



El Mercado de Cangrejos en Tailandia

Junio 2017 Oficina Comercial en Tailandia



Oportunidades para exportadores chilenos de Jaibas

Los productos del mar están bien integrados en los platos locales. El consumo medio anual de productos del mar en Tailandia es de 32 a 36 Kg por persona. El mercado de jaibas en Tailandia es pequeño y apunta principalmente a consumidores de clase media y alta. Los cangrejos marrones son menos consumidos en Tailandia ya que la mayoría se ofrece en hoteles de gama alta y en algunos restaurantes. Por esta razón, el consumidor promedio prefiere los cangrejos locales que se pueden encontrar fácilmente en estado fresco en mercados locales y con un menor costo de transporte.

En el mercado tailandés existen varios proveedores de cangrejos en general como Canadá, Estados Unidos, Bahréin, Pakistán, China y Rusia. Para el caso de Chile, la reducción gradual de los aranceles de importación a Tailandia aumentará la competitividad del producto en el mercado. La oferta chilena de cangrejos en 2016 correspondió en un 96% a Centollas HS 03061421.

Principales Países Proveedores.

En 2016, Tailandia importó cangrejos (código arancelario local 03061490) por un total de US\$ 25 millones. El principal exportador a Tailandia fue Canadá, con US\$ 7 millones, seguida de Estados Unidos con US\$ 5,8 millones, Bahréin y Pakistán con US\$ 2,1 millones. Las importaciones totales aumentaron en 61,2% en el periodo 2015/16, y en 86,1% durante el periodo 2014/16.

Exportaciones chilenas

Chile es el séptimo proveedor de cangrejos a Tailandia, con US\$ 1,1 millones en 2016. Las exportaciones chilenas a Tailandia en 2016 correspondieron casi exclusivamente a centollas, las cuales aumentaron desde US\$ 0,51 millones en 2014, un incremento del 114,5% en el período 2014/16. Se espera que las cifras de las exportaciones chilenas a Tailandia continúen aumentando durante el 2017 considerando la reducción de los aranceles de importación producto del TLC entre ambos mercados.

Situación arancelaria aplicable a Chile

En 2017, el arancel para cangrejos chilenos está exento bajo el código tarifario 03061490.

Análisis y comentarios

Las importaciones de productos del mar en Tailandia son dominadas por China, y en el caso de cangrejos es dominado por Canadá. En relación a los gustos y preferencias, Tailandia comenzó a adoptar la cultura gastronómica japonesa alrededor del año 2000 lo que ha llevado a que el sabor adecuado para los tailandeses sea mas similar al de los cangrejos del país asiático que a las de Chile. Por otra parte existen cangrejos de extracción local (jaibas azules y negras), que cuestan menos que los importadas y que son preferidas entre los consumidores locales. A esto se suma que la oferta chilena es prácticamente desconocida entre los clientes locales. Chile debe aprovechar el TLC con Tailandia para mejorar la imagen del producto nacional, además de posicionar a Chile como productor y exportador de cangrejos dado que el arancel de importación actualmente es cero.

El último informe publicado por la Oficina de Desarrollo Económico y Social Nacional (NESDB) de Tailandia indica que el PIB nacional del 2015 fue un 2,9%, comparado con un 0,9% del 2014. Entretanto, los gastos de consumo privado subieron a un 2,2% en comparación con un 0,9% del 2014. Entre los gastos a nivel familiar en 2015 se observó un aumento del 2,1% en alimentos y bebidas sin alcohol, contra un 1,3% en 2014; el gasto de restaurantes y hoteles, aumento en un 12,5% en 2015 contra un 2,2% el 2014. Estos datos indican que es posible observar un avance económico en Tailandia que está permitiendo una mayor capacidad de gasto en diversos productos alimenticios, independientemente de la clase social de los consumidores, así como también en el sector privado.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

PAIS	TOTAL MM US\$ 2015	TOTAL MM US\$ 2016	Var.% 15/16
MUNDO	15,8	25,6	61,2%
CANADÁ	4,9	7,1	44,3%
ESTADOS UNIDOS	4,6	5,8	25,6%
BAHRÉIN	0,6	2,1	253,2%
PAKISTÁN	0,7	2,1	211,7%
CHINA	0,6	1,8	184,6%
RUSIA	1,0	1,4	31,3%
CHILE	0,7	1,1	61,6%
JAPÓN	1,0	1,0	6,4%

Fuente: Ministerio de Comercio



Por su parte, los restaurantes siguen aumentando sus ventas al ritmo del progreso económico. La mayoría de los restaurantes buffet en Tailandia ofrecen centollas importados desde Japón o Alaska. Aunque no existen cifras oficiales de respaldo, es muy posible que los restaurantes buffet superen en cantidad al de restaurantes a la carta, dado que los consumidores tailandeses, especialmente los de clase media, tienen el hábito de priorizar el valor y la cantidad más que el sabor en el aspecto gastronómico. Por consiguiente, los consumidores tailandeses en general reconocen a las centollas como cangrejos importados de alta calidad.

Las cifras oficiales del Ministerio de Comercio de Tailandia revelan que solo en el primer semestre de 2017 Tailandia importó US\$ 1,1 millones de cangrejos desde Chile, equivalente a las importaciones totales desde Chile del 2016.

■ La distribución y el consumo de jaiba en Tailandia

El mercado de los cangrejos importados en Tailandia es limitado, sus consumidores son principalmente turistas, visitantes de negocios, expatriados y los tailandeses de mayores ingresos que tienen experiencia con alimentos importados de alta calidad. En muchos casos, los cangrejos importados de alta calidad se venden en hoteles de 4 y 5 estrellas y en restaurantes que ofrecen cocina gourmet, mientras que las jaibas locales se venden en hipermercados y supermercados como Makro, Central Food Hall y Villa Market.

■ Principales actores en la distribución

La distribución de jaibas se ha controlado tradicionalmente a través del canal HORECA. Debido a que no son tan conocidas entre los consumidores locales, las jaibas marrones no están disponibles en hipermercados o supermercados en Tailandia. Sin embargo, la mayoría de la gente prefiere consumir jaibas en forma de buffet en hoteles de lujo o restaurantes como "Pullman King Power", "El Atelier en Pullman Bangkok Grande Sukhumvit Hotel", "Grand Hyatt Erawan", "Crazy Crab Thonglor 13", "Flavors at Renaissance Bangkok Ratchaprasong Hotel", "Red Horno Restaurante Sofitel So Bangkok", The "Berkeley Hotel Pratunam", "Louis Leeman Seafood", "Surf & Turf Pattaya", etc

■ Principales actividades y ferias especializadas para la jaiba

Ferias internacionales relevantes

Thailand Retail, Food Hospitality Services (TRAFS). Bangkok, 13 – 16 Julio, 2017

<http://www.thailandhoreca.com/2017>

Food & Hotel Thailand 2017. Bangkok, 6 – 9 September, 2017 at Bangkok International Trade and Exhibition Centre (BITEC) - <http://www.foodhotelthailand.com/food/2017/en/index.asp>

Makro Horeca 2016. 27-30 October 2016. Nonthaburi, at IMPACT Exhibition and Convention Center - <https://www.businesseventsthailand.com/nc/event-calendar/view/event/750-makro-horeca-2016/>

■ Actividades ProChile 2017

La Oficina Comercial de ProChile en Bangkok apoya las misiones de prospección comercial; organiza visitas a importadores y mantiene una permanente presencia en los eventos vinculados al sector, además de la búsqueda constante de oportunidades comerciales (identificación de compradores potenciales, agendas comerciales, etc.) entre exportadores/importadores en Chile y Tailandia y otros países en ASEAN.



■ Normativas aplicables y requisitos importación

De acuerdo a información proporcionada por el Ministerio de Comercio de Tailandia es necesario contar con una licencia para importar productos alimenticios a Tailandia. La agencia de gobierno responsable de autorizar la importación de productos alimenticios es la “*Food and Drug Administration – FDA*” dependiente del Ministerio de Salud Pública. Vale la pena mencionar que las regulaciones tailandesas prohíben que los alimentos procesados contengan ingredientes obtenidos de organismos genéticamente modificados, tales como “*Cry9C DNA sequence*”, lo que podría afectar potencialmente a maíz congelado, tortillas para tacos, corn chips, corn flakes, maíz molido o harina de maíz. El control de la importación, comercialización, distribución y ventas de los alimentos procesados en Tailandia es compartida por una serie de organismos gubernamentales entre los cuales se encuentran los siguientes:

- Food and Drug Administration: <http://www.fda.moph.go.th/eng/index.stm>; _
- Ministerio de Comercio: <http://www.moc.go.th/index.php/moc-english.html>
- Ministerio de Agricultura y Cooperativas: <https://eng.moac.go.th>;
- Departamento de Aduanas: <http://www.customs.go.th>;
- Revenue Department: http://www.rd.go.th/publish/index_eng.html

■ Conclusiones y recomendaciones

Los productos chilenos, especialmente las jaibas, son relativamente desconocidos entre los consumidores tailandeses. Esto en comparación con otros competidores como Estados Unidos (Alaska) y Japón que son bien conocidos entre los tailandeses puesto que los consumidores consideran sus productos fiables, reconocibles y valiosos. La imagen de calidad que tienen Estados Unidos y Japón influencia el comportamiento del consumidor y la toma de decisión en elegir productos de este origen en lugar de los productos de origen desconocido.

Según el consumo de los cangrejos importados, la gente de clase alta es considerada la principal consumidora de cangrejos en Tailandia, gracias a sus altos ingresos. Además, el número de la gente de clase media ha aumentado en los últimos años debido al crecimiento de PIB con un progreso positivo año a año. Según el dato, se muestra que el poder adquisitivo de los consumidores tailandeses de la clase media ha aumentado, ya que tienen más potencial en pagar y consumir más productos de lujo, en particular, las jaibas. Con la creciente demanda de productos de lujo, esta situación es considerada la buena oportunidad para las centollas chilenas en los mercados tailandeses.

Aunque existe una disponibilidad de cangrejos chilenos en los mercados tailandeses, aún son relativamente desconocidos y necesitan de una promoción para que los consumidores tailandeses los reconozcan. Considerando esta situación es importante que los exportadores chilenos promuevan sus productos, participando en la exposición de alimentos y organizando eventos de degustación de alimentos. Además, se recomienda encarecidamente colaborar con los importadores locales en organizar actividades de promoción para alentar a los consumidores y, al mismo tiempo, anunciar sus productos en línea a través de las redes sociales para acercarse a su grupo objetivo.

Lo más importante es que Chile ya se ve beneficiado en que los cangrejos chilenos están presentes en el mercado aunque su oferta sea limitada, y al TLC entre los dos países en los que los cangrejos chilenos están exentos del arancel, lo que significa un menor precio de importación y ventaja competitiva frente a otros proveedores.