

## **PERFIL DE MERCADO MERLUZA – JAPON**

**ProChile Tokio, Diciembre 2007**

**CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:** 0303.781100

**DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:** Merluza común (Merluccius Gayi Gayi) entera, congelada

**CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL**

0303.78-010 Hake (Merluccius spp.) (excluding fish fillet, other fish meat, livers and roes), frozen

**SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA**

**ARANCEL GENERAL:** 3.5%

**ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:** NO EXISTE

**OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:** NO

**OTROS IMPUESTOS**

(CIF + arancel de importación) x 5%(Impuesto al Consumo)

**REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO**

**ETIQUETADO:**

**Food Sanitation Law**

**Merluza congelada que se vende envasada debe ser etiquetado según lo estipulado en la Food Sanitation Law de acuerdo a los ítems listados a continuación:**

- Nombre del Producto
- Si es crudo y ya esta cocinado
- Aditivos (sí corresponden)
- Fecha caducacion
- Método de Preservación
- Nombre y Dirección del Importador

**Contacto:**

*Office of Imported Food Safty, Inspection and Safety Division, Department of Food Safety, Pharmaceutical and Food Safety Bureau, Ministry of Health, Labour and Welfare*

Tel: 81-3-5253-1111 Fax: 81-3-3503-7964 (Direct)

<http://www.mhlw.go.jp/english/index.html>

## **Ley JAS**

La ley Jas law establece los estándares de calidad para los productos alimentarios frescos, (incluyendo los congelados) y determina ciertas exigencias mínimas a ser incluidas en las etiquetas de los productos vendidos a los consumidores. La ley requiere que los siguientes ítem sean incluidos en la etiqueta, el envase o empaque en un lugar visible, o para mostrarlo en un lugar visible adyacente a los productos pesqueros frescos ( también se incluyen los congelados). Además la ley requiere que la etiqueta de los filetes de Merluza que fueron congelados anteriormente y luego descongelados que se incluya el término "descongelado"; Aquellos productos que son de origen cultivado, debe explicitarse "cultivado".

- Nombre del Producto
- País de Origen
- Descripción de "descongelado" si corresponde
- Descripción de "cultivo" si corresponde

### **Contacto:**

Labelling and Standards Division, Food Safety and Consumer Affairs Bureau,  
Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries

Tel: 81-3-3502-8111 Fax: 81-3-3502-0594(Direct)

[http://www.maff.go.jp/soshiki/syokuhin/hinshitu/e\\_label/index.htm](http://www.maff.go.jp/soshiki/syokuhin/hinshitu/e_label/index.htm)

## **Ley de Medición**

Cuando se venden los filetes de Merluza frescos o congelados debe explicitarse claramente el contenido en volúmen. Cualquier diferencia debe estar dentro de los límites autorizados

## **Etiquetado según la Ley de Promoción de Utilización Eficaz de los Recursos**

Cuando son utilizados papeles o plásticos como material de embalaje, estos deben estar identificados con una etiqueta al menos en uno de los lados del contenedor.

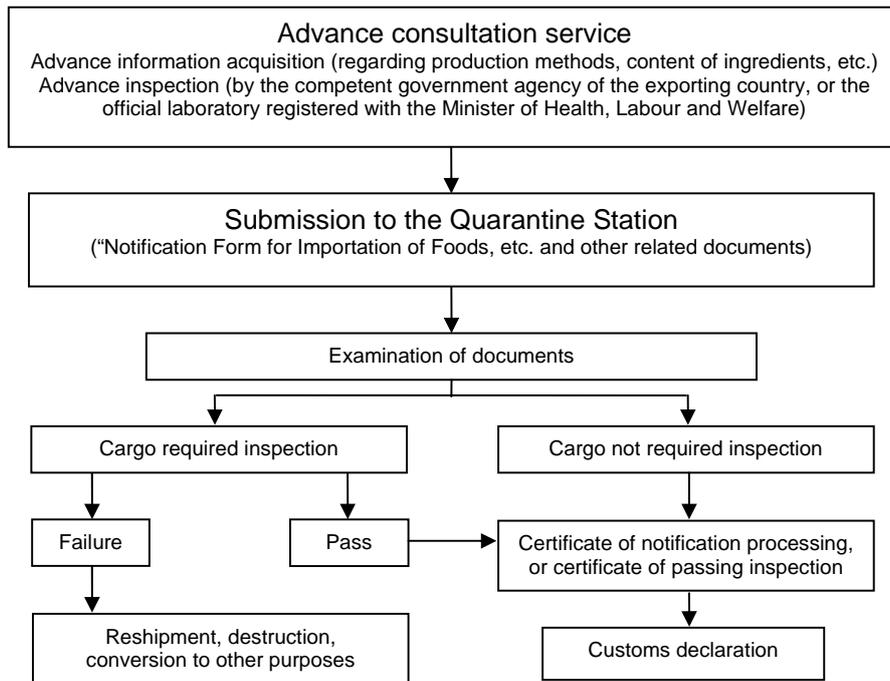
## **BARRERAS PARA ARANCELARIAS**

La importación de Merluza congelada está sujeta a las normas dictadas en la Ley de Sanidad Alimentaria y también en la Ley sobre Operaciones Pesqueras por Extranjeros.

## **Ley de Sanidad Alimentaría**

Bajo esta ley es necesaria una Notificación de Importación para Merluza congelada destinada a venta u otros propósitos. Los importadores deberán presentar la "Notification Form for Importation

of Food, etc.” , junto con otros documentos requeridos (Certificado sanitario emitido por la competente agencia gubernamental de los países exportadores de desde áreas con cólera existente), a la estación cuarentenaria en el puerto de entrada. Sobre la base del examen de este documento, se determina si es o no requerida una inspección.



La Ley de Sanidad Alimentaria define los estándares de composición, estándares de procesamiento y estándares de preservación para Merluza hervidos, frescos y congelados y si son aptos para el consumo en crudo. Además los importadores respectivos deben enterarse si cumplen con los estándares para el uso de colorantes artificiales.

Antes de la importación, los importadores pueden tomar muestras de la próxima importación y enviarla a los laboratorios registrados por el “Ministry of Health, Labour and Welfare” o a la agencia gubernamental competente de los países exportados. Los resultados de esos exámenes pueden ser enviados a la oficina de inspección en el puerto de la entrada, lo que permite sustituir el control de aditivos en el proceso de alzamiento de la cuarentena.

**ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (Valores CIF)**

**0303.78-010 -Hake (Merluccius spp.) (excluding fish fillet, other fish meat, livers and roes), frozen**

**AÑO 2006**

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (tons)	MONTO (Millones US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
<b>CHILE (1)</b>	<b>260.19</b>	<b>1.02</b>	<b>64.77%</b>
NUEVA ZELANDIA	97.78	0.36	23.27%
ARGENTINA	72.39	0.19	11.96%
<b>SUBTOTAL</b>	<b>430.36</b>	<b>1.57</b>	<b>100.0%</b>
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>430.36</b>	<b>1.57</b>	<b>100.00%</b>

**AÑO 2005**

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Ton)	MONTO (Millones USA)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
NUEVA ZELANDIA	335.13	1.31	40.83%
COREA SUR	217.20	0.91	28.4%
<b>CHILE (3)</b>	<b>197.47</b>	<b>0.79</b>	<b>24.77%</b>
ARGENTINA	57.28	0.18	5.65%
<b>SUBTOTAL</b>	<b>807.08</b>	<b>3.19</b>	<b>99.65%</b>
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>813.09</b>	<b>3.21</b>	<b>100.00%</b>

**AÑO 2004**

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Tons)	MONTO (Millones US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
NUEVA ZELANDIA	982.41	3.87	54.55%
<b>CHILE (2)</b>	<b>418.99</b>	<b>1.53</b>	<b>21.53%</b>
COREA SUR	270.63	0.94	13.24%
ARGENTINA	158.73	0.42	5.86%
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1,830.76</b>	<b>6.76</b>	<b>95.18%</b>
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>1,987.83</b>	<b>7.09</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: World Trade Atlas

## POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Es un producto con demanda limitada y que ha estado disminuyendo desde el año 2004, en que las importaciones fueron de U\$ 7,09 millones. En el año 2006 las importaciones cayeron en un 51,14% con respecto al año precedente. Es un producto que esencialmente se comercializa para restaurantes y algo en supermercados, así como para las raciones alimenticias en colegios.

Este es un producto que se vende especialmente para ser procesado y luego ser vendido en supermercado frito y apanado para el consumo diario (es común ver en los supermercados japoneses a la hora de almuerzo, pescados recién fritos apanados para el consumo diario de las dueñas de casa, así como en cajitas plásticas para el consumo de los oficinistas como obento = comida preparada para llevar).

Se considera que es un producto caro, por lo que su demanda ha disminuido en los últimos años.

## PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$) Y MAYORISTA.

### Precios CIF promedios de Merluza de principales exportadores

Unidad: US\$ por  
kg

Rank	País	2004	2005	2006	dif. % 06/05
	--World--	3.57	3.94	<b>3.64</b>	-7.61
<b>1</b>	<b>Chile</b>	<b>3.64</b>	<b>4.02</b>	<b>3.90</b>	<b>-2.99</b>
2	Nueva Zelandia	3.94	3.91	<b>3.73</b>	-4.60
3	Argentina	2.62	3.16	<b>2.59</b>	-18.04
4	Uruguay	1.85	1.85	-	-

Fuente: World Trade Atlas

Al observar el cuadro de arriba podemos ver claramente que el precio de la Merluza chilena está por sobre el promedio de importación mundial en el año 2006, con una caída de un 2,99 % con respecto al año anterior. Es sintomático en todo caso, la disminución de precios promedio de un 7,61% en el mismo período.

## ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Al nivel de país, los países suministradores de estos productos no hacen campañas ni actividades promocionales.

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La Merluza congelada importada es comprada directamente por los procesadores japoneses en el caso que es para ser utilizada para procesar en Japón, y su posterior distribución en restaurantes, colegios, y para los supermercados en que se vende como producto frito y apanado.

## CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

①



②



③



**Paquetes para supermercados**  
**Filetes para vender por peso**  
**Filetes congelados**

## SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANTENCIÓN Y/O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO.

Este es un producto que tiene un nicho de mercado específico que es esencialmente el de los supermercados (que lo venden diariamente como pescado de carne blanca frito y apanado, sin hacer mención a su origen), algunos restaurantes, especialmente aquellos orientados a la preparación de comidas de uso cotidiano en el mundo occidental, así como también para las preparaciones de las dietas escolares y las raciones diarias de "obento" para los oficinistas.

En todos los casos antes mencionados, no se hace referencia a su nombre y origen, y es un producto que llega a un mercado en que la variable precio es de alta relevancia.

Todo lo anterior limita la expansión de este producto en el mercado japonés, si se mantiene el actual nicho de mercado como "mercado objetivo".

La alternativa que permita aumentar la potencialidad de este producto, pasa necesariamente por un cambio en la orientación del mercado objetivo, que permita acceder a un reconocimiento de la calidad y en consecuencia poder estar en condiciones de exigir un mejor precio por el producto. Para obtener esto es necesario estar de acuerdo con los importadores en cuanto a una estrategia que permita variar de mercado objetivo, o en su defecto evaluar el cambio de la actual cadena de distribución que se utiliza.

## **FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS**

### **TOKIO:**

FOODEX JAPAN (1 vez al año)

<http://www2.jma.or.jp/foodex/en/index.html>

JAPAN INTERNATIONAL SEAFOOD & TECHNOLOGY EXPO (1 vez al año)

[http://www.exhibitiontech.com/seafood/e\\_index.html](http://www.exhibitiontech.com/seafood/e_index.html)

### **OSAKA:**

JAPAN INTERNATIONAL SEAFOOD & TECHNOLOGY EXPO, OSAKA (1 vez al año)

<http://www.exhibitiontech.com/seafoodosaka/>

### **KITAKYUSYU:**

INTERNATIONAL FOOD FAIR (cada 2 años)

<http://www.kix.or.jp/iff/>

## **OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE**

**JAPAN FISH TRADERS ASSOCIATION**

<http://www.jfta-or.jp>