



**ENEXPRO**

**CENTOLLA Y CENTOLLÓN**  
MERCADO INTERNACIONAL  
ESTUDIO ENEXPRO



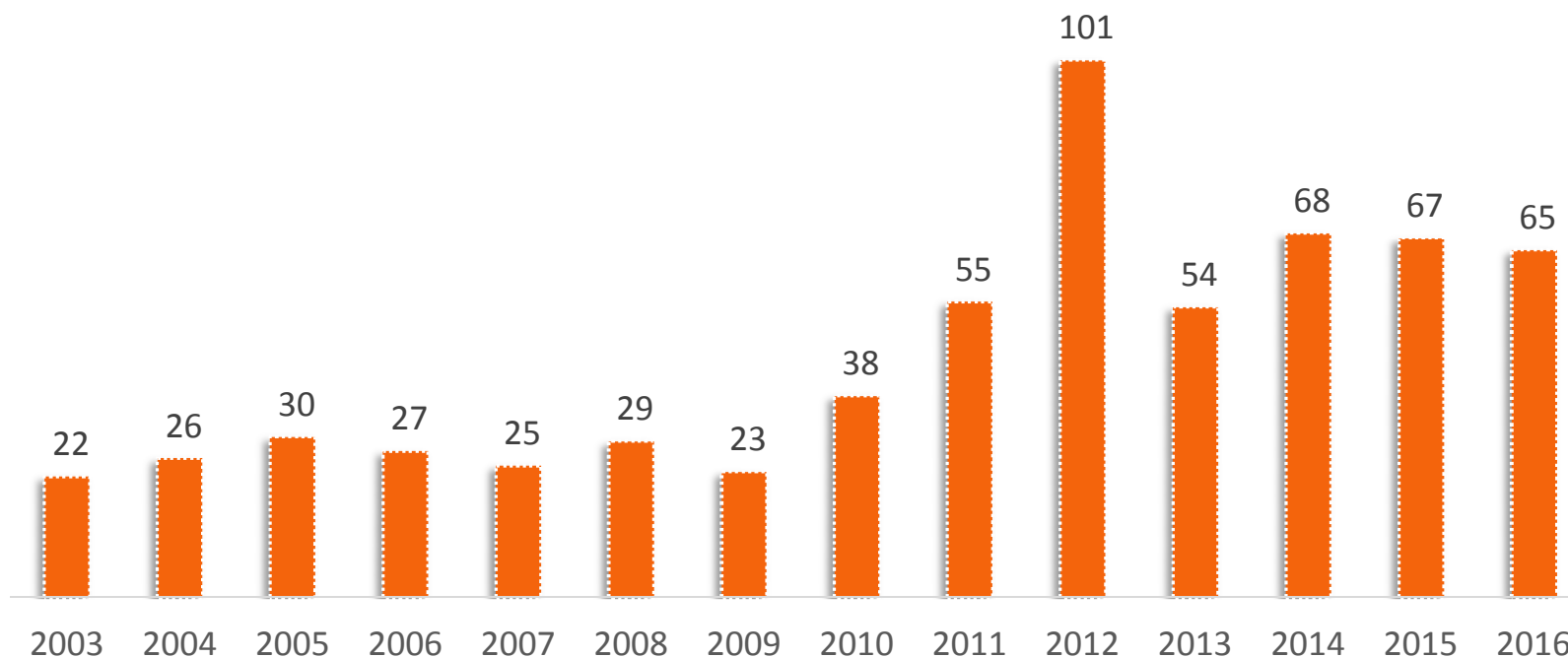
INFORMACIÓN COMERCIAL  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS  
DIRECON-PROCHILE  
2017

## Centolla y Centollón Exportaciones Chilenas en 2016 (US\$ Millones)

Los envíos de centolla y centollón totalizaron en el último año US\$65 millones, llegando a 25 mercados. El principal destino fue China con un 55% del total exportado. A continuación se ubicaron Estados Unidos, Taiwán y Bélgica.

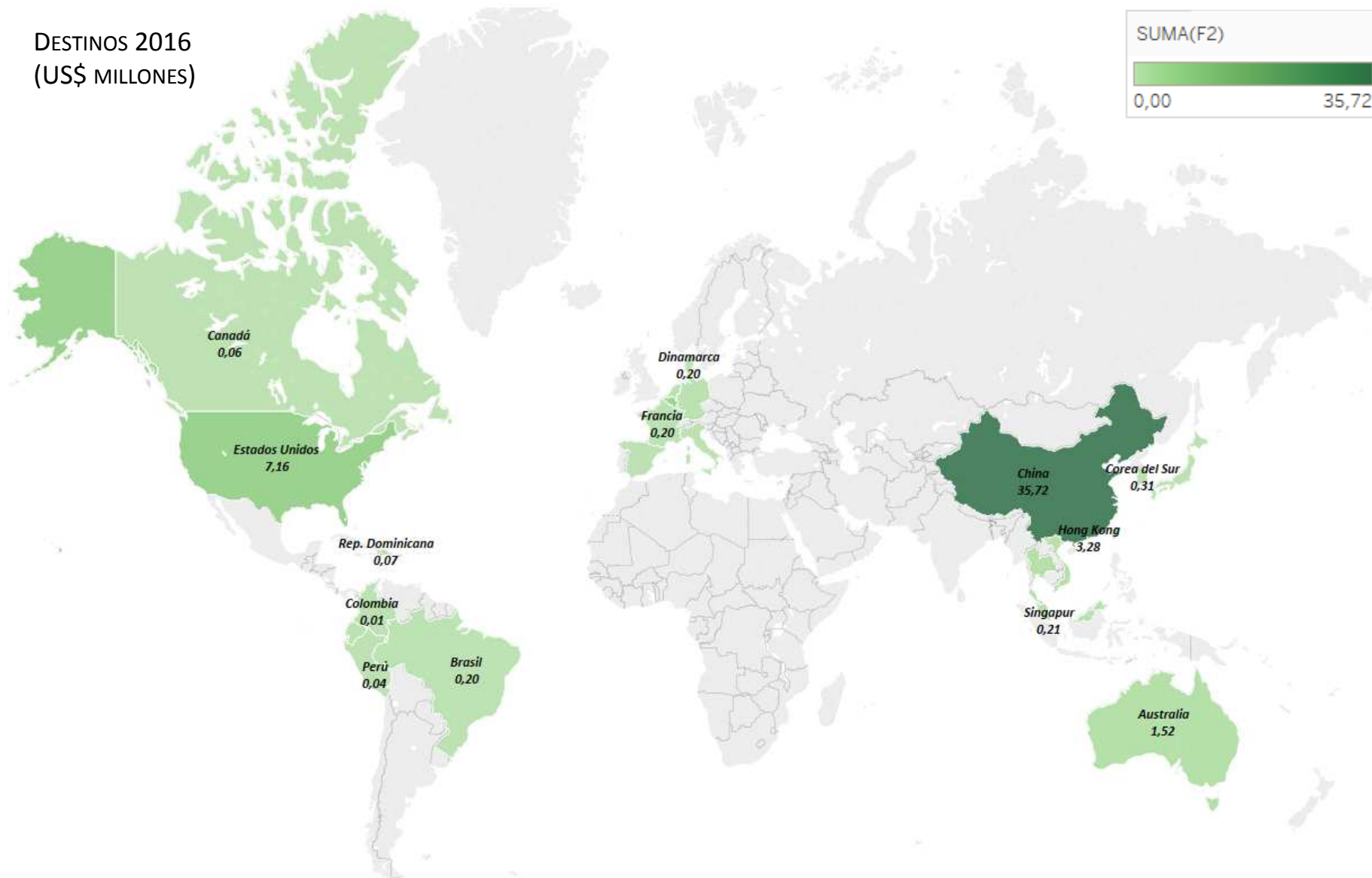
**36** Exportadoras  
en 2016

US\$ MM



# Centolla y Centollón Exportaciones Chilenas en 2016

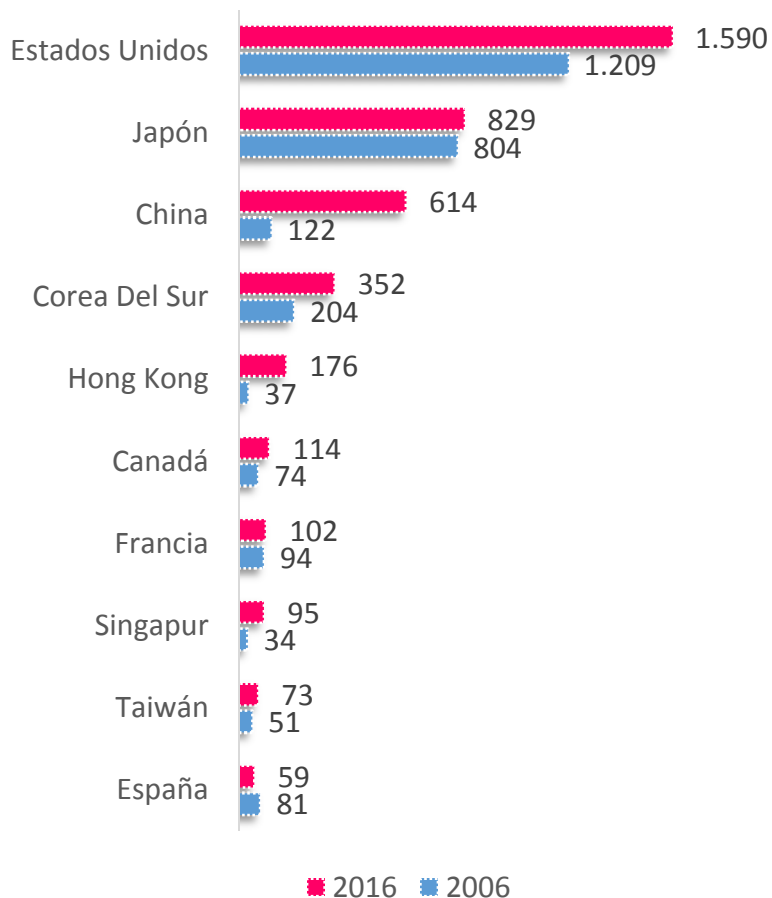
DESTINOS 2016  
(US\$ MILLONES)



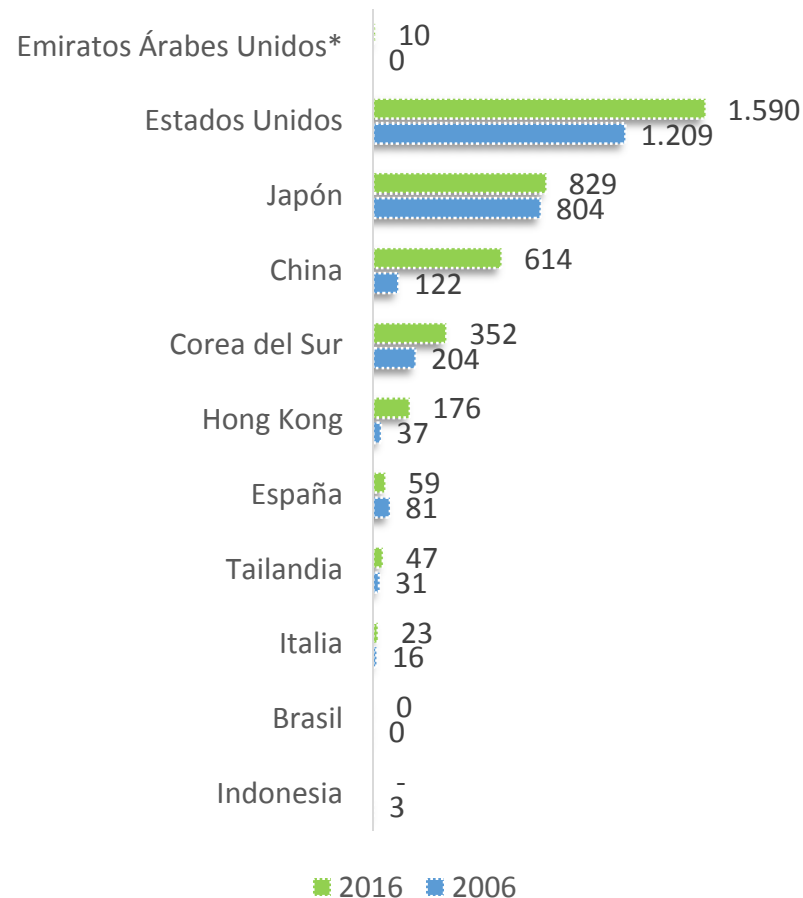
Fuente: Información Comercial, Departamento Estudios, DIRECON-ProChile, con cifras del Banco Central de Chile.

# Centolla y Centollón Importaciones Mundiales

## 10 PRINCIPALES IMPORTADORES (US\$ MILLONES)



## IMPORTADORES ENEXPRO (US\$ MILLONES)



(\*): Último dato disponible corresponde al año 2015..

# Centolla y Centollón

## Aranceles de Importación

### Centollas congeladas

País Importador	Arancel Promedio para Chile <sup>(1)</sup>	Arancel Promedio para Terceros Países <sup>(2)</sup>
Emiratos Árabes Unidos	0%	0%
Estados Unidos	0%	0% - 7,5%
Japón	6%	6%
China	0%	10%
Corea del Sur	0%	14% - 20%
Hong Kong	0%	0%
España	0%	7,5% - 8%
Tailandia	20%	20%
Italia	0%	7,5% - 8%
Brasil	0%	10%
Indonesia	5%	5%

-Fuente: Información Comercial, Departamento Estudios, DIRECON-ProChile, con aranceles del Market Access Map y Trade Wizards.

(1) El **Arancel Promedio Aplicado a Chile**, corresponde al impuesto preferencial que se otorga a Chile a través del Tratado de Libre Comercio existente con el país importador

(2) El **Arancel Promedio Aplicado a terceros países**, es un impuesto de importación que se aplica en el país de destino a los países que NO tienen Tratados de Libre Comercio

# Centolla y Centollón

## Aranceles de Importación

### Centollones congelados

País Importador	Arancel Promedio para Chile <sup>(1)</sup>	Arancel Promedio para Terceros Países <sup>(2)</sup>
Emiratos Árabes Unidos	0%	0%
Estados Unidos	0%	0% - 7,5%
Japón	6%	6%
China	0%	10%
Corea del Sur	0%	14% - 20%
Hong Kong	0%	0%
España	0%	7,5% - 8%
Tailandia	20%	20%
Italia	0%	7,5% - 8%
Brasil	0%	10%
Indonesia	5%	5%

-Fuente: Información Comercial, Departamento Estudios, DIRECON-ProChile, con aranceles del Market Access Map y Trade Wizards.

(1) El **Arancel Promedio Aplicado a Chile**, corresponde al impuesto preferencial que se otorga a Chile a través del Tratado de Libre Comercio existente con el país importador

(2) El **Arancel Promedio Aplicado a terceros países**, es un impuesto de importación que se aplica en el país de destino a los países que NO tienen Tratados de Libre Comercio

# Centolla y Centollón

Según informe de Globefish, periodo enero-octubre de 2016, los principales actores en el comercio internacional de centolla - Federación Rusa y EEUU (Alaska)- esperan que los actuales precios altos continúen aumentando, especialmente para los productos de tamaño mediano y pequeño.

Indica además que la demanda es fuerte y la oferta limitada, lo que conlleva a mayores precios. Además, los mercados asiáticos están mostrando un creciente interés en este producto.

Los precios de centolla en el norte europeo (principalmente noruegos) también fueron muy altos durante esta temporada.

## Innovaciones



Freshpack

<http://www.freshpack.fr/produit/chair-de-king-crab-crue/>

Ganó el premio al mejor producto HORECA en Asia Seafood Expo 2016. Tecnología que extrae la carne de las patas y pinzas de las centollas, que luego es envasada individualmente al vacío (producto congelado).

# Centolla y Centollón Japón

- El consumo de centolla es estable durante todo el año gracias a la industria del sushi, que aumenta en la época de Navidad y Año Nuevo.
- En las fiestas de fin de año, en los supermercados se pueden encontrar pinzas y patas de centollas cocidas con sal y agua en grandes paquetes para compartir con la familia.
- La centolla se utiliza en varias formas en distintos productos como conserva, snacks y sushi.
- Japón importa centolla congelada desde los países del hemisferio Norte, en particular de Rusia, EE. UU. y Canadá.
- Los consumidores más jóvenes demandan productos fáciles de preparar, listos para comer y procesados. Por consiguiente, el pescado entero está siendo desplazado por los filetes / cortes y los formatos listos para el consumo en los puntos de venta.
- El canal foodservice representa el 45% de las ventas de centolla en Japón, mientras que el canal minorista se sitúa en un 55% (Nofima)
- Un 86% del producto llega congelado al mercado.





# Centolla y Centollón Estados Unidos

- Canadá es el principal proveedor de centollas vivas.
- Estados Unidos es uno de los principales importadores de centollas congeladas, incluidas las centollas enteras y en su caparazón.
- Según Euromonitor, en 2013, las ventas de pescado y mariscos se distribuyeron en su mayor parte a través de establecimientos minoristas (54,5%) o de servicios de comidas (38,7%).
- También Euromonitor, en 2013, señala que las ventas de comercio justo para mariscos orgánicos representan el 1,5% del volumen total de ventas.



Trident Seafoods Wild  
Alaskan Red King Crab,  
10 lbs.  
US\$ 299,99  
Cotsco



Odyssey Broken Red King Crab  
450gr.  
US\$10,99  
País de origen: Rusia

# Centolla y Centollón Emiratos Árabes Unidos

- Los hoteles de más alto nivel demandan en promedio de 150 kg. mensuales de centolla, de las cuales un 80% aprox. corresponden a patas (merus y cluster).
- La centolla demandada en Emiratos Árabes Unidos es principalmente cocida, donde el 80% son patas (merus y clusters). El 20% restante son clusters de 4 patas con hombros o patas divididas en 2 (corte longitudinal). El tamaño de las patas se concentra en torno a 16/20 y 21/24, mientras que el de los clusters son en su mayoría 3L y 4L.
- Cuando se demandan clusters de 4 patas con hombros, estos deben ser mayores a 500 gramos.
- El sector foodservice representa un importante nicho para importadores, distribuidores y mayoristas, quienes abastecen a los hoteles, restaurantes y servicios de catering.
- El consumo de ciertos productos disminuye en forma notoria los meses de verano, en que la mayoría de los occidentales viajan a sus países de origen, y en Navidad.
- El primer atributo a considerar por el consumidor (ya sea consumidor final o chefs) es el precio seguido de la calidad del producto.
- Los sellos de sustentabilidad no son tan requeridos por la población aunque se encuentren productos disponibles en el retail.

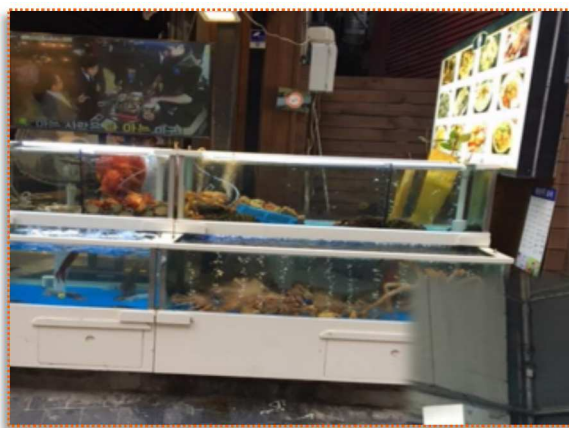


# Centolla y Centollón Tailandia

- El consumo promedio anual de productos del mar en Tailandia es de alrededor de 32-36 kg. por persona.
- Las centollas se distribuyen en las ciudades de primer orden, Bangkok, Chiangmai y Phuket, a través del canal HORECA y de establecimientos comerciales de productos alimenticios gourmet.
- El mercado de centollas en Tailandia es muy de nicho: turistas extranjeros, visitantes de negocios, residentes extranjeros y tailandeses de altos ingresos.
- Las centollas de menor calidad son vendidas en hipermercados y supermercados tales como Siam Makro, Central Food Hall y Villa Market.
- Chefs que atienden restaurantes de 5 estrellas demandan alimentos gourmet y “delicatessen”, entre los que se cuenta la centolla.
- En Tailandia, los productos pesqueros importados se destinan:
  - Industria procesadora, en especial la industria conservera;
  - Nicho de mercado destinados a la población extranjera y tailandeses de ingresos altos; los principales supermercados e hipermercados y algunos de los minoristas especializados tienen áreas de exhibición separadas para pescados y mariscos vivos y frescos / refrigerados y congelados.
  - Canal foodservice, los restaurantes chinos (en Tailandia) demandan productos exóticos (cuyo peak se incrementa alrededor del Año Nuevo Chino) y hoteles de 4 y 5 estrellas, a los que se suman otros productos como Halibut o mejillones.
- El mercado es muy sensible a los precios.

# Centolla y Centollón Corea del Sur

- Los consumidores coreanos valoran la frescura, el lugar de origen, el sabor, el bajo costo y la inocuidad de los alimentos en el proceso de tomar decisiones de compra de productos del mar.
- El consumo de productos del mar sigue creciendo en Corea basado en la percepción que los consumidores tienen de las propiedades nutritivas de estos productos, considerándolos una fuente saludable de proteínas.
- La calidad y el país de origen son factores importantes en sus decisiones de compra, como consecuencia del fuerte vínculo entre la calidad de los alimentos y bienestar.
- Los coreanos prefieren el pescado fresco, pescado frío y, por último, pescado congelado. Son grandes consumidores de la comida japonesa, como el sushi y el sashimi. Según Nofima, el 88% de las centollas (King Crab) llega en estado fresco (vivo) al mercado.
- Los consumidores asumen que el pescado fresco sabe mejor que el pescado congelado después de cocinar. Por consiguiente, los peces frescos o refrigerados tienden a ser sustancialmente más caros que los peces congelados.
- Muchos consumidores buscan productos que ofrezcan conveniencia, debido a su estilo de vida ocupado. Por lo tanto, las ventas de productos pesqueros envasados continúan creciendo de manera constante.
- Los hoteles y grandes almacenes generalmente es el canal para productos del mar Premium, como centollas. Concentra aprox. el 90% de lo que se importa (Nofima).



# Centolla y Centollón Italia

- Los productos del mar son percibidos como muy saludables por los consumidores italianos; además de ser uno de los componentes de la dieta mediterránea.
- La cocina italiana tradicionalmente incluye una gran variedad de platos de pescados y mariscos. Sin embargo, el gasto total en las compras de productos pesqueros ha disminuido en un 1,07%, periodo 2010-2015.
- El consumo per cápita también disminuyó, en el mismo periodo 2010-2015, un 1,62%. Esta contracción del gasto puede ser el resultado de la recesión económica de Italia, combinada con una creciente población nacida en el extranjero con opciones alimentarias variadas y un cambio en la preferencia alimentaria entre los consumidores más jóvenes.
- Los consumidores seniors todavía prefieren pescados y mariscos; en cambio, las generaciones más jóvenes son más propensas a probar productos distintos de la gastronomía internacional.
- Los consumidores italianos han desarrollado una mayor conciencia medioambiental durante los últimos años; éstos muestran gran interés en productos ecológicos y orgánicos, atributos que también buscan en el sector pesquero.
- Los consumidores italianos prefieren productos de marca que conocen y confían. A pesar de esto, la importancia de las marcas privadas ha aumentado en los últimos años, especialmente en el caso de los productos ecológicos.
- Los consumidores italianos siempre han mostrado un gran interés por los productos del mar frescos; se les percibe como más saludables y de mejor sabor.



Granchio Reale o King Crab  
Dalla penisola Russa della  
Kamchatka



Granchio Imperatore o Queen Crab  
proviene dal Sud America (Cile)



Captain Byrd polpa di granchio al naturale  
200 g  
4,69 euros  
Carrefour.it

# Centolla y Centollón España

- Los productos del mar son parte de la dieta mediterránea y se perciben como muy saludables. Los consumidores españoles comen pescados o mariscos varias veces por semana.
- Los platos de celebración cuentan con una gran variedad de pescados o mariscos. Muchos españoles, en particular las generaciones mayores los prefieren en lugar de productos cárnicos.
- Los pescados y mariscos orgánicos o de comercio justo representan una proporción marginal de mercado (menos del 1% en términos de volumen en 2013); asimismo, la disponibilidad sigue siendo limitada en tiendas y supermercados.
- No obstante, la industria española elabora productos sostenibles o ambientalmente amigables que son exportados a terceros mercados.



Centollo cocido,  
pieza aprox. 600 g  
3,99 euros  
Eroski



Centollo gallego cocido  
59,00 euros /kg  
[pescaderiascorunesas.es](http://pescaderiascorunesas.es)



Carne de Centollo al natural,  
lata OL-120  
6,99 euros  
[Costera.es](http://Costera.es)

# Centolla y Centollón Hong Kong

- Hong Kong es un mercado maduro y sofisticado, con una creciente demanda de alimentos gourmet. Al mismo tiempo, la mayoría de los compradores Hong Kong están preocupados por el precio.
- La población de consumidores jóvenes, sofisticados y opulentos de Hong Kong busca comprar productos pesqueros importados, en parte por su estatus, pero también porque se cree que éstos son de mayor calidad y provienen de un ambiente más limpio.
- El consumo anual de mariscos en Hong Kong aumentó rápidamente, de 36,6 kg. por persona en 2008 a 41,6 kg. en 2013, pronosticándose que aumentará a casi 70kg. por persona en 2019.
- Las ventas de una amplia gama de productos pesqueros importados envasados, como langosta, almejas o pepino de mar, registraron un crecimiento de dos dígitos en los últimos años. (Euromonitor)
- Tradicionalmente, hubo gran demanda de pescado y mariscos frescos y productos sin transformar, pero ahora la demanda de alimentos envasados y procesados (incluidos productos del mar) está aumentando, ya que son relativamente baratos, fácilmente disponibles y más convenientes. Actualmente, los consumidores jóvenes buscan productos listo para servir, con una característica especial: comida gourmet congelada y precocinada.



A seafood restaurant in Sai Kung.