormente, estas certificaciones pueden mejorar la posición de una empresa en el mercado, abrir nuevos canales de marketing, pudiendo de esta forma crear una situación más favorable para los productos del mar como merluza, ostiones y choritos de Chile en Australia.

Las certificaciones medioambientales:

Las certificaciones medioambientales son una forma de regulación y de desarrollo ecológico. Una empresa puede elegir voluntariamente si quiere cumplir con los procesos u objetivos predefinidos por el servicio de certificación.



**Marine Stewardship Council (MSC)** es una organización internacional sin fines de lucro establecida para abordar el problema de la pesca insostenible y guardar los suministros de mariscos para el futuro. Esta etiqueta reconoce y premia a las empresas que practican la pesca sostenible y por eso, la etiqueta tiene influencia sobre los consumidores

<sup>6</sup> [http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue\\_tc/catalogue\\_detail.htm?csnumber=60969](http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue_tc/catalogue_detail.htm?csnumber=60969)

de mariscos. El estándar MSC se focaliza principalmente sobre 3 ámbitos principales; el status de las existencias de pescado, el impacto de la empresa pesquera sobre el ecosistema marino y el sistema de gestión de la empresa.

Esta organización está bien reconocida en el mercado australiano e influye en las decisiones de los consumidores. En Australia, algunas pesquerías que tienen la certificación MSC: Mackerel Icefish, HIMI Toothfish, Macquarie Island Toothfish, Spencer Gulf King Prawns, Lakes y Coorong Fisheries, y West Coast Rock Lobster Fishery.

Los costos y el tiempo de ser certificado depende del tipo de producción. Las evaluaciones están hechas por auditores independientes como Conformity Assessment Bodies (CAB), que cobran un precio según su propia estructura de precios. Cada paso clave de la certificación MSC requiere un presupuesto. A veces, hay apoyo financiero disponible para ciertos tipos de productores.

Para más información sobre las exenciones y las excepciones, consulte la siguiente página web: [https://www.msc.org/documents/logo-use/MSC\\_logo\\_licensing\\_system.doc](https://www.msc.org/documents/logo-use/MSC_logo_licensing_system.doc)

Si el productor quiere usar la etiqueta azul de MSC sobre el embalaje, los menús o los materiales de marketing, tiene que pagar cuotas adicionales que se dividen en dos categorías: las cuotas anuales y las regalías.

Las cuotas anuales (£GBP convertido a US\$):

El valor del certificado MSC para mariscos, comprados/ vendidos	Cuota anual
£0 – £130.000 GBP	£160 GBP
US\$0 –US\$186.500	US\$230
£130.001 – £330.000 GBP	£800 GBP
US\$189.501-US\$473.300	US\$1.150
> £330.000 GBP	£1.600 GBP
>US\$473.300	US\$22.950

Regalías: Una regalía escalonada empezando en 0,5% sería cargado sobre las ventas dirigidas a los consumidores excepto para la venta de pescado fresco, sobre los menús o minoristas, donde la tasa de regalía escalonada al 0,5% sería cargada a las compras. A continuación podemos encontrar las tasas de la regalía según donde se encuentre:

Las ventas de productos dirigidos a los consumidores con etiquetas de eco-MSC-	La tasa de regalía
£0 GBP – £10.000.000 GBP  US\$0 – US\$14.341.600	0,5%
£10.000.001 GBP – 20.000.000 GBP  US\$ 14.341.601 – US\$28.683.200	0,45%
£20.000.001 GBP – 30.000.000 GBP  US\$ 28.683.200 - US\$43.024.800	0,4%
£30.000.001 GBP – 40.000.000 GBP  US\$ 43.024.801 – US\$57.366.400	0,35%
£40.000.001 GBP y mayor  US\$ 57.366.401	0,3%



**Best Aquaculture Practices Certification (BAP)** promueve la práctica responsable de la acuicultura y otorga los estándares para las granjas de peces, plantas de alimentos, hatcheries y las plantas de proceso. Esta certificación tiene una duración de un año desde la fecha de auditoria aprobada por BAP. Todos los años las instalaciones recibirán una inspección en terreno y una revisión.

El proceso de la certificación BAP tiene 5 pasos básicos:

1. La empresa/operación consulta los estándares, normas y la ficha para solicitar la certificación.
2. La empresa devuelve la ficha de solicitud a la sede BAP.
3. Cuando la solicitud está aprobada, BAP asigna a la empresa un grupo acreditador.
4. El grupo acreditador inspecciona la empresa.
5. Después de una inspección satisfactoria y correcciones, se otorga la certificación BAP.



\*Nota: después de la certificación inicial, las empresas pagan una cuota de inspección anual y una cuota de programa, que se basa en el volumen de producción. Los valores mínimos y máximos se otorgan según el tipo de empresa. Después de una inspección satisfactoria, las empresas pagan una cuota de programa que se basa en el volumen anual total de mariscos.

Para poder mantener la certificación BAP, se realiza una inspección anual para verificar que están cumpliendo los requisitos preestablecidos.

En relación con el cultivo de choritos → El programa BAP ha aumentado sus normas, los nuevos estándares cubren todos los sistemas de producción para los choritos, incluyendo el cultivo en lecho marino o sobre pilares. También incluye los cultivos suspendidos, como 'long-line' o 'raft-and-rack'. BAP incluye también las variadas especies de choritos: azules, mediterráneos, chilenos, greenshell neozelandeses y verdes asiáticos. Estos estándares han sido desarrollados por un amplio proceso que consideraba las expectativas del mercado, y los elementos BAP ya existentes. Además, este proceso toma en cuenta que los sistemas de producción de choritos son distintos a los sistemas para producir peces o crustáceos, para los cuales hay otros de estándares.

La etiqueta BAP es bien reconocida por los consumidores, la marca está presente sobre varios paquetes de pescado y crustáceos, congelados y elaborados, y también ha sido adoptado por las empresas australianas bien establecidas como Tassal.

Según la página web de BAP, en relación con el mercado chileno, una cantidad considerable de empresas y centros de cultivo han empezado el proceso de certificación<sup>7</sup>.



**Aquaculture Stewardship Council (ASC)** es una organización independiente y sin fines de lucro, con una influencia global que trabaja con productores de acuicultura, procesadores de mariscos, empresas minoristas y de servicios de alimentación, científicos, grupos de conservación y consumidores. Promueve la elección de productos que tienen mejores estándares medioambientales y

sociales para el consumidor.

ASC tiene un sistema de certificación por tercera parte, lo que significa que la certificación de las centros de cultivo y plantas de proceso están realizadas por auditores independientes. Estos certificadores son acreditados y monitoreados por una organización independiente de acreditación, que se llama: Accreditation Services International.

Los dos supermercados más grandes en Australia, Coles y Woolworths, fueron los primeros supermercados que introdujeron los mariscos certificados por ASC en sus pescaderías. Los clientes ya están acostumbrados a la etiqueta ASC y hay una relación de fiabilidad con esta organización<sup>8</sup>.

El costo asociado con la etiqueta ASC<sup>9</sup> sigue la misma estructura de precio que la de MSC. Tiene dos categorías: la cuota anual y las regalías.

---

<sup>7</sup> <http://bap.gaalliance.org/find-certified-facilities/pending-facilities-for-bap-certification/>

<sup>8</sup> <http://www.iasonline.org/>

Cuota anual: la mayoría de los productores paga esta cuota para usar la etiqueta ASC. La cuota se calcula sobre el valor total de los productos certificados por ASC de la compañía en un año.

Regalías: son pagadas por las empresas que usan la etiqueta ASC en sus productos minoristas y los dirigidos a consumidor final, incluyendo la venta directa de pescado fresco y sobre los menús de restaurantes. Se cobra según una tasa escalonada, empezando en un 0,5% del valor de los productos certificados por ASC, vendidos o comprados. Las regalías se cobran sólo una vez por producto durante la cadena de suministro.

Sin cuota: centros de cultivo certificadas, organizaciones no comerciales sin operaciones de servicio de alimentación, la prensa y las instituciones educacionales acreditadas, no tienen que pagar cuotas ni regalías para usar la etiqueta ASC.



**Friend of the Sea (FOS)** es una organización internacional que ofrece la certificación de productos marinos sostenibles tanto para productos de la pesca como de centros de cultivo. Los productos y sus orígenes están controlados por auditores durante un control presencial por los grupos independientes e internacionales de certificación, según los criterios estrictos de FOS.

Para solicitar una certificación de la merluza, rellene la ficha de información preliminar:

<http://www.friendofthesea.org/about-us.asp?ID=35>

Para solicitar una certificación de ostiones o choritos, rellene la ficha de información preliminar:

<http://www.friendofthesea.org/about-us.asp?ID=45>

Esta certificación no es muy conocida en Australia. Sólo algunas empresas son conocidas por tener la etiqueta FOS, como: Spring Bay Seafoods en sus choritos y ostiones de Tasmania y sólo algunos otros importadores la usan.

El costo del control depende de su complejidad. Después de recoger los datos se realiza una cotización. El costo estimado es US\$3.300 para la acuicultura y US\$5.500 para la pesca. Las cuotas de regalías anuales parten en los US\$1.100 y puede subir dependiendo de diferentes elementos como la cantidad de productos certificados, y en qué países la empresa venderá sus productos con la etiqueta FOS.

### Materias sociales

#### **Certificación Fair Trade y Certificación laboral**

No hay certificaciones específicas en la industria de productos del mar, para materias de comercio justo (Fair Trade) y de temas laborales. Sin embargo, un productor puede elegir cumplir con los estándares ISO que se enfocan sobre el bienestar del personal como ISO 13.180, ISO 11.160, ISO 12402-2.

---

<sup>9</sup> <http://www.asc-aqua.org/upload/ASC%20Cost%20Information%202015.pdf>

OHSAS 18001 (Sistemas de salud en el trabajo y la gestión de seguridad) está en proceso de ser un estándar oficial de ISO, 45001:2016<sup>10</sup>. Este nuevo estándar utilizará la estructura, las definiciones y el texto de otras versiones sobre los estándares ambientales y sobre la calidad de los sistemas de gestión, ISO 14001 e ISO 9001.

### **Otras certificaciones:**

#### Certificación orgánica:

Los productos del mar casi nunca tienen una etiqueta orgánica y se encuentran con dificultades para cumplir con estos requisitos por la naturaleza del mismo. La mayoría de los estándares australianos no permiten la certificación de la cosecha de pesca silvestre.

Por su lado, la acuicultura orgánica no es común en Australia pero ha ido aumentando en el mundo. El mercado donde está creciendo más es Europa, especialmente en Francia, Alemania, Gran Bretaña y con un crecimiento más débil en los mercados de EE.UU y en Japón.

Los moluscos bivalvos orgánicos (choritos, almejas, ostras) se alimentan de plancton natural en las zonas de mareas, entonces esta industria no se encuentra con muchas dificultades en los mares limpios.

A pesar de las limitaciones técnicas, se espera que el mercado de acuicultura orgánica siga aumentando. En el caso de los choritos, el competidor principal orgánico es DOM ORGANICS Greenshell Mussels de Nueva Zelanda, que garantiza que todos sus productos sean libres de químicos, conservantes, antibióticos y hormonas.

Actualmente, la certificación orgánica no da un gran valor agregado a los productos de pescado con aleta y mariscos en el mercado australiano. Además, las certificaciones orgánicas son costosas y atraen pocos clientes.

#### Las certificaciones religiosas:

Según las religiones judía e islámica, los creyentes no pueden consumir moluscos bivalvos.

Debido a que la comunidad judía en Australia es bastante pequeña, no se justifica que los pescados tengan la certificación Kosher. En el caso de la población musulmana, si bien está estimada 400.000 personas, producto que la merluza es considerada Halal en si misma, ya que proviene de captura silvestre, no se hace necesaria la certificación Halal a los exportadores de merluza de Chile.

---

<sup>10</sup> <https://www.iso.org/iso-45001-occupational-health-and-safety.html>

## II. El potencial del mercado

### PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO LOCAL

De acuerdo a un estudio del Gobierno de Australia<sup>11</sup>, es posible caracterizar el mercado de productos del mar de acuerdo a los siguientes aspectos:

Los productos pesqueros presentes en Australia provienen tanto de captura silvestre como de acuicultura.

La cantidad de productos de mar (comestible y no comestible) producida en Australia ha permanecido relativamente estable en los últimos 20 años.

A los Australianos les encantan los productos del mar, con tasas de consumo creciente año tras año. Esto es bueno, ya que los peces son una fuente saludable de proteínas y ácidos grasos esenciales, recomendadas como parte importante de una buena dieta. Este aspecto es coherente con los hábitos de consumo saludables que se difunden y se promueven por las autoridades Australianas, dada las altas tasas de obesidad que el país tiene.

Si bien Australia tiene la tercera zona económica exclusiva más grande del mundo, sus aguas no son muy productivas, de acuerdo a estándares mundiales. De hecho, el 66% de todos los pescados y mariscos que se consumen en Australia son de origen importado.

Históricamente, Australia ha sido un importador neto de productos pesqueros en términos de volumen, pero un exportador neto en términos de valor. Las exportaciones Australianas de productos pesqueros están dominadas por productos de alto valor, como la langosta, atún de primera calidad y abalón. Mientras que las importaciones consisten en productos de menor valor, como filetes de pescado congelado y pescado en conserva.

En resumen, la población Australiana está buscando comida saludable y de calidad, con una imagen exótica, elegante y exclusiva. Por esto, es reconocible que merluza Austral, ostiones y choritos de origen chileno son productos aptos para el mercado Australiano porque se orientan a estos criterios. Pero, debido a la sensibilidad de precio y competencia con otros países productores, es importante destacar atributos diferenciadores con buenas campañas de marketing.

### EXPORTACIONES DE CHILE A AUSTRALIA EN 2016

Las exportaciones de Chile a Australia en el año 2016 alcanzaron los US\$ 5,82 millones<sup>12</sup>, montos que esencialmente estuvo representado por 5 productos del mar, como se indica en la tabla a continuación:

---

<sup>11</sup> <http://www.agriculture.gov.au/SiteCollectionDocuments/fisheries/aus-seafood-trade.pdf>

<sup>12</sup> Fuente: Subdepartamento de Información Comercial, DIRECON - ProChile, con cifras del Banco Central de Chile (CIFRAS SUJETAS A CORRECCIÓN DEL VALOR).

## EXPORTACIONES DE CHILE A AUSTRALIA EN EL 2016

SUBSECTOR	CODIGO ARANCELARIO	GLOSA	US\$ FOB
<b>Mejillones (Cholgas, choritos y choros)</b>	16055300	Mejillones (Cholgas, choritos y choros), preparados o conservados	2.429.567
<b>Anchoas</b>	16041610	Anchoas preparadas o conservadas, enteras o en trozos, excepto picadas, en aceite	1.759.034
<b>Centolla y centollón</b>	03061421	Centolla (Lithodes antarcticus), congelada	1.520.010
<b>Jaibas</b>	03061410	Jaibas (Cancer spp., Cancer porteri, Cancer edwardsi, Homalaspis plana, Taliepus dentatus, Cancer setosus, Cancer coronatus, Ovalipes trimaculatus), congeladas	64.604
<b>Jurel</b>	16041911	Jurel preparado o conservado, entero o en trozos, excepto picado, al natural	47.520
<b>TOTAL</b>			<b>5.820.735</b>

De los productos analizados en el presente informe, sólo los mejillones o choritos jugaron un rol importante en la canasta exportadora chilena al mercado australiano.

## IMPORTACIONES DE OSTIONES, MERLUZA Y CHORITOS ENTRE 2014-2016

### Ostiones

Las importaciones de ostiones en Australia en los últimos 3 años se caracterizan por la dominación extensa de los países asiáticos en el mercado, sobre todo China, que representó 58,3% de la cantidad total de productos importados en 2016. Perú es el principal competidor sudamericano, ubicándose en la sexta posición, con un total de 56.660 kg de exportaciones en 2016.

La tabla a continuación muestra el volumen de importación de ostiones a Australia por país de origen:

Australia Estadísticas de Importación								
Artículo: 030729, Vieiras, Incl. Reina Vieiras, De Los Géneros Pecten, Chlamys O Placopecten, Ahumadas, Congeladas, Secas, Saladas O En Salmuera, Incluso Con Cáscara								
Año calendario: 2014 - 2016								
País Socio	Unidad	2014		2015		2016		Precio por KG en 2016
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad	
El Mundo	KG	41,141,864	2,898,753	36,247,570	2,372,133	45,479,620	2,700,419	16.84
China	KG	25,019,965	1,837,136	20,959,309	1,632,032	26,524,794	1,867,619	14.20
Japón	KG	4,925,277	268,334	8,244,022	348,730	7,473,444	246,280	30.35
Estados Unidos	KG	2,271,525	128,855	1,932,877	96,475	4,772,370	215,784	22.12
Canadá	KG	2,703,984	95,780	3,588,488	124,130	3,081,248	102,622	30.03
Tailandia	KG	1,811,069	178,698	1,037,961	129,890	1,433,011	126,820	11.30
Perú	KG	3,196,761	293,333	130,536	11,500	886,239	56,660	15.64
Nueva Caledonia	KG	-	-	-	-	795,886	31,074	25.61
Taiwán	KG	525,789	40,600	172,736	20,000	171,849	9,500	18.09
Vietnam	KG	391,506	34,367	44,631	5,400	107,061	10,840	9.88
Filipinas	KG	-	-	-	-	95,008	24,500	3.88
Hong Kong	KG	16,179	302	84,442	1,796	54,172	1,310	41.35
Malasia	KG	232,492	18,286	10,793	850	44,992	3,960	11.36
Argentina	KG	14,418	1,089	11,918	871	29,174	1,851	15.76
Nueva Zelanda	KG	8,962	294	-	-	6,598	1,200	5.50
Corea Del Sur	KG	-	-	4,288	220	3,774	400	9.44
Irlanda	KG	23,937	1,680	-	-	-	-	-
Singapur	KG	-	-	25,570	240	-	-	-

Source of Data: Australian Bureau of Statistics

## Merluza

La tabla a continuación demuestra el volumen de importación por país, independiente de las diferentes especies de merluza, ambas (Merluza austral y gayi gayi) están incluidas en los datos.

## Choritos

Australia Estadísticas de Importación								
Artículo: 030474, Filetes Congelados De Pescados De Merluzas (Merluccius Spp., Urophycis Spp.)								
Año calendario: 2014 - 2016								
País Socio	Unidad	2014		2015		2016		Precio por KG en 2016
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad	
El Mundo	KG	17,384,066	4,545,859	17,916,094	5,228,801	16,975,989	5,674,153	2.99
Nueva Zelanda	KG	4,961,426	1,665,872	5,484,677	1,887,371	6,303,562	2,793,802	2.26
Namibia	KG	4,388,380	920,097	4,845,232	1,176,263	5,114,778	1,252,702	4.08
Sudáfrica	KG	6,755,209	1,312,921	5,983,570	1,389,724	4,044,756	883,386	4.58
China	KG	812,480	488,410	914,286	401,024	1,105,731	530,730	2.08
Argentina	KG	273,941	121,039	598,168	354,920	316,678	194,873	1.63
España	KG	-	-	-	-	88,484	18,361	4.82
Portugal	KG	1,214	300	3,257	800	1,999	300	6.66
Corea Del Sur	KG	996	180	979	180	-	-	-
Malasia	KG	190,420	37,040	-	-	-	-	-
Mauricio	KG	-	-	85,925	18,520	-	-	-

Source of Data: Australian Bureau of Statistics

Según información de la Aduana Australiana, se registran importaciones de choritos chilenos bajo dos artículos. En primer lugar, podemos ver que en los correspondientes al 030739 compuesto por choritos ahumados, congelados, secos, salados o en salmuera, con o sin concha, Nueva Zelanda es el líder con 94% de la cantidad total importada a Australia en 2016. Chile se encuentra en la segunda posición, sus exportaciones disminuyeron más de 60% desde 2015 a 2016. Sin embargo, la diferencia entre Chile y el resto de los competidores sigue siendo importante.

Australia Estadísticas de Importación								
Artículo: 030739, Mejillones "Mytilus Spp. Perna Spp.", Ahumados, Congelados, Secos, Salados O En Salmuera, Con O Sin Cáscara								
Año calendario: 2014 - 2016								
País Socio	Unidad	2014		2015		2016		Precio por KG en 2016
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad	
El Mundo	KG	8,728,026	1,798,167	7,993,331	1,951,456	8,457,997	2,003,713	4.22
Nueva Zelanda	KG	8,400,294	1,698,853	6,776,332	1,615,877	8,031,840	1,880,342	4.27
Chile	KG	273,888	78,378	1,155,820	318,578	416,392	121,726	3.42
China	KG	5,845	1,511	12,632	450	8,741	805	10.86
Corea Del Sur	KG	2,009	700	6,752	2,475	1,025	840	1.22
Vietnam	KG	37,099	17,916	41,795	14,076	-	-	-
Fidji	KG	7,619	789	-	-	-	-	-
Hong Kong	KG	1,272	20	-	-	-	-	-

Source of Data: Australian Bureau of Statistics

Ahora bien, en el caso de los choritos correspondientes al código 160553, Chile es líder en cuanto importaciones en Australia con un 42% de participación, seguido de cerca por Nueva Zelanda. Podemos ver que Chile aumentó su nivel de importaciones en más que 56% en el último año, logrando alcanzar la primera posición en este producto.

Australia Estadísticas de Importación								
Artículo: 160553, Mejillones								
Año calendario: 2014 - 2016								
País Socio	Unidad	2014		2015		2016		Precio por KG en 2016
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad	
El Mundo	KG	7,230,187	1,258,841	5,739,684	1,238,165	5,458,777	1,326,244	4.12
Chile	KG	1,302,622	356,968	1,451,368	403,850	2,275,557	681,453	3.34
Nueva Zelanda	KG	2,913,331	525,100	2,492,191	532,215	2,113,201	459,616	4.60
China	KG	2,290,316	299,467	1,760,061	297,320	881,751	154,683	5.70
Alemania	KG	442,529	49,431	-	-	59,262	9,750	6.08
Vietnam	KG	-	-	-	-	46,074	11,980	3.85
Australia	KG	-	-	-	-	38,617	4,961	7.78
España	KG	43,199	4,649	31,640	4,186	34,704	2,577	13.47
Taiwán	KG	-	-	-	-	9,610	1,224	7.85
Reino Unido	KG	3,377	476	3,319	476	-	-	-
Italia	KG	6,537	543	-	-	-	-	-
Corea Del Sur	KG	209,934	20,400	-	-	-	-	-
Portugal	KG	-	-	1,105	118	-	-	-
Fidji	KG	9,751	750	-	-	-	-	-
Francia	KG	8,591	1,058	-	-	-	-	-

Source of Data: Australian Bureau of Statistics

# III. Las cadenas de distribución y los principales participantes en el mercado

## LOS PARTICIPANTES PRINCIPALES POR CADA CADENA



**Simplot Australia (Holdings) Pty Limited** es uno de los proveedores más grandes del mercado australiano. Tiene más de 300 productos en su gama de Foodservice, que incluye la comida para cóctel, bocadillos, componentes para los platos principales y productos marinos. Simplot Foodservice tiene relaciones directas con mayoristas, quienes proporcionan una red de distribución para su gama de productos. El negocio Simplot produce y vende productos congelados, enlatados y horneados, incluso una gama de productos marinos.

Simplot participa en la industria del procesamiento de mariscos a través de su marca Birds Eye, que elabora productos en base a pescado congelado y refrigerado. Estos productos se venden a los supermercados y a los establecimientos del servicio de alimentación, incluso restaurantes, hoteles, cafés y hospitales. El procesamiento de los mariscos significa una parte pequeña de los ingresos totales de la empresa. Simplot Australia ha reorganizado sus operaciones enfocándose en el crecimiento de sus márgenes, en lugar de crecimiento por volumen, reduciendo significativamente sus distintas líneas de productos.

Su marca, Captain's Catch, incluye una gran variedad de productos marinos con valor añadido. Esta marca ha tenido éxito en pubs, clubes, restaurantes y en grandes cocinas institucionales.

Procesamiento de mariscos en Australia → Cuota de mercado: 12,6%, Marcas: Birds Eye



**A Raptis & Sons Pty Ltd** es una empresa australiana que genera la mayoría de sus ingresos a través de la pesca, el procesamiento de mariscos, la venta al por mayor de pescado y recientemente, la acuicultura. Raptis tiene una proporción de mariscos de la zona del Golfo de Carpentaria del Estado del Territorio del Norte, Queensland & Australia Meridional. La empresa procesa sus propios productos tanto para venta al por menor y mayor, así como los productos para otras empresas. La empresa es un proveedor importante de mariscos para mayoristas, tiendas de mariscos y las principales cadenas de supermercados en Queensland.

Procesamiento de mariscos en Australia → Cuota del mercado: 3,0%

Pesca en Australia → Cuota del mercado: 2,1%





**Safcol Australia Pty Ltd** es una empresa australiana que es de propiedad extranjera. Genera la mayoría de sus ingresos a través de la pesca, procesamiento, comercialización y distribución de mariscos. La empresa elabora productos enlatados y empacados de atún y salmón, incluso una gama de productos con etiquetas especializadas para los supermercados principales de Australia.

Procesamiento de mariscos en Australia → Cuota del mercado: 2,5%



**Sydney Fish Market Pty Ltd (SFM)** es una empresa que es de propiedad privada, establecida en 1994. La empresa es la que posee la mayor participación del mercado australiano y las fuentes de sus productos son nacionales y del extranjero, teniendo un comercio de más de 14.500 toneladas de mariscos por año. La empresa también tiene Sydney Seafood School, que enseña a los chefs la preparación de productos del mar. Desde el principio, el SFM se ha diversificado y ahora tiene seis tiendas de mariscos, una tienda de licores, un mercado de frutas y verduras, una panadería, un bar de sushi, una variedad de restaurantes, una fiambrería y una tienda de regalos.

La operación principal de SFM es a través de las ventas por subastas.

Venta al por mayor de pescado y mariscos en Australia → Cuota del mercado: 2,7%



**Red Chamber Australia** es un afiliado de Seafood Importers Association of Australia Inc. y la empresa importa y exporta mariscos congelados. El negocio consigue pescado, calamares, medusas, pulpos, ostiones, camarones y sus derivados, desde China, Japón, Argentina, Arabia Saudita, Tailandia y Vietnam. Red Chamber es un vendedor minorista de mariscos y de pescado, y está involucrado en el servicio de alimentos general.



**Bidvest** es un distribuidor mayorista para el servicio de los alimentos, que incluye productos refrigerados y alimentos congelados (incluso mariscos). Tiene todas las principales marcas así como también su propia gama de etiquetas privadas, que son productos personalizados para los distintos clientes de la industria de alimentos, que incluye a pubs, hoteles, restaurantes, cafés, hospitales y centros turísticos.

De Costi proporciona una amplia gama de productos marinos y de pescado con aleta a los principales supermercados de Australia (Woolworths y Coles). Sus productos incluyen mariscos pre-empacados, refrigerados y congelados.

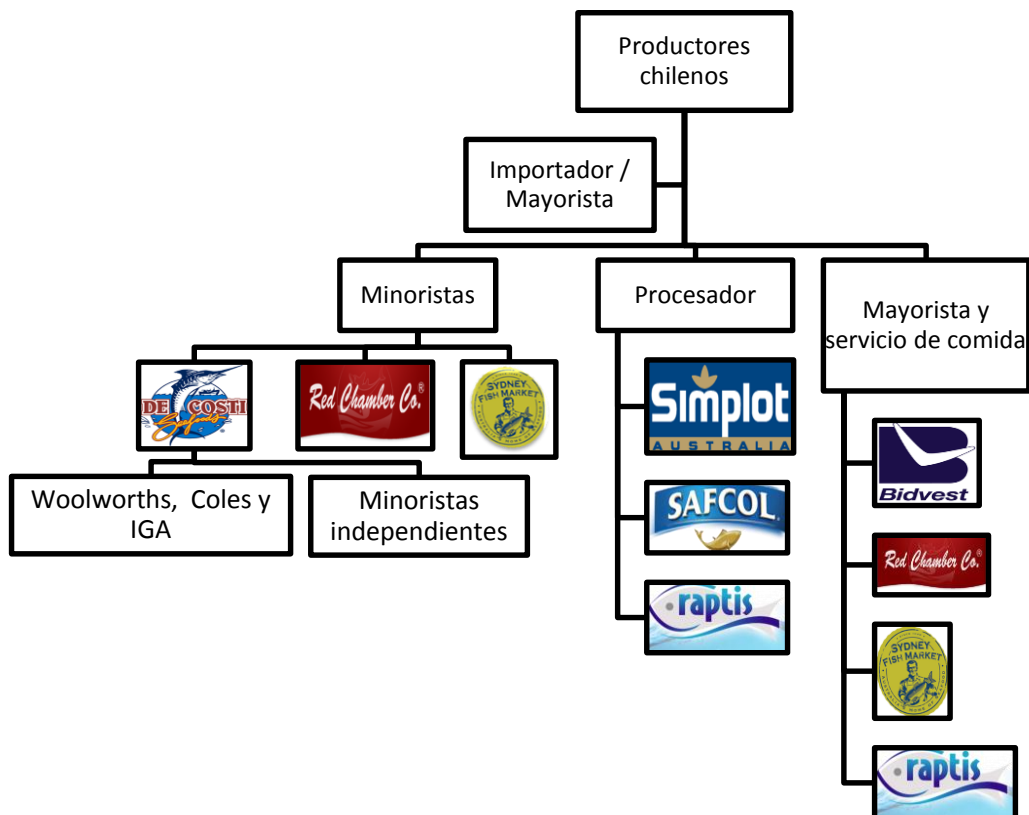


## ACCESO AL MERCADO

En el mercado australiano hay tres cadenas que tienen la mayoría del comercio, es por ello que los productores chilenos para poder ingresar a este mercado, deben estar en contacto con un importador o distribuidor que ya esté posicionado en este mercado, ya que poseen los contactos y el conocimiento, lo que termina resultando en mayores beneficios y en una estrategia más eficaz.

Además, los exportadores chilenos tienen que tomar en cuenta que hay estándares y certificaciones requeridas por las cadenas de supermercados. También es importante entender que hay un aumento de políticas sostenibles impuestas sobre los proveedores extranjeros, y que hay una demanda específica para el empaquetado funcional y ecológico.

Organigrama de cadenas seleccionadas



## POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO EN CADA CADENA ELEGIDA

### **Merluza:**

Existe una importante diferencia de precios entre *Merluccius australis* y *Merluccius gayi gayi*. *Merluccius australis* chilena compite directamente con el mismo producto proveniente de Nueva Zelanda y otros pescados que tienen un alto precio, como el salmón y el atún Yellowfin. También, la *Merluccius paradoxus* o merluza del mar sudatlántico de Sudáfrica compite directamente.

*Merluccius gayi gayi* es un producto más económico, consumido principalmente por personas de un menor poder adquisitivo, por lo que es considerado como un producto de consumo masivo. *Merluccius gayi gayi* chilena compite con otro pescado más económico como Basa y Merluza de cola de Nueva Zelanda.

### **Choritos:**

Los choritos *Perna canaliculus* de Greenshell™ tienen la primera posición en el mercado australiano con un gran posicionamiento de marketing y precios competitivos. Los choritos de Chile, que tienen un precio y una calidad similar, compiten directamente con los choritos Greenshell™. Los choritos de Australia también compiten con los de Chile, pero en una menor escala.

### **Ostiones:**

Actualmente, Chile no exporta ostiones a Australia y por ende no es un país productor competitivo en términos de precios para este mercado.

## LA ESTRATEGIA DE PRECIOS

La industria del procesamiento de mariscos se ha enfrentado a difíciles situaciones durante la primera mitad de los últimos 5 años. Cada vez más la industria es más dependiente de los mercados exportadores. El crecimiento de los precios en el mercado doméstico ha sido débil debido a las masivas importaciones. Los consumidores están buscando productos más económicos pero siempre enfocándose en la calidad.

### **Ostiones:**

En el mercado australiano, los precios de los ostiones van desde US\$17,00 a US\$41,85 por Kg, según su calidad y si tienen coral o no. Los ostiones están considerados como un producto lujoso y dependiendo de su tamaño, los precios por Kg pueden llegar a ser muy altos.

Un resumen breve de precios por venta minorista, establecidos por los exportadores que compiten en este mercado (los precios dados aquí son referencias, no son precios oficiales de exportaciones y son en US\$):

- Carne fresca de ostiones, con coral= \$40,00 por Kg
- Ostiones japoneses, con coral= \$20,00 por Kg
- Ostiones del Estado de Victoria, Australia, con coral, congelados= \$35,00 por Kg
- Ostiones canadienses del mar, crudos y congelados= \$31,00 por Kg

- Carne de ostiones King 30/40 con coral= \$31,00 por Kg

#### **Choritos:**

Los choritos son percibidos como productos populares. En el mercado australiano los precios varían de US\$3,86 para los choritos estándar australianos y frescos, a US\$10,81 para los choritos negros premium en concha. Los precios van a depender de la especie, calidad y el nivel de procesamiento que tenga.

Un resumen breve de los precios por venta minorista, establecidos por exportadores en competencia (los precios dados aquí son referencias, no son precios oficiales de exportaciones y son en US\$):

- Choritos de Spring Bay, grandes de Tasmania = \$6,62 por Kg
- Choritos frescos del Estado de Victoria= \$5,40 por Kg
- Carne de chorito Greenlip de Nueva Zelanda= \$7,72 por Kg
- Choritos negros en concha, blanqueados, listos para cocinar= \$8,81 por Kg

#### **Merluza:**

El rango de precios para la merluza es considerado mediano-alto (dependiendo del tipo de merluza). Los precios varían según la calidad del producto, el nivel de procesamiento y la especie. Los precios más altos generalmente son para especies que tienen una carne de mejor calidad, donde va a ser relevante su textura, sabor, color y su perfil lipídico. La merluza Austral es más costosa que la Merluza gayi. Existe una gran demanda por la merluza más económica existiendo una alta competencia en el mercado.

Los productos que tienen los precios más altos del mercado son los que tienen menor procesamiento, como los filetes congelados. Normalmente no existe la merluza como pescado entero, debido a que posee una apariencia poco agradable y no lograría atraer consumidores. A menudo se vende como filetes sin piel y deshuesado y a veces como troncos (sin cabeza), chuletas o filete.

El precio de la especies más caras de merluza varían entre \$US 11,28 y US\$16,92, y las especies de merluza más económicas van desde US\$1,00 a US\$8,00.

Un resumen breve de precios en la venta minorista, establecidos por exportadores competidores (los precios dados aquí son de referencia, no precios oficiales de exportaciones y son en US\$):

- *Merluccius spp. chilena* = \$4,09 por Kg
- Merluza *Merluccius australis* de Chile, entero, congelado = \$4,65 por Kg
- Merluza *Merluccius australis* de Nueva Zelanda = \$ 8,20 por Kg
- *Merluccius gayi gayi* de Chile = \$ 1,54 por Kg

## **POLÍTICAS DE PROVEEDORES Y DE MARCAS:**

No hay políticas específicas de proveedores o de marcas para merluza, ostiones y choritos.

Sin embargo, la mayoría de los consumidores prefieren comprar productos con empaquetados ecológicos de cartón o con menor plástico. Además, los australianos buscan consumir productos más saludables y de calidad, sin dejar de ser sensibles al precio. Por eso, es recomendable que los proveedores señalen sus certificaciones y detallen el valor nutricional del producto en el paquete.

Dado el auge de los programas de cocina y Chefs, es recomendable agregar una receta de sugerencia en el envase cuando el producto va orientado a consumidor final, elemento que ayuda a aumentar las ventas, junto a consejos de cómo preparar el producto. En la imagen a continuación podemos ver un ejemplo:



El salmón atlántico de Tasmania, vendido por el supermercado Coles, tiene un sobre que contiene los ingredientes de la receta: corteza de limón, ajo y hierbas, y la receta al reverso del paquete.

## IV. El consumidor / el comprador

### LAS CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

Según las Naciones Unidas, 89,4% de la población australiana vive en una zona urbana, además entre los años 2010 y 2015 tuvieron una tasa de crecimiento demográfico anual promedio de 1,6%<sup>13</sup>. El PIB per cápita fue de \$US51.181 en 2015<sup>14</sup> y la población australiana se compone principalmente de adultos jóvenes. Sólo un 20,5% de la población tiene una edad de más de 60 años. Generalmente las familias están compuestas de 2 niños y 56,7% tienen educación superior. En resumen, los australianos tienen una población relativamente joven, viven en ciudades grandes con pocos niños y tienen un nivel de educación alto.

La imagen del producto es muy importante, especialmente el tamaño, colores y forma, teniendo gran influencia en el comportamiento de compra de los consumidores australianos, los cuales se ven atraídos a los productos que parecen sofisticados y elegantes. También, buscan comida multicultural con ingredientes exóticos y recetas incluidas. Por lo tanto, para atraer a los consumidores, las empresas deben evitar el uso de colores brillantes sobre los paquetes, y enfocarse sobre imágenes naturales y colores más neutrales.

Los australianos buscan comprar productos de mayor calidad al menor precio posible, les gusta tener muchas opciones de productos y marcas. Frecuentemente comparan la calidad, tamaño, color y empaquetado entre los diferentes productos para finalmente realizar la compra.

<sup>13</sup> <http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=AUSTRALIA>

<sup>14</sup> International Monetary Fund

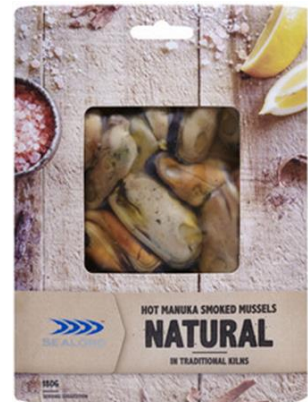
# LA INFLUENCIA DE LAS TENDENCIAS EN LA DECISIÓN DE COMPRA

Como se mencionó anteriormente, la apariencia física de los productos, en particular sus colores y tamaño, influyen directamente en los consumidores australianos.

Las certificaciones ecológicas cumplen un rol fundamental en el proceso de decisión de compra e influyen en cómo los consumidores australianos eligen y usan un producto. Además, los cupones, ofertas y promociones atraen al consumidor y pueden llegar a cerrar la compra.

Además, los consumidores prefieren comprar productos que tienen un empaquetado ecológico y que se ven influidos por la información nutricional sobre el producto.

Los paquetes distintos, modernos y elegantes tienen una gran influencia sobre los consumidores, incluso los colores; por ejemplo es recomendable evitar el color rojo y otros que son brillantes. También es popular utilizar imágenes de verduras y hierbas junto con una imagen clara del producto, con el fin de demostrar que el producto es saludable. En la imagen vemos un ejemplo de unos choritos bien empaquetados en el mercado australiano.



## V. Comparación del mercado

### MARCAS PRINCIPALES DEL MERCADO

Australia importa un 70% de productos del mar, provenientes principalmente de Nueva Zelanda y países asiáticos. La mayoría de los productos marinos se compran en tiendas y mercados, pero actualmente el internet está siendo muy utilizado para promover ofertas, vender y poder mantenerse en contacto con los consumidores.

Listado de las principales marcas del mercado australiano, nacionales y extranjeras:

#### **Choritos**

Talley's Group Limited de Nueva Zelanda

La marca Talley ofrece una gran selección de mariscos sostenibles y de alta calidad. La empresa comprende las operaciones de dos grupos, Amaltal & Talley's Group. Las operaciones de Amaltal están enfocadas en una flota de buques de pesca de alta mar que proporciona productos superiores como Frozen At Sea. Por otro lado, las operaciones de pesca de Talley están enfocadas en una flota costera de pesca de Nueva Zelanda. Todos los

productos de Talley's Group Ltd se pueden encontrar en los supermercados Coles, Woolworths, IGA y otras tiendas y mercados.

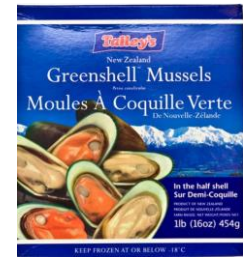
Los choritos *Perna canaliculus* Greenshell™ se encuentran únicamente en el mar neozelandés. Talley's tiene granjas piscícolas de choritos Greenshell™ en Marlborough Sounds en South Island, donde crecen por líneas colgadas desde cuerdas posicionadas arriba del lecho marino.

Talley ofrece choritos de concha IQF (congelados individualmente en media concha). Tamaño 800g, 1kg, 2lbs o cajas de 12kg según las especificaciones del cliente.

Adobados: Choritos con adobo para preparar un plato listo para servir. Los choritos vienen con cuatro sabores de adobo: original, ajo, ají y limón. Empaquetado en botes plásticos de tamaño 375g, 2kg y 4kg.



Media concha: Diseñado para el uso individual. Tamaño de 450g, 800g, 1kg, 2lbs o cajas de 12kg según las especificaciones del cliente.



La carne: Congelado en capas, diseñado para los mercados de servicio y reprocesamiento. Hay dos categorías de carne y el producto está empaquetado convenientemente. Está compuesto de cuatro capas de 2,5kg cada una, conformando un total de 10kg por paquete o según las especificaciones del cliente.

La carne - trozos individuales: Congelado individualmente. Una elección popular para el mercado de servicio de comida y de reprocesamiento. El producto está empaquetado en 1kg o una caja a granel de 12kg, o según las especificaciones del cliente.



Otros productos de choritos son empaquetados en un paquete a granel de 10kg o según las especificaciones del cliente.

Sealord, de Nueva Zelanda es una de las empresas más grandes de productos marinos. Sealord Group tiene tres unidades comerciales: Sealord Fishing, Sealord Consumer y Sealord Investments. Sealord ofrece sólo 2 productos de choritos (US\$6,33 cada uno), vienen listos para servir y se pueden encontrar en los supermercados Coles, Woolworths e IGA.



Choritos ahumados naturales, 180g



Choritos ahumados con ajo, 180g



Kono es una empresa neozelandesa que tiene varias granjas de choritos y que exporta una amplia gama de productos a Australia. Los choritos Greenshell™ de Kono tienen certificación orgánica y vienen en media concha. Este producto es considerado de alta calidad y se sirve en restaurantes costosos. También se encuentran productos de choritos en media concha para el consumo individual en tiendas orgánicas y especializadas.



Las granjas de choritos en Australia → Se estima que hay unas 23 granjas activas de choritos en la costa sur de Australia. Los productores de choritos australianos cultivan la especie

*Mytilus galloprovincialis* o choritos azules o negros que son originarios de Australia. Se encuentran los choritos azules australianos en forma suelta, vivos sobre hielo, vivos en bolsas, choritos pre empaquetados o carne de choritos adobados. Se ofrecen estos productos en las tiendas locales de pescado.

A continuación vemos imágenes de choritos australianos negros y azules en sus respectivos paquetes:





## Ostiones

En el mercado australiano se consumen ostiones con y sin coral.



Con coral



Sin coral



Los ostiones en media concha son muy populares en Australia y se venden individualmente por aproximadamente US\$1,00 cada uno.

Talley's Group Limited de Nueva Zelanda. La marca Talley exporta ostiones neozelandeses a Australia. Los ostiones son de la familia de especies Pectinidae y son congelados en capas. Los ostiones neozelandeses provienen de Tasman Bay, Golden Bay y Marlborough Sounds. Se empaquetan para el servicio de comida o el reprocesamiento, en paquetes de cuatro capas de 2,5kg cada capa en una caja de 10kg en total. Como alternativa, el producto está disponible en paquetes de 500gr o 1kg para la venta minorista, o según especificaciones del cliente.

Media concha con coral

Ostiones congelados con coral para los mercados del servicio de comida o de reprocesamiento



Ocean Chef → una empresa australiana que se especializa en mariscos ya cocinados y preparados. Ofrece ostiones sin coral; tamaño del paquete 425g (US\$14,00) y tamaño de porción de 106g.



Ostiones de Tasmania (*Pecten fumatus* scallops). Las principales empresas venden los ostiones enteros y congelados en el mercado australiano son:

- **Allan Barnett Fishing CoOperating**
- **Morgan's The Fish & Prawn Specialists**
- **A.R.(Tony) Garth Fish Processor P/L.**

### **Merluza**

Como se detalla en la Capitulo 5.3 (El posicionamiento del producto en cada cadena elegida), hay una diferencia de precios importante entre las distintas especies de merluza.

La mayoría de la merluza del mercado australiano como la merluza de cola o merluza gayi gayi tiene público objetivo a persona de ingresos medios, y se ofrece como un pescado no exclusivo que puede ser consumido por familias, se encontrado en restaurantes de productos marinos genéricos y en los populares 'fish and chips' (pescado y papas fritas).

Estos productos económicos se pueden comprar refrigerados, congelados, en filete y apanados. Hay una gran competencia en este mercado e involucra a grandes empresas como Sealord, Birds Eye y Talley's Group Limited.

Un producto económico de merluza apanada con un precio estimado de US\$12,00.



Los productos costosos de merluza son considerados exclusivos y refinados, y la mayoría se vende como filete refrigerado o congelado para el consumo individual. Las tiendas y mercados de pescado compran este tipo de merluza, así como restaurantes exclusivos que los compran enteros y eviscerados.

El mercado australiano de Merluza australis no tiene un actor principal y está restringido para importaciones pequeñas. Este mercado genera productos de menor volumen que otras especies de merluza, pero tiene ingresos mayores debido a sus precios más altos.

Ejemplo de una Merluza Australis, congelada y eviscerada. Este producto es típicamente comprado por los restaurantes por un precio estimado US\$17,00 por kg.



## DIFERENCIACIÓN RESPECTO A OTROS PRODUCTOS DEL MERCADO

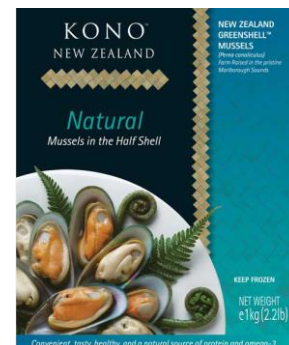
No existen aspectos de diferenciación respecto a otros productos del mercado, salvo, las certificaciones y formato de los paquetes, que se mencionaron en los capítulos anteriores.

## CAMPAÑAS DE MARKETING DE LOS COMPETIDORES O PRODUCTORES/INDUSTRIA LOCAL

Los productos de la merluza australis, de ostiones y de choritos no tienen campañas de publicidad específicas ni promociones para ser difundidos en Australia.

Por ejemplo, la empresa Kono de Nueva Zelanda, que se especializa en los choritos Greenshell™ de alta calidad, no tiene campañas específicas en puntos de venta en Australia.

Su campaña actual en Australia (imagen adjacente) tiene lugar en las revistas especializadas de cocina y por internet. La marca Kono destaca lo natural y auténtico, subraya la cultura y la tradición Maorí, mostrando una imagen de calidad y exclusividad. Los beneficios de salud de los choritos también se destacan para atraer clientes.



## VI. Opinión de un actor relevante en el mercado y recomendaciones

A continuación podemos ver una opinión de un actor relevante en la industria de mariscos, donde comenta sobre la importancia de comercializar productos chilenos en Australia:

*“No existe un conocimiento de las características de los productos del mar chileno. Es necesario hacer una campaña de promoción que destaque las prácticas productivas y de sustentabilidad de este.”*

Para ser exitoso en el mercado australiano con los productos de merluza, ostiones y choritos, los productores chilenos tienen que seguir las reglas establecidas tanto del gobierno australiano como de Sernapesca. Estas reglas incluyen regulaciones fitosanitarias, el empaquetamiento, la trazabilidad y que sean comprobable. Si los

productos chilenos no cumplen con estos requerimientos, sus productos no podrán entrar a Australia. El uso de personal especializado y de operadores con experiencia, facilitará el trabajo de los productores y brindará el conocimiento necesario para realizar los deberes con éxito.

El cumplimiento de otro tipo de certificaciones es bastante importante en el mercado australiano de mariscos y pescados, especialmente los que guardan relación con materias ecológicas. Todos los competidores del mercado tienen mínimo una certificación ecológica que asegura que sus productos cumplen con los objetivos del desarrollo sustentable.

Además, es recomendable que los productores sigan por lo menos un sistema de gestión, como HACCP. Como se mencionó anteriormente tener certificaciones religiosas para la merluza, los ostiones y los choritos no son relevantes, y las certificaciones orgánicas no dan valor a los productos al tiempo que sus procesos de auditoria no son conocidos claramente para productos del mar. Como estas certificaciones son costosas, los productores tienen que estar bien preparados financieramente para empezar el proceso y cumplir con los requisitos necesarios que se le piden a la empresa o al centro de cultivo.

ProChile recomienda que los productores chilenos entren al mercado australiano a través de los mayoristas que ya estén bien establecidos en el país. También, se recomienda que los productores chilenos se enfoquen en la calidad más que en la cantidad de productos, para poder ingresar al mercado de exclusividad y lujo. Debido al gran desafío que significa vender a través de los supermercados (Coles, Woolworths e IGA), es mejor distribuir los productos a través de tiendas pequeñas, mercados especializados y restaurantes.

En este momento existe una baja importación de productos del mar en Australia si se compara con otros países importadores, pero es un mercado que está creciendo, como se observa nuestra excelente posición como proveedores de choritos congelados. La demanda por estos productos está aumentando y los clientes están buscando productos de calidad, saludables, sin dejar de ser sensibles al precio. Australia es una buena oportunidad para los productores chilenos, no sólo por la situación arancelaria como resultado de los Tratados de Libre Comercio, sino también por la demanda por comida exótica y de calidad. En la situación actual no existen muchos competidores que ofrezcan productos refinados, de alta calidad y lujosos de merluza, ostiones o choritos.

Los productores chilenos tienen que tomar en cuenta que la estética de los productos es muy importante en este mercado. Donde, además de la calidad del producto en si deben venir empacados de manera elegante, amigable con el medio ambiente de manera de ser atractivos al consumidor final. Es relevante además, entregar información sobre el producto, incluyendo una imagen que refleje la naturaleza, fresca y calidad.

## VII. Fuentes de información relevante

Australian Food Standards Code → <http://www.foodstandards.gov.au/Pages/default.aspx>

Australian Taxation Office → <http://www.ato.gov.au/>

Department of Agriculture, Fisheries and Forestry → <http://www.agriculture.gov.au/>

Australian Customs and Border Protection Service → <http://www.customs.gov.au/>

Australian Bureau of Statistics → <http://www.abs.gov.au/>

Australian Department of Immigration and Border Protection Service →  
<https://www.border.gov.au/Busi/Tari/Curr>

Australian Department of Agriculture and Water Resources → <http://www.agriculture.gov.au/import/online-services/bicon>

Sernapesca → <https://www.sernapesca.cl/>

**Sitios que requieren cuenta privada:**

IBIS World → <http://www.ibisworld.com.au/>

Seafood Importers Association of Australia → [www.seafoodimporters.com.au/](http://www.seafoodimporters.com.au/)

Master fisher Merchants Association of Australia → <http://www.mfma.com.au/>

Global Trade Atlas → <https://www.gtis.com/gta/>

