

PMP

Estudio de Mercado Mejillones en Sudáfrica

JULIO 2017

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Sudáfrica- ProChile



● TABLA DE CONTENIDO

II. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Códigos arancelarios SACH y código local Sudáfrica	4
2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado	5
3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado	5
4. Recomendaciones de la Oficina Comercial	5
5. Análisis FODA.....	6
III. Acceso al Mercado	7
1. Código y glosa SACH.....	7
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino	8
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.....	8
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias	9
5. Regulaciones y normativas de importación.....	9
6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país.....	9
7. Certificaciones.Legislación y requerimientos locales.	11
IV. Potencial del Mercado	11
1. Producción local y consumo	11
2. Importaciones de los mejillones últimos 3 años por país	12
V. Canales de Distribución y Actores del Mercado	13
1. Identificación de los principales actores en cada canal.....	13
2. Diagramas de flujo en canales seleccionados	15
3. Posicionamiento del producto en canales analizados.....	15
4. Estrategia comercial de precio	16
5. Política comercial de proveedores	16
6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail	17
VI. Consumidor/ Comprador	18
1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.....	18
2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, inocuidad, etc.).....	18
VII. Benchmarking (Competidores)	20
1. Principales marcas en el mercado (<i>locales e importadas</i>).....	20
2. Segmentación de competidores	24
3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado	24
4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (<i>tablas comparativas e imágenes en lo posible</i>).	24
5. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales	24
VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....	25

IX. Fuentes de información relevantes.....26

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 linkeado al sitio de ProChile para su descarga.

II. RESUMEN EJECUTIVO

1. Códigos arancelarios SACH y código local Sudáfrica

CÓDIGO ARANCELARIO SACH	DESCRIPCIÓN
0307	Moluscos, incluso separados de sus valvas, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; invertebrados acuáticos (excepto los crustáceos y moluscos), vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, molidos, pellets y moluscos para el consumo humano.
0307.31	Mejillones "Mytilus Perna Spp.", vivos, frescos o refrigerados
0307.39	Mejillones "Mytilus Perna Spp.", ahumados, congelados secos, salados en salmuera, con o sin cáscara.
1605	Crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados
1605.53.00	Mejillones (cholgas, choritos, choros)

CODIGO ARANCELARIO SUDÁFRICA	DESCRIPCIÓN
0307	Molluscs, whether in shell or not, live, fresh, chilled, frozen, dried, salted or in brine; smoked molluscs, whether or not cooked before or during the smoking process; flours, meals and pellets of molluscs, fit for human consumption
0307.3	Mussels (<i>Mytilus spp.</i> , <i>Perna spp.</i>)
0307.31	Live, fresh or chilled
0307.39	Other
1605	Crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates, prepared or preserved
1605.53	Mussels
1605.53.10	Homogenised composite food preparation
1605.53.2	Other, in airtight metal containers
1605.53.21	Smoked
1605.53.22	Other
1605.53.90	Other

2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado

Las oportunidades de los mejillones chilenos en el mercado sudafricano radican en la buena evaluación que hacen los importadores, distribuidores/intermediarios y empresas de la industria alimentaria de su calidad, y en el crecimiento, en general, del consumo del mejillón, el que se estima será de un 5% anual en los próximos años. Los factores que impulsan este incremento proyectado del consumo son el creciente poder adquisitivo de la clase media alta de la población étnica negra, y su tendencia hacia nuevos hábitos alimentarios, en particular su interés por la gastronomía extranjera, en los centros urbanos de la provincia de Gauteng (Pretoria/Tshwane y Johannesburgo).

El principal obstáculo que enfrenta el mejillón chileno es la competencia china, a la que se ha agregado la de España, país que se beneficia de la desgravación arancelaria para la subpartida 0307.39 (arancel general de 25%), en virtud del TLC vigente entre la UE y Sudáfrica. La subpartida 0307.31 (mejillones vivos, frescos o refrigerados), en cambio, tiene un arancel general de 0%, así como la subpartida 1605.53 (mejillones preparados o preservados), a excepción de la línea arancelaria 1605.53.90 (arancel general de 25%).

En términos de la calidad del producto, las mejores oportunidades están en la venta de carne de mejillón o el mejillón con media concha.

3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado

La estrategia de prospección y penetración del mercado debiera centrarse en el segmento de los importadores/procesadores/distribuidores, o el de los intermediarios y productores de alimentos que distribuyen a las cadenas de restaurantes y cadenas de supermercados. La ventaja de proyectarse hacia el mercado sudafricano vía los importadores/procesadores/distribuidores es que la calidad puede convertirse en un factor gravitante (en detrimento del precio), pero el desafío es que este segmento presenta una alta concentración, la que se ha reforzado con la fusión de Breco Seafoods y Supapackers.

La estrategia debiera apuntar a informar mejor a los potenciales clientes de la calidad y atributos del producto chileno (entre ellos su inocuidad), de manera de hacerlo más atractivo ante la competencia china, la que basa su competitividad en sus precios más baratos. A la vez, ésta también debiera de permitir diferenciar el producto nacional frente a la competencia del mejillón verde neozelandés, apreciado en el mercado sudafricano por su calidad y atributos, si bien el tamaño de éste último es considerado como muy grande para el gusto del consumidor sudafricano. En la medida que esta meta se lograra, el producto chileno podría aspirar a ser competitivo por en precios frente a la oferta neozelandesa.

4. Recomendaciones de la Oficina Comercial

Se recomienda el despliegue de una estrategia de prospección y penetración del mercado basada en la realización de misiones comerciales y en la participación en ferias. Idealmente, esta estrategia debiera contemplar al menos dos visitas, dado que es importante establecer lazos de confianza y familiaridad con los eventuales clientes, así como adquirir una visión más precisa del mercado y sus potencialidades. El mercado sudafricano es menos estructurado y más difícil de abordar que el mercado europeo o asiático, en el sentido que hay un grupo importante de intermediarios que canalizan los productos a través de sus redes informales de contactos, además de algunas

importadoras/procesadoras/distribuidoras bien conocidas. Por ello, es vital establecer una relación cercana con estos.

Las misiones de prospección debieran contemplar la visita a terreno de las provincias de Gauteng y de Western Cape. Gauteng concentra al segmento del mercado más dinámico y donde se prevé que se generará el impulso para el futuro crecimiento del consumo del mejillón en Sudáfrica. Es también la provincia en donde el consumo de mariscos es más novedoso y en donde las nuevas tendencias se inclinan en favor de nuevas gastronomías exóticas por parte de la población étnica negra, de clase media alta (en su mayoría jóvenes profesionales). La provincia de Western Cape es muy importante considerando que es el centro culinario tradicional de la cocina marina, sede de uno de los principales puertos (Ciudad del Cabo), y que destaca como la provincia en que, junto a Eastern Cape, se concentran la mayoría de los fabricantes y casas matrices de los distribuidores de productos marinos.

Otro elemento central de la estrategia de prospección y penetración es la generación de un mejor conocimiento de los atributos de la oferta chilena de mejillones, tanto en lo que se refiere a su calidad (sabor, textura, propiedades nutritivas y calibre), como a su procedencia y condiciones de cultivo. Por ello, son muy importantes las muestras y la elaboración de material informativo atractivo que destaque, entre otras, las cualidades del entorno natural en el que se desenvuelve la captura o crianza de mejillones en Chile. Se debe considerar en la estrategia de negocios que los potenciales clientes van a solicitar muestras para hacerse una idea más precisa del producto y darla a conocer a su vez a sus clientes. Tradicionalmente, en Sudáfrica se acostumbra a que el exportador financie el envío de las muestras, y no refleja una falta de interés.

Se recomienda también la participación en ferias, como una etapa en el marco de una misión de prospección, aunque sea en calidad de visitante y no de expositor. Ello permite tener una idea más exacta de las características del mercado sudafricano y a la vez puede ser una buena vitrina para promover las bondades del mejillón chileno si se aprovechan los seminarios, presentaciones y exhibiciones culinarias que se suelen realizar en estas ferias.

5. Análisis FODA

ESTRATEGIA	Factores Internos	
	Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Enfocarse en las subpartidas en que las importaciones tienen arancel de 0% • Establecer fuertes vínculos con importadores/procesadores/distribuidores • Interiorizarse de las carteras de clientes de sus importadores/distribuidores • Destacar la calidad, inocuidad y óptimas condiciones de cultivo del mejillón chileno 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de la miticultura en Chile • Desarrollo exportador de la industria • Tecnología acuícola avanzada • Buena calidad y atributos atractivos • Avances hacia la incorporación de estándares internacionales en certificaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Varias subpartidas y líneas arancelarias enfrentan aranceles de 25% • Competitividad de precios del producto chino • Competencia del producto neozelandés • Costo y tiempo de transporte marítimo • Desconocimiento del mejillón chileno (consumidores) • Poca oferta de mejillón chileno en supermercados

Factores Externos	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • Mercado en crecimiento • Interés de segmento joven y profesional por gastronomía extranjera • Concentración del crecimiento de la demanda en la provincia de Gauteng • Sudáfrica, plataforma de negocios hacia África Austral 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar una estrategia de penetración sostenida en el tiempo • Identificar un distribuidor mayorista, basada en precios competitivos e, idealmente, un amplio portfolio de productos del mar • Participar en actividades que permitan difundir la cualidades del mejillón chileno 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar actividades comerciales, en conjunto con el potencial importador/procesador/distribuidor, para diferenciar el mejillón chileno de la competencia • Centrar la oferta exportable en aquellas subpartidas y líneas arancelarias con aranceles del 0% o en el que la competencia no goza de exenciones arancelarias
	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> • Concentración de los importadores y de los canales de comercio minoristas, con portfolios consolidados • Fuerte presencia del mejillón chino y, en el segmento de alto rango, del mejillón neozelandés • Competencia del mejillón local 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar distribuidores mayoristas a segmentos de alto poder adquisitivo • Alianza con agente local, visitar y contactar a potenciales clientes del canal HORECA para promover el producto • Participar en ferias para promocionar seminarios y eventos centrados en Chile y sus productos del mar 	<ul style="list-style-type: none"> • Adoptar una estrategia sostenida en el tiempo de prospección y penetración del mercado • Evaluar el mercado sudafricano como plataforma hacia los mercados regionales, donde hay más espacio de crecimiento y mercados esencialmente incipientes, pero con buenas perspectivas de desarrollo y crecimiento

III. Acceso al Mercado

1. Código y glosa SACH

Código Arancelario	Descripción
0307	Moluscos, incluso separados de sus valvas, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; invertebrados acuáticos (excepto los crustáceos y moluscos), vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, molidos, pellets y moluscos para el consumo humano.
0307.31	Mejillones "Mytilus Perna Spp.", vivos, frescos o refrigerados
0307.39	Mejillones "Mytilus Perna Spp.", ahumados, congelados secos, salados en salmuera, con o sin cáscara.

1605		Crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados
	1605.53.00	Mejillones (cholgas, choritos, choros)

2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino

Código Arancelario		Descripción
0307		Molluscs, whether in shell or not, live, fresh, chilled, frozen, dried, salted or in brine; smoked molluscs, whether or not cooked before or during the smoking process; flours, meals and pellets of molluscs, fit for human consumption
	0307.3	Mussels (Mytillus spp., Perna spp.)
	0307.31	Live, fresh or chilled
	0307.39	Other
1605		Crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates, prepared or preserved
	1605.53	Mussels
	1605.53.10	Homogenised composite food preparation
	1605.53.2	Other, in airtight containers
	1605.53.21	Smoked
	1605.53.22	Other
	1605.53.90	Other

3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores

El arancel general es de 0% para la subpartida 0307.31 (mejillones vivos, frescos o refrigerados) y de 25% para la subpartida 0307.39 (mejillones ahumados, congelados secos, salados en salmuera, con o sin cáscara), salvo para los embarques procedentes de los países que integran la UE, EFTA y SADC, los que están exentos de aranceles en virtud de los tratados de libre comercio vigentes.

La línea arancelaria 1605.53.10 (mejillones preparados o preservados, preparaciones alimentarias compuestas, homogeneizadas), está exenta de arancel, así como las líneas 1605.53.21 (otros, envases herméticamente cerrados, ahumados) y 1605.53.22 (envases herméticamente cerrados, otros). La línea arancelaria 1605.53.90, en cambio tiene un arancel de 25%, salvo para los países miembros de la UE, EFTA y SADC¹.

¹ Angola, Botsuana, República Democrática del Congo, Lesoto, Madagascar, Malawi, Mauricio, Mozambique, Namibia, Seychelles, Sudáfrica, Suazilandia, Tanzania, Zambia y Zimbabwe.

4. Otros impuestos y barreras no arancelarias

No existen en Sudáfrica barreras no arancelarias para el ingreso de mejillones bajo cualquier formato.

5. Regulaciones y normativas de importación

Las dos entidades estatales bajo cuya autoridad se ejecutan las normativas que regulan la inocuidad y control alimentario de los productos del mar y acuícola en Sudáfrica son:

- Departamento (Ministerio) de Salud, cuya División de Control Alimentario tiene bajo su competencia todos los productos de alimentos preparados: <http://www.health.gov.za/index.php/shortcodes/2015-03-29-10-42-47/2015-04-30-09-10-23/2015-04-30-09-11-35>
- Departamento (Ministerio) de Comercio e Industria, cuya Oficina del Regulador Nacional para Especificaciones Obligatorias, establece y supervisa la aplicación de los estándares para los productos del mar, acuícolas, enlatados, importados o producidos en el país: <http://www.nrccs.org.za/#>

Son tres las principales actas legislativas que norman y regulan el comercio de productos del mar y acuícolas en Sudáfrica:

- Acta sobre los Alimentos, Desinfectantes y Cosméticos (FDCA 54, 1972): regula los aspectos vinculados a la inocuidad de la venta, producción e importación de alimentos: <http://www.health.gov.za/index.php/2014-03-17-09-09-38/legislation/yj-mega-smooth-dropdown/category/50-test13>
- Acta sobre las Enfermedades de Animales (1984): regula el control de las enfermedades de los animales: <http://www.nda.agric.za/vetweb/Legislation/Animal%20Diseases%20Act%20MAIN.htm>
- Acta sobre el Regulador Nacional para Especificaciones Obligatorias: norma los estándares para los productos del mar y pescados enlatados, importados o producidos en el país: <http://www.nrccs.org.za/content.asp?subID=54>

Las importaciones de alimentos procesados no requieren del registro de productos cuando son internados por un comprador/importador. Lo importante es cumplir con las regulaciones sobre la sanidad e inocuidad alimentaria, etiquetado de los productos e ingredientes biotecnológicos, higiene, seguridad veterinaria, y uso de endulzantes, aditivos y otros ingredientes.

6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país

Las regulaciones sudafricanas sobre etiquetado establecen claras directrices sobre lo que se puede hacer y lo que no se puede hacer en relación a la información proporcionada en las etiquetas y avisos de los alimentos.

La información siguiente es obligatoria:

- Nombre y dirección: el nombre y la dirección física del productor o del importador, o del distribuidor. El tamaño de las letras no puede ser inferior a 1mm de altura.
- País de origen: se pueden usar tres fraseos:
 - a) "Producto de..." debe usarse cuando todos los principales ingredientes, procesamiento y mano de obra usados para hacer el producto provienen de un país en específico

- b) “Producido en.../procesado en.../manufacturado en.../hecho en” cuando el alimento es procesado en otro país
- c) “Envasado en...” puede usarse junto a la declaración de la letra b)
- d) Si el producto es producido en un país usando ingredientes importados, la etiqueta debe decir “Procesado en.../manufacturado en...”
- Instrucciones de uso: precauciones que hay que tomar en cuenta para su uso
- Contenido neto: conforme al Sistema Internacional de Unidades (SI)
- Identificación del lote: el número específico del lote debe ser fácilmente identificable y trazable
- Fecha de vencimiento: debe estar claramente indicada y debe ser precedida de la siguiente frase: “Use antes de / Preferentemente antes de”. La fecha no puede haber sido removida o alterada por nadie. La fecha debe estar indicada in el orden Día – Mes – Año cuando sólo se usan números. En el caso de productos importados en el que se haya usado otro orden, el mes debe estar escrito en palabras (completas o abreviadas) y el año entero debe estar escrito
- Análisis de nutrientes: debe estar en formato tabla por cada 100g de producto según consumo (o en su defecto, debe establecer claramente por cada 100g de producto seco o por cada 100ml de producto líquido). El análisis de nutrientes por porciones es voluntario, si no se hace ninguna aseveración nutricional
- Ingredientes: debe estar listado conforme a un orden descendente de masa (no de volumen)
- Palabras descriptivas: las siguientes palabras no pueden aparecer en ningún producto alimentario:
 - a) X porciento libre de grasas
 - b) Nutricional
 - c) Saludable
 - d) Conveniente para la salud
 - e) Sano
 - f) Nutrición completa
 - g) Nutrición balanceada

Las palabras “libre de azúcar” y “libre de grasas” sólo están permitidas si se cumplen condiciones específicas estipuladas en la regulación de etiquetado de alimentos.

Foto 1
Ejemplo de Etiquetado



7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.

Todos los productos alimentarios y agrícolas que ingresan a Sudáfrica deben tener una certificación fitosanitaria o de inocuidad emitida por las entidades competentes del país de origen, la cual debe ser presentada en el puerto de entrada, junto al permiso de importación, para facilitar la inspección de los bienes y obtener la autorización de ingreso por parte de aduanas.

<http://www.nda.agric.za/doaDev/sideMenu/plantHealth/docs/importProcedure.pdf>

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

Sudáfrica produce localmente mejillones (variedad Blue Mussel - *Mytilus galloprovincialis*), la que se concentra en tres granjas acuícolas localizadas en Bahía Saldanha, al noroeste de Ciudad del Cabo (provincia de Western Cape). Se estima que esta región produce cerca de 2.000 toneladas al año, siendo el único emplazamiento donde se puede cultivar este producto, los especialistas consideran que su potencial crecimiento es acotado. El principal problema que enfrenta la cosecha de mejillones en esta región es la marea roja, amenaza que surge especialmente a fines del verano y hasta principios de otoño y que puede surgir en cualquier momento entre los meses de febrero y mayo². Los productores señalan, además, que la actividad debe enfrentar bajos márgenes de beneficios, a diferencia del caso de los abalones y las ostras. Los mejillones sudafricanos son muy similares a los chilenos en lo que se refiere a la calidad y textura, aun cuando son más pequeños en tamaño. El consumidor sudafricano tiene preferencias por los mejillones de menor tamaño.

El consumo de mejillones bajó en los últimos años, en gran medida por la depreciación de la moneda local, el Rand, y el consiguiente encarecimiento de las importaciones de este molusco. Los mejillones son especialmente consumidos en la temporada de verano (diciembre a marzo). El consumidor privilegia los especímenes de menor tamaño y la distribución off trade se canaliza principalmente a través de las cadenas de supermercados (Shoprite/Checkers, Pick n Pay, Woolworths, Makro y Spar), algunas tiendas gourmet (Thrupps) y las cadenas de restaurantes de gastronomía marina (Ocean Basket, Adegas, Willoughby & Co., Cape Town Fish Market y John Dory's, entre otros).

El consumo de frutos del mar y acuícolas es muy popular en la zona costera sudafricana (detrás de la carne roja), especialmente entre la población de la costa occidental, que se extiende desde Ciudad del Cabo a Namibia, región especialmente famosa por su gastronomía marina. Particularmente apreciados son los asados de frutos del mar y las paellas de mejillones, con diversos mariscos y variedades de carnes (los supermercados ofrecen un mix de frutos de mar congelados para este propósito). En los restaurantes, predominan los platos de recetas mediterráneas con mejillones y estilo marinère (hervidos, con vino blanco, salsa de ajo y crema).

² Aquaculture Review: South Africa. World Aquaculture, diciembre, 2016

2. Importaciones de los mejillones últimos 3 años por país

Cuadro 1

IMPORTACIONES SUBPARTIDA 0307.39						
País	2014		2015		2016	
	Valor (US\$)	Volumen (Kg)	Valor (US\$)	Volumen (Kg)	Valor (US\$)	Volumen (Kg)
China	196,000	98,000	323,000	138,000	230,000	126,000
España	-	-	-	-	101,000	38,000
Nueva Zelandia	35,000	1,000	31,000	-	40,000	9,000
Portugal	14,000	2,000	5,000	-	-	-
Mozambique	-	1,000	1,000	5,000	-	-
EE.UU.	-	-	-	-	3,000	-
Namibia	90,000	13,000	2,000	-	1,000	-
Chile	-	-	51,000	40,000	-	-
Total	335,000	115,000	413,000	183,000	375,000	173,000

Fuente: Trade Map

Las importaciones sudafricanas de la subpartida 0307.31 (mejillones vivos, frescos o refrigerados) son muy bajas o nulas, por lo que no se incluirán en el análisis.

Las importaciones totales de la subpartida 0307.39 (mejillones ahumados, congelados, salados en salmuera, con o sin cáscara) han exhibido grandes variaciones en términos de valor a lo largo de los últimos tres años, en gran parte derivados de la depreciación de la moneda local y las variaciones de la producción local debido a incidentes de marea roja. China tiene la mayor participación en las importaciones, si bien ésta también ha variado en los últimos tres años, entre 59% y 78%. España surge en 2016 como el segundo principal mercado de origen, alcanzando una participación de 37%, reflejo de las preferencias arancelarias que le otorga el TLC entre Sudáfrica y la UE. Nueva Zelandia, el tercero, ha tenido una participación más estable, registrando 11% en 2016. Chile exhibe exportaciones por US\$ 51.000 en 2015, con una participación de 12%.

La evolución de las importaciones de la subpartida 0307.39 en términos de volumen, reflejan las tendencias descritas para el valor de las importaciones, si bien las variaciones anuales totales son menos pronunciadas en el primer caso. Es del caso observar, sin embargo, que hay inconsistencias en ambas series de cifras, por ejemplo en el valor y volumen de las importaciones desde Nueva Zelandia, las que son positivas en el caso de los valores y cero para los volúmenes en 2015. Algo similar ocurre con las cifras para Portugal, Namibia y EE.UU.

De acuerdo a estas series de cifras, el precio de las importaciones CIF habría sido de US\$2,17 por kilogramo, contrastando el precio de las importaciones desde China (US\$1,83) con el de las provenientes de España (US\$2,66) y de Nueva Zelandia (US\$4,44). Cabe resaltar que en el año en que Chile registra exportaciones (2015), el precio de sus embarques habría sido de US\$1,28, más barato que el de las exportaciones de China (US\$2,34) y el de las importaciones totales (US\$2,26).

Cuadro 2

IMPORTACIONES SUBPARTIDA 1605.53						
País	2014		2015		2016	
	Valor (US\$)	Volumen (Kg)	Valor (US\$)	Volumen (Kg)	Valor (US\$)	Volumen (Kg)
China	4,484,000	1,286,000	472,000	82,000	2,453,000	539,000
Corea del Sur	-	-	-	-	64,000	12,000
Chile	334,000	89,000	-	-	-	-
Alemania	69,000	8,000	-	-	-	-
Nueva Zelanda	-	-	276,000	77,000	-	-
Namibia	4,000.00	1,000	-	-	-	-
Total	4,891,000	1,384,000	748,000	159,000	2,517,000	551,000

Fuente: Trade Map

Las importaciones totales de la subpartida 1605.53 (mejillones preparados o preservados), han variado mucho en los últimos tres años, mostrando, sin embargo una tendencia a la baja. En el año 2016, sumaron US\$2.517.000 y el 97% de las importaciones provinieron de China, en tanto que el 3% restante de Corea del Sur. La evolución de las importaciones de esta subpartida en términos de volumen registra el mismo patrón que el valor de las internaciones: variabilidad y tendencia a la baja. De acuerdo a esta serie de cifras, el precio promedio de las importaciones de esta subpartida en 2016 fue de US\$4,57 por kilogramo.

Es necesario advertir que hay discrepancias relevantes al comprar las cifras disponibles en Trade Map y las que registra el Banco Central de Chile. Según esta última fuente, las exportaciones chilenas a Sudáfrica de la subpartida 1605.53 alcanzaron valores de US\$376.167, US\$48.045 y US\$65.176 en los años 2014, 2015 y 2016, respectivamente.

V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

1. Identificación de los principales actores en cada canal

Los principales canales de distribución hacia el consumidor final para los mejillones en Sudáfrica son el sector HORECA y las cadenas de supermercados. De acuerdo a los importadores y distribuidores entrevistados, el segmento HORECA canaliza 75% y el canal de los supermercados abarca 25% del mercado. En su gran mayoría, los principales actores de ambos canales se abastecen a través de distribuidores mayoristas y de las grandes empresas de la industria de alimentos marinos.

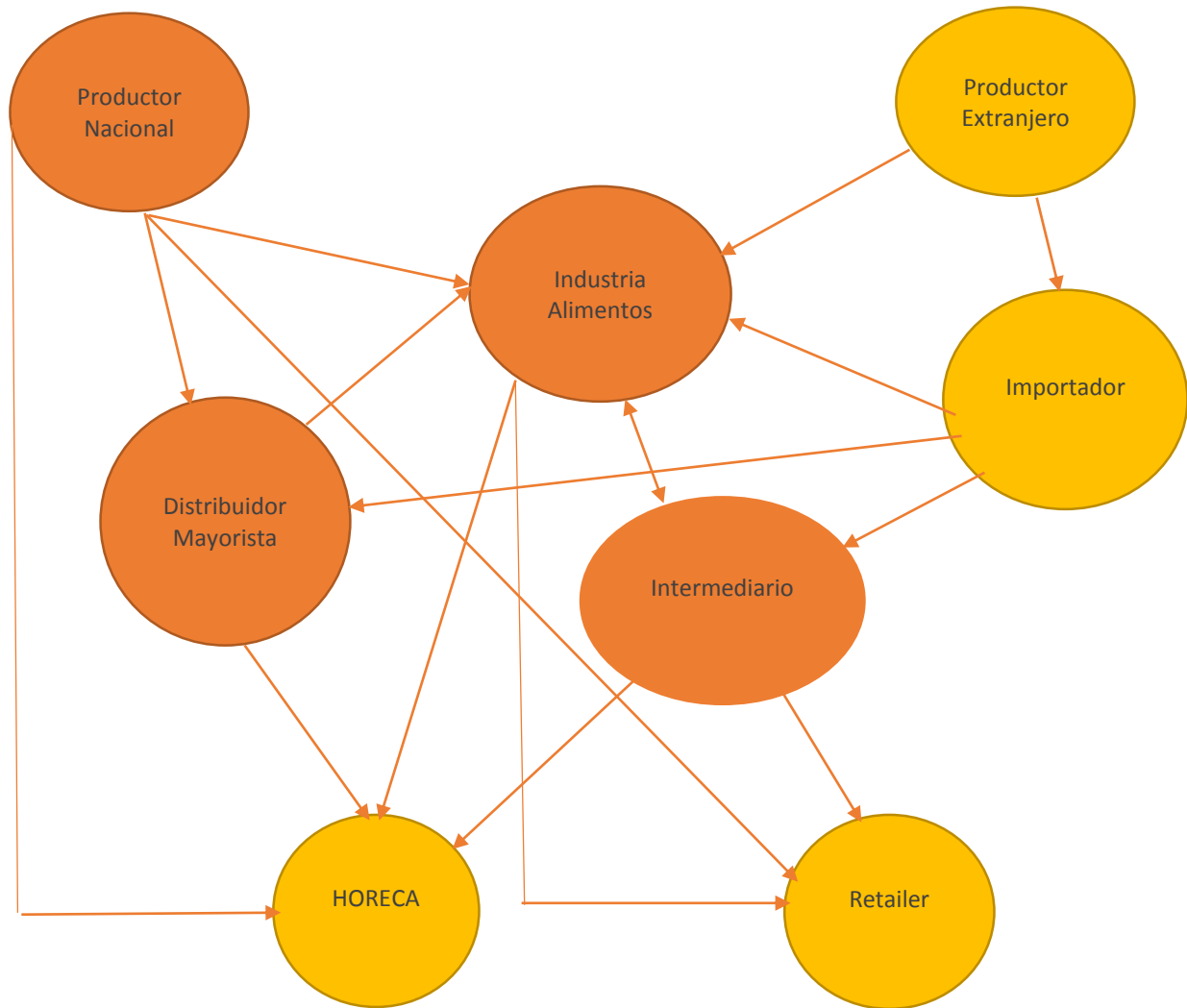
En todas las grandes tiendas de supermercados, las que extienden sus operaciones al conjunto de los países de África Austral, los mejillones se distribuyen principalmente bajo el formato de congelados, y su oferta en lata es muy escasa. En cadenas de alto rango, como Woolworths y Food Lover's Market, o en tiendas de alimentos gourmet, se suelen vender mejillones cultivados de origen local, bajo marcas propias, precocidos y preparados, por ejemplo, con limón, mantequilla y ajo. Este formato es, usualmente de 500 gramos y tiene un precio de ZAR89,99 (US\$7,08). Las cadenas de rango medio, como Shoprite/Checkers, Pick n Pay, Spar y Makro, ofrecen al consumidor bolsas de mejillones congelados. Los productos más caros, mejillones locales cultivados (Bahía Saldanha), se venden bajo el formato congelado de media concha, en paquetes de 450 gramos, y provienen de empresas importadoras/fabricantes y distribuidoras de productos del mar de reconocido prestigio como Breco. El precio es de ZAR159,98 por kilogramo (US\$12,92) y la preparación consiste en productos hervidos en su jugo. Otro formato es el de la carne mejillón vendido en bolsas de 500 gramos. Entre ellos, están los productos de la marca Arctic Frost, (Supapackers Fish Producers (Pty) Ltd.), que distribuye mejillones importados desde Chile, a un precio de ZAR79,98 por kilogramo (US\$6,30). Esta misma empresa distribuye bajo la misma marca vía supermercados bolsas de mix de mariscos congelados de 800 gramos, procedentes de China, a un precio de ZAR67,50 (US\$5,31). Breco también vende en los supermercados mix de mariscos congelados en bolsas de 400 gramos, producidos en China, a un precio de ZAR84,98 por kilogramo (US\$6,70).

Los restaurantes, en el sector HORECA, constituyen el principal canal de distribución. Un segmento está constituido por los restaurantes que se especializan en gastronomía mediterránea (francesa, italiana y española). De acuerdo al sitio www.dinning-out.co.za, en Johannesburgo hay 29 restaurantes de gastronomía mediterránea, 50 de cocina italiana y 59 de gastronomía marina. En Ciudad del Cabo, las cifras son 40, 60 y 135, respectivamente. En el caso de Durban, los números son 8, 3 y 12. Las principales cadenas de gastronomía marina son: Ocean Basket (170 locales en Sudáfrica y con presencia también en Nigeria, Islas Mauricio y Kenia), Adega (gastronomía portuguesa, con 15 locales), Cape Town Fish Market (11 locales en Sudáfrica) y Fishmonger (7 locales en Sudáfrica), entre los principales. Usualmente, los menús ofrecen platos de entrada, con mejillones cocinados en vino blanco, con cebolla y salsa de crema con ajo; ensaladas surtidas con mariscos; pastas con mariscos; platos de mariscos surtidos; y paellas.

Los importadores son actores relevantes en Sudáfrica. En su mayoría se especializan en productos del mar y acuícolas y distribuyen directamente a la industria procesadora de productos del mar, o al canal HORECA.

2. Diagrama de flujo en canales seleccionados

Diagrama 1
Canales de Distribución en Sudáfrica



3. Posicionamiento del producto en canales analizados

En general, los mejillones importados desde Nueva Zelanda son distribuidos a las grandes cadenas de hoteles de alta gama y restaurantes caros y de moda. Esto en razón de su prestigio, calidad y características muy apreciadas por el consumidor sudafricano como aroma, sabor, y contenido nutritivo, si bien, en general prefieren mejillones de menor calibre. Los mejillones nacionales producidos en Bahía Saldanha se distribuyen principalmente en las grandes cadenas de gastronomía marina y supermercados de alto rango, en este último caso bajo el formato congelados y preparados.

Los mejillones de procedencia extranjera, salvo los de Nueva Zelanda, suelen ser distribuidos en cadenas de restaurantes donde se sirven platos más económicos, o en mix de mariscos congelados en los supermercados, para preparar sopas, paellas o ser usados en los asados. Los mejillones chilenos, cuya calidad es bien apreciada, y sólo es superado al respecto por los de procedencia neozelandesa, se distribuyen en los supermercados, en bolsas y sin conchas. Suelen ser, también reexportados a países fronterizos como Mozambique.

4. Estrategia comercial de precio

El mercado sudafricano de los mejillones está segmentado entre el producto importado y el local. La demanda proviene esencialmente de parte del sector HORECA, principalmente restaurantes y, en menor medida, de los servicios de *catering*. El consumo de los mejillones, a su vez, se concentra en las grandes ciudades (Johannesburgo, Ciudad del Cabo y Durban), donde naturalmente hay una mayor densidad de restaurantes que cubren un amplio espectro culinario, así como también numerosas sucursales de las distintas cadenas de supermercados. Ciudad del Cabo se destaca por su cocina marina, su cultura gastronómica cosmopolita y el gran número de turistas nacionales y extranjeros que la visitan anualmente.

Como se ha señalado, el país cuenta con una producción local en Bahía Saldanha, la que es bien apreciada por el consumidor y, por lo tanto, suele tener un precio mayor que el del producto importado (excepción hecha del neozelandés y el chileno). China es el principal proveedor de mejillones importados, y su precio suele ser conveniente si bien la calidad es menos apreciada que la del mejillón neozelandés, chileno o español. Por consiguiente, éste establece el precio de referencia de las importaciones provenientes de los demás mercados de origen (así como al mejillón sudafricano), si bien la calidad de los mejillones neozelandeses, chilenos y españoles les permiten aspirar a mejores precios, dependiendo de las variaciones del tipo de cambio.

En los restaurantes, la mayoría de los que ofrecen una amplia variedad de frutos del mar y pescados son de rango medio (donde gravitan particularmente las cadenas como Cape Town Fish Market y Ocean Basket) o alto (Adega, Willoughby, Fish Monger y Marbles, entre otros). Los platos de entrada que usan mejillones tienen precios que varían entre ZAR64 y ZAR80 (US\$5,11 y US\$6,30); las ensaladas entre ZAR21 y ZAR95 (US\$1,65 y US\$7,48); las pastas entre ZAR 110 y 169 (US\$8,66 y US\$13,30); las bandejas de mariscos –dependiendo del tamaño- entre ZAR160 y ZAR950 (US\$12,59 y US\$74,78), las paellas alrededor de ZAR120 (US\$9,45) y los platos de fondo alrededor de ZAR130 (US\$10,23). Como se ha señalado precedentemente, en los supermercados los precios varían en función de las preparaciones, formato y la procedencia, variando entre ZAR67,50 y ZAR179,98, por kilo (US\$5,31 y US\$14,10).

Según información proporcionada por algunos importadores, en la comercialización del producto, los importadores/distribuidores al por mayor suelen establecer un margen de 10% a 15% sobre el precio CIF ofrecido por el exportador, en tanto que los intermediarios un margen de 20% a 25% y el retail y los restaurantes cobran uno que varía entre 150% y 200%.

5. Política comercial de proveedores

En Sudáfrica, las redes son muy importantes en el mundo de los negocios, muchas veces tejidas en torno a variables étnicas y la procedencia regional. La cercanía y los lazos de confianza son críticos para el éxito comercial, razones por las cuales para un exportador el contacto directo y la familiarización con su cliente (importador/procesador/distribuidor o empresa de la industria de alimentos marinos) son requisitos

absolutamente necesarios. Esto es aún más clave considerando la competencia que representa la producción local, la cual se gesta en una comunidad de tres empresas cultivadoras con fuertes raíces en la provincia de Western Cape y que disfrutaron del decidido apoyo financiero de los gobiernos local y nacional.

En el retail, el lazo más fuerte y relevante para el exportador es el que pueda existir entre el intermediario y la cadena de supermercados. El intermediario se encarga de consolidar la oferta según las especificaciones del cliente, donde el precio es la variable principal para los productos importados, especialmente para la distribución de los mix de mariscos congelados. Una relación similar predomina entre los distribuidores/procesadores/intermediarios y los restaurantes, en especial las cadenas de restaurantes. En este eslabón de la cadena de distribución, hay un extenso grupo de actores de tamaño mediano o pequeño que trabaja sus redes personales de contactos, junto a las grandes empresas de distribución. En algunos casos, se establece una relación directa entre una cadena de restaurantes y el exportador, cuando se trata de volúmenes importantes o productos de calidad, donde la seguridad del abastecimiento es un factor decisivo. Finalmente, en el caso de los productores de mariscos preparados, suele predominar la intermediación de la relación vía un importador/procesador/distribuidor cuando se requiere consolidar una oferta de mayores volúmenes.

6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail

En los supermercados, la única cadena que distribuye mejillones congelados locales bajo una marca propia es Woolworths, la cadena de más alto rango el país. Este producto (mejillones congelados, en su concha, con mantequilla y ajo) se promueve como cultivado y conforme a los estándares de la cadena en materia de sustentabilidad, enmarcadas en la Iniciativa de África Austral para la Sustentabilidad de los Frutos del Mar (SASSI, por sus siglas en inglés). **Foto 2**

Marca Propia Supermercados Woolworths



Black Mussels – Lemon & Garlic Butter (Producido en Bahía Saldanha)

Mejillones, congelados en su concha, preparados con limón, mantequilla y ajo

Marca Propia: Woolworths Food

Precio de venta: ZAR89,99 (aprox. US\$7,08), 500 gr

VI. Consumidor/ Comprador

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas

Debido a la gran heterogeneidad de la población sudafricana, evaluada desde cualquier parámetro demográfico que se pueda usar, no se puede caracterizar a un consumidor tipo. En materia de hábitos alimentarios, por ejemplo, hay diferencias notorias entre el 36% de la población que vive en el campo y el 64% que vive en las ciudades. También se detectan claras diferencias en las conductas, aspiraciones y patrones de consumo de la juventud profesional de raza negra, de las de sus padres, por citar un par de ejemplos.

La primera diferencia sustantiva se desprende del grupo etario. El consumidor sudafricano de mayor edad, y de manera transversal a lo largo de las razas, tiende a ser muy tradicional y conservador, con poca propensión a innovar consumiendo otros productos alimentarios, o a adoptar otras modas y costumbres. Por lo general, es un grupo etario con muy poca experiencia de vida en el extranjero. En materia gastronómica, la población de mayores recursos económicos de este grupo etario prefiere restaurantes tradicionales de cocina internacional (francesa, italiana y mediterránea) con menús que proporcionan platos conocidos. En el caso de los mejillones, estos son, normalmente entradas y platos de fondos de mejillones cocinados con vino, ajo y mantequilla. En sus decisiones de consumo, suele primar su conocimiento del producto, su preferencia por el restaurant, y los precios de las diferentes alternativas. Este grupo (y los jóvenes de origen afrikaner) también tiene una clara preferencia por los asados (braai), ocasiones en las que les gusta disfrutar de mariscos y pescados, junto a las tradicionales carnes de una amplia variedad de animales.

El consumidor sudafricano más joven, particularmente el de raza negra, con educación universitaria y poder adquisitivo alto o medio, por contraste, se destaca por sus aspiraciones por seguir patrones occidentales y sofisticados. Suelen disfrutar, junto a la familia o grupos de amigos, de la gastronomía marina en las extensas cadenas de restaurantes de mariscos y pescados, particularmente las conocidas como *gourmet fast food*, donde prefieren las bandejas surtidas de mariscos y las paellas, para compartir con la familia o los amigos. También tiene una marcada preferencia por los restaurantes de alta gama, de cocina internacional. Bautizados como los “diamantes negros”, esta joven y nueva clase media es en gran medida el motor que le imprime dinamismo al mercado sudafricano y suele estar muy bien informada.

2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, inocuidad, etc.)

Una tendencia destacada que se ha estado manifestando en el joven consumidor sudafricano de clase media, es una mayor preocupación por la inocuidad y efectos positivos de los alimentos en la salud. Si bien no alcanza aún los niveles que imperan en otros países de similar desarrollo. La obesidad se ha transformado en un grave problema de salud pública, en parte atribuible a los hábitos alimentarios de la población que, por lo general, se caracterizan por platos de alto contenido calórico. En la población de menores recursos, por cierto, se debe a su alto consumo de platos preparados con maíz y harina.

A lo anterior, cabría agregar una mayor preocupación por la sustentabilidad, la que se ha traducido en la promoción y mayor oferta en el comercio on y off trade de mejillones, pulpos y jurel, para reducir el impacto negativo que ha tenido en la fauna marina el consumo de crustáceos. Supermercados de alta gama, como Woolworths destaca este atributo en la publicidad de muchos de sus productos marinos y acuícolas.

Foto 3
Mejillones con Etiqueta Fishing for the Future (Woolworths)

Mejillones Congelados Cadena Woolworths
 Productos: Our Fishmonger y Woolworths Foods
 Etiqueta *Fishing for the Future*, destacando la sustentabilidad de los productos



También se ha ido desarrollando una mayor propensión a usar internet como vehículo de compras, especialmente para ordenar comida a domicilio, si bien a niveles muy reducidos aún, en comparación a países de niveles similares de desarrollo.

VII. Benchmarking (Competidores)

1. Principales marcas en el mercado (*locales e importadas*).

Para reseñar las principales marcas distribuidas en los supermercados, se visitaron sucursales de:

- **Woolworths:** Quinta mayor cadena de supermercados en África y Sudáfrica, según cifra de negocios (US\$3.766.355.000 en 2015). Tiene 65 establecimientos en 11 países africanos.

<http://www.woolworths.co.za/store/>

- **Pick n Pay:** Cuarta mayor cadena de supermercados en África y Sudáfrica, según cifra de negocios (US\$4.765.738.000 en 2015). Tiene presencia en 7 países de África Austral, además de Sudáfrica, con 1.410 sucursales.

[http://shop.pnp.co.za/b2c_pnp/b2c/display/\(layout=5.1-6_2_4_90_89_8_3&area=%24ROOT\)/do?rf=y](http://shop.pnp.co.za/b2c_pnp/b2c/display/(layout=5.1-6_2_4_90_89_8_3&area=%24ROOT)/do?rf=y)

- **Checkers/Shoprite:** La mayor cadena del retail en África y Sudáfrica, según cifra de negocios (US\$8.433.616.000 en 2015). Tiene 25% de sus establecimientos fuera de SA.

<https://www.shoprite.co.za/>

Foto 4
Supermercados Woolworths



Mejillones de la Costa Occidental
Apanados, con mantequilla y ajo
Fabricante: Woolworths
Procedencia Materia Prima: Sudáfrica
ZAR84,65 (US\$6,66) – 510 gr



Mejillones de la Costa Occidental
Con limón, mantequilla y ajo
Fabricante: Woolworths
Procedencia Materia Prima: Sudáfrica – Bahía Saldanha
ZAR89,99 (US\$7,08) – 500 gr



Mix de Mariscos para Paella

Fabricante: Woolworths

Procedencia Materia Prima: Sudáfrica

ZAR84,99 (US\$6,69) – 360 gr



Mejillones - Media concha

Fabricante: Woolworths

Procedencia Materia Prima: Sudáfrica

ZAR55,00 (US\$4,32) – 320 gr

Foto 5
Supermercados Pick n Pay



Carne de Mejillones

Fabricante: Supapackers Fish Processors

Procedencia Materia Prima: Chile

ZAR39,99 (US\$3,15) – 500 gr



Mix de Mariscos

Fabricante: Supapackers Fish Processors

Procedencia Materia Prima: China

ZAR54,00 (US\$4,25) – 800gr



Mejillones - Media Concha
Fabricante: Breco Seafoods

Procedencia Materia Prima: Sudáfrica - Bahía Saldanha
ZAR71,99 (US\$5,67) – 450 gr



Mix de Mariscos

Fabricante: Breco Seafoods
Procedencia Materia Prima: China
ZAR54,00 (US\$4,25) – 400 gr

Foto 6
Supermercados Checkers



Mix de Mariscos

Fabricante: Breco Seafoods
Procedencia Materia Prima: China
ZAR59,99 (US\$4,72) – 800 gr



Mix de Mariscos

Fabricante: Fisherman's Deli
Procedencia Materia Prima: China
ZAR52,99 (US\$4,17) – 400 gr

Foto 7
Tienda Gourmet Thrupps



Mix de Mariscos

Fabricante: Thrupps

Procedencia Materia Prima: Mozambique
ZAR19,96 (US\$1,57) – 416 gr



Mejillones Cocidos

Fabricante: Thrupps

Procedencia Materia Prima: Mozambique
ZAR24,38 (US\$1,92) – 254 gr



Mejillones - Media Concha

Fabricante: Thrupps

Procedencia Materia Prima: Mozambique
ZAR40,89 (US\$3,22) – 284 gr

2. Segmentación de competidores

La segmentación de competidores cruza, esencialmente los sectores de nicho y *best value*. En el primero, que abarca tiendas gourmet, restaurantes de alta gama, está abastecido principalmente por el producto local, el que tiene la ventaja de llegar fresco o refrigerado, y por lo tanto manteniendo sus cualidades. En ocasiones el mejillón proveniente de Mozambique ingresa también en este nicho. En parte, este nicho también es ocupado por los mejillones locales preparados y congelados que se distribuyen en los supermercados de alta gama, si bien la calidad es un factor que cuenta menos en relación al precio.

El segmento *best value* está constituido principalmente por las cadenas masivas de restaurantes de gastronomía marina y mediterránea. En este, la calidad del mejillón tiene mucho menos relevancia y predomina el factor precio. De acuerdo a una de las ejecutivas de una empresa distribuidora, la cultura de consumo del mejillón aún está en desarrollo en Sudáfrica, especialmente en las regiones interiores, razón por lo cual hay una limitada oferta de variedades de platos, y por ende una menor preocupación por la calidad del insumo.

3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado

Hay, básicamente, dos atributos de diferenciación. El primero radica en el origen, siendo preferido el mejillón neozelandés, el chileno y el mitílido cultivado localmente. Estos atributos se destacan, tanto en los productos que se distribuyen en el retail, como en los menús de los restaurantes, en particular los de gastronomía fina. El segundo atributo está vinculado a la sustentabilidad de la producción y la mitigación de su impacto negativo en el medio ambiente y en la fauna y flora marina. Este atributo es especialmente destacado por los productos distribuidos por las cadenas de supermercados de alto rango, como Woolworths (ver Foto 4). Para estos efectos, se usan sellos propios (Fishing for the Future) y se destaca en la etiqueta su conformidad con los estándares establecidos en la Iniciativa de África Austral para la Sustentabilidad de los Frutos del Mar (SASSI, por sus siglas en inglés). Un tercer atributo de diferenciación, que usualmente refuerza el del origen, es la preparación más elaborada y los envases más atractivos de los mejillones locales distribuidos en los supermercados.

No se han detectado atributos de diferenciación como Halal o Kosher u orgánicos.

4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado

Como se ha señalado en la sección 1 (Principales Marcas en el Mercado), los mejillones chilenos han sido detectados en la cadena de supermercados Checkers, fabricados por la empresa Supapackers Fish Products, bajo el formato de carne de mejillones, congelados, en bolsas de 500 gramos. No se ha detectado un producto exactamente similar, siendo los más cercanos los mejillones con media concha, de origen sudafricano, cuyo precio, por kilo, es de US\$12,60, comparado con US\$6,30 cobrado por el mejillón chileno.

5. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales

Los supermercados sudafricanos no se caracterizan por realizar degustaciones de productos. Generalmente las promociones consisten en la rebaja del precio del producto por unos días, generalmente motivadas por la necesidad

de apurar la rotación del producto en sus góndolas, las que también son difundidas a través de su publicación en sus revistas o en sus sitios on-line.

Los restaurantes, especialmente aquellos localizados en Ciudad del Cabo o en los más atractivos pueblos de los valles de vinos localizados en la provincia de Western Cape, como Stellenbosch, Constantia, Paarl y Franschhoek, suelen realizar promociones de los mejillones de Bahía Saldanha en días festivos, tales como el *Heritage Day* (también conocido como el Braai Day, o Día Nacional del Asado). Como una manera de promover el uso de los mejillones en los restaurantes de alta gama, algunos intermediarios han señalado su intención de implementar campañas para difundir entre los chefs y consumidores una mayor gama de platos sofisticados basados en el uso de los mejillones.

La industria de la acuicultura está incluida en lo que el gobierno ha denominado la Operación Phakisa, esto es un plan de fomento del desarrollo de la Economía del Océano. De acuerdo a este plan, el sector tiene un gran potencial de crecimiento ya que se trata de una industria joven, con baja escala de producción, y que debería contribuir a diversificar la canasta de productos marinos y acuícolas. Entre sus iniciativas se encuentra la constitución de un fondo, administrado por el Departamento (Ministerio) de Agricultura, Pesca y Silvicultura – DAFF - para financiar nuevos proyectos, entre los cuales figura la expansión de la capacidad de producción de mejillones en Bahía Saldanha.

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Según lo manifestado por actores relevantes del mercado, si bien los mejillones neozelandeses y chilenos son bien apreciados, el canal HORECA, las cadenas de supermercado y, en última instancia el consumidor, privilegian la producción local, por un tema de precios, porque se distribuyen frescos o refrigerados a los restaurantes y tiendas familiares, y porque se ajusta a los gustos sudafricanos en lo que se refiere a calibre, textura, aroma, sabor y tamaño (más pequeños que el neozelandés), forjados por su tradicional conocimiento de este producto. Las fuentes consultadas destacaron las similitudes entre el producto sudafricano y el chileno, diferenciándolo del neozelandés por considerar que éste último tiene una carne menos tierna.

Las importaciones de mejillones, las que aproximadamente cubren entre 20% y 25% del mercado, tienen por objetivo principal suplementar la producción local, particularmente para el uso de este insumo alimentario en la elaboración de platos preparados, tales como paellas (mix de mariscos), y diversos platos ofrecidos en los menús de los restaurantes. Para estos efectos es menos relevante la calidad y atributos del producto, y adquiere más importancia el precio. Por esta razón, las importaciones se han concentrado en la oferta china, la que tiene un precio más conveniente si bien su calidad es mucho menos apreciada (especialmente en lo que se refiere al sabor). China ofrece, además, una gran escala en términos de volumen, lo que permite acceder a su suministro a un precio más conveniente que el de mejillones de otras procedencias. Otro factor que favorece la importación desde China es la volatilidad de la oferta local, la cual se ve afectada frecuentemente por problemas de toxinas presentes en las aguas y por la irrupción de la marea roja. Debido a ello, con frecuencia la compra es *spot* (para suplementar la

escasez de la producción local), y China ofrece ventajas en ese sentido, al estar capacitada para responder de manera relativamente rápida ante la demanda. Uno de los importadores entrevistados, y que ha hecho negocios con una empresa chilena recientemente, señaló que un problema adicional es que las empresas chilenas fijan el precio según el tamaño del mejillón, en cambio los chinos establecen sus precios conforme al peso (por kilogramo), lo que lo hace más conveniente aún.

La entrada en vigencia del TLC entre Sudáfrica y la UE ha permitido importar desde España, libre de arancel, una mayor cantidad de productos de la subpartida 0307.39 (mejillones ahumados, congelados secos, salados en salmuera, con o sin cáscara), en contraste con la tarifa de 25% que deben cancelar las importaciones procedentes de otros mercados.

El mejillón verde (*Perna canaliculus*), procedente de Nueva Zelanda, es también apreciado en el mercado sudafricano, debido a su calidad. Sin embargo, las opiniones difieren entre los diferentes ejecutivos entrevistados en cuanto a la apreciación de su calibre: algunos sostienen que es una ventaja y otros que no. Algunos de ellos también señalaron que su carne es menos tierna que la del mejillón sudafricano o chileno.

En general, la calidad de los mejillones chilenos (mejillón negro) es bien evaluada entre los actores del mercado que los conocen (por su carne y por el parecido de su sabor con el del producto sudafricano), pero su precio no es lo suficientemente competitivo frente al producto chino. El producto más apreciado es el del mejillón de media concha (por los factores ya señalados más la buena conformación y dureza de su concha), pero el segmento del mercado en el que la oferta chilena ha podido penetrar es el de la carne de mejillones (distribuida en bolsas de mejillones congelados en algunos supermercados), donde su calidad permite compensar su mayor precio relativo al mejillón chino. Un obstáculo adicional es que, de acuerdo a lo señalado por los actores entrevistados, el proveedor local de mejillones, fuertemente subsidiado por el Estado, ha adoptado la política de ajustar sus precios conforme a los precios de las importaciones chinas, para mantener su participación en el mercado local.

Los actores entrevistados también destacaron que Sudáfrica, en su conjunto y salvo las provincias costeras, no tiene una larga tradición de consumo de mejillones, por lo que estiman que es necesario educarlo, y, en el caso chileno, realizar campañas que permitan un mayor conocimiento de los atributos de sus mejillones. Esas iniciativas son particularmente relevantes para el segmento ABC1, y en la provincia de Gauteng (donde se localizan Pretoria/Tshwane y Johannesburgo), donde radican las fuerzas que están sosteniendo el crecimiento del consumo de mejillones, el que se estima se proyectará a una tasa del 5% anual en los próximos años.

IX. Fuentes de información relevantes

Departamento (Ministerio) de Agricultura, Pesca y Silvicultura, DAFF
<http://www.daff.gov.za/>

Departamento (Ministerio) Nacional de Salud
<http://www.health.gov.za/>

Departamento (Ministerio) de Comercio e Industria), DIRCO
<http://www.dirco.gov.za/>

Fish SA, portal de noticias del sector de la pesca en Sudáfrica
<http://www.fishsa.org/>

Regulador Nacional de Estándares Obligatorios de Sudáfrica, NRCS
<http://www.nrsc.org.za/>

Noticias de la Industria de la Pesca
<http://www.absolutely-write.com/>

Informe sobre el Mercado de la Acuicultura en la Provincia de Western Cape, Sudáfrica (2011)
<http://www.greenagri.org.za/assets/documents-/Projects-Research/Aquaculture/Market-development-study.pdf>

Informe sobre la Acuicultura en Sudáfrica (diciembre de 2016)
<file:///C:/Users/Admin/Downloads/SA%20Aquaculture%20Review%20World%20Aquaculture%20Magazine.pdf>