



**ESTUDIO DE MERCADO  
FRUTOS DE CAPSICUM  
O PIMIENTA AJI  
EN NUEVA ZELANDA**



**ProChile Nueva Zelanda**  
Abril, 2009



## Índice

- 1.- Introducción
- 2.- Información del Producto
  - 2.1. Código sistema armonizado chileno SACH
  - 2.2. Descripción del producto
  - 2.3. Código sistema armonizado local
- 3.- Situación Arancelaria y Para-Arancelaria
  - 3.1. Arancel general y preferencial
  - 3.2. Otros impuestos
  - 3.3. Requisitos de Ingreso
  - 3.4. Requisitos de Etiquetado
- 4.- Estadísticas de Exportación e Importación
  - 4.1. Análisis estadísticas exportación
  - 4.2. Análisis estadísticas importación
- 5.- Potencial del Producto
- 6.- Precios de referencia Retail (US\$)
- 7.- Sugerencias y Recomendaciones del Director Comercial
- 8.- Anexo – Fuentes de Información



## **1. Introducción**

Hasta Diciembre del 2008 el total de las importaciones mundiales a Nueva Zelanda de frutos de los géneros capsicum o pimienta – secos, triturados o pulverizados – superó los 2 millones de dólares americanos, manteniéndose estable en relación con los dos años anteriores.

Sus principales proveedores, en términos de cantidad, son India, Malasia, y España, con una participación de mercado de 25%, 22% y 11% respectivamente en el año 2008.

Nueva Zelanda ha mantenido estable su volumen de importación a lo largo de los años estudiados (2006-2008). Los principales consumidores de este producto lo conforman restaurantes asiáticos, indios, tailandeses y mexicanos, entre otros, los cuales se caracterizan por su cocina condimentada y picante.



## 2. Información del Producto

2.1. CODIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:  
0904.20.00

2.2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:  
Condimentos

2.3. CODIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:  
0904.20.00  
Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta, dried or crushed  
or ground

## 3. Situación Arancelaria y Para - Arancelaria

3.1. Arancel General Preferencial:

Chile posee arancel cero, ya que, es uno de los países que integra el Acuerdo Transpacífico de Asociación Económica Estratégica.<sup>i</sup>

3.2. Otros Impuestos: <sup>ii</sup>

- a) IVA (GST “goods and services tax”) del 12.5%
- b) Pago de entrada por transacciones de importación (Import Entry Transaction Fee) de NZD\$24.75 (GST incluido)
- c) Recaudación de investigación del riesgo, recolectado por aduana en nombre del Ministerio de Agricultura (Ministry of Agriculture and Forestry/Biosecurity New Zealand (MAFBNZ)) de NZD \$4.00

---

<sup>i</sup> Para mayor información:

<http://www.customs.govt.nz/nr/rdonlyres/b784ca5d-f437-43c6-9716-d12302bdb483/0/tariff09.pdf>

<sup>ii</sup> Para mayor información: <http://www.customs.govt.nz/library/Working+Tariff+of+New+Zealand/default.htm>



### 3.3. Requisitos de Ingreso:

Hierbas y especias granuladas pueden ser importadas a Nueva Zelanda bajo las indicaciones estipuladas en la sección 9.4 del documento que se adjunta en el siguiente link <http://www.biosecurity.govt.nz/files/ih/bnz-npp-human.pdf>

Para especias secas y trituradas no existen requerimientos de certificación o inspección mientras que el producto sea manufacturado y producido en forma comercial.

Para importar ajíes secos o en hojuelas se requiere una inspección al momento de ingresar.

Mayor información al pie de página.

### 3.4. Requisitos de Etiquetado<sup>iii</sup>:

La etiqueta debe estar escrita en ingles. Se puede incluir otro idioma, pero no debe contradecir lo especificado en ingles.

Dependiendo de las características del producto el etiquetado debe incluir toda o alguna de la siguiente información:

- Nombre del producto
- Identificación del lote
- Nombre y dirección comercial del proveedor
- Advertencia de ingredientes específicos (por ejemplo aquellos que pueden generar alergias)
- Lista de ingredientes
- Lista de aditivos
- Fecha de elaboración
- Instrucciones de uso y requerimientos de almacenamiento
- Panel de información nutricional
- Peso neto y volumen

---

<sup>iii</sup> Para mayor información <http://www.nzfsa.govt.nz/consumers/food-safety-topics/food-processing-labelling/food-labelling/fact-sheets/fact-sheet-labelling-advertising-4.htm>

#### 4. Estadísticas de Exportación e Importación

**Tabla 4.1**  
**Nueva Zelanda Estadísticas de Exportación**

Artículo: 0904, Pimienta Del Género Piper; Frutos De Los Géneros Capsicum O Pimenta, Secos, Triturados O Pulverizados

Hasta la fecha: Enero - Diciembre

País Socio	Unidad	2006		2007		2008	
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad
El Mundo	KG	136092	18632	155800	22319	129617	17240
Samoa Occidental	KG	47653	2568	43809	2004	53680	2699
Australia	KG	54273	12471	34794	5437	32476	10739
Fidji	KG	13882	1487	18801	2915	14005	955
España	KG	0	0	0	0	9263	660
Islas Cook	KG	4619	802	7607	1390	6747	777
Tonga	KG	4628	458	5774	288	4372	335
Islas Wallis y Futuna	KG	2481	125	2813	145	3223	156
Vanuatu	KG	1125	72	2010	119	1803	179
Polinesia Francesa	KG	150	22	5596	452	1589	86
Nueva Caledonia	KG	1568	222	4395	900	1558	547
Norfolk Isla	KG	0	0	335	42	395	74
Malasia	KG	309	98	0	0	360	25
Papua Nueva Guinea	KG	374	15	123	5	75	3
Niue	KG	11	1	73	51	71	5
Samoa Americana	KG	0	0	4287	264	0	0
China	KG	0	0	24758	8301	0	0
Singapur	KG	0	0	501	1	0	0
Tuvalu	KG	0	0	124	5	0	0
Emiratos Arabes Unidos	KG	19	10	0	0	0	0
Reino Unido e Irlanda	KG	152	1	0	0	0	0
Estados Unidos de Norte América	KG	4848	280	0	0	0	0

Fuente: Estadísticas Comercio Exterior – Global Trade Atlas



#### 4.1 Análisis Estadísticas de Exportación

El volumen total exportado de frutos de los géneros capsicum o pimienta, secos, triturados o pulverizados por Nueva Zelanda en el 2008<sup>iv</sup> fue de 17.240 kilos, disminuyendo en aumentando en 7.47% en relación al exportado en el 2006. Por su parte, el valor económico total fue de 129.617 dólares americanos, disminuyendo en un 4,75% en el mismo periodo.

La cantidad exportada muestra diversas tasas de crecimiento de un año al otro. Entre los años 2006 y 2007 la cantidad aumenta en un 19,78%, en cuanto entre los años 2007 y 2008 esta disminuye en un 22,75%. El valor económico muestra la misma tendencia, con un aumento de 14,48% entre los años 2006 y 2007 y una disminución del 16,8% entre los años 2007 y 2008.

Cabe destacar que la disminución de la cantidad exportada entre los años 2007 y 2008 se debe a la disminución en demanda por parte de 10 países. El total de la cantidad exportada a este grupo de países disminuyó en un 83% en el último año.

El principal importador de frutos de los géneros capsicum o pimienta, secos, triturados o pulverizados neozelandeses en el 2008, en términos de volumen, es Australia, con una participación de mercado del 62,29%. Luego, con una participación bastante menor pero más estable en el tiempo, Samoa Occidental abarcando un 15,65% y finalmente Fiji con una contribución del 5,5%.

En términos de precio unitario este varía considerablemente dependiendo del destino. Australia, siendo el principal destino, presenta un precio unitario de USD 3,02 que se posiciona drásticamente bajo el promedio de USD 11,38. Islas Wallis y Futuna presenta el precio unitario más alto de USD 20,66.

Es importante señalar que las exportaciones realizadas por Nueva Zelanda no son elevadas en volumen y sin Australia, en promedio, no superarían los 500 kilos, durante el periodo 2004 – 2008.

---

<sup>iv</sup> Incluye hasta Junio 2008

**Tabla 4.2**  
**Nueva Zelanda Estadísticas de Importación**

Artículo: 0904, Pimienta Del Género Piper; Frutos De Los Géneros Capsicum O Pimienta, Secos, Triturados O Pulverizados

Hasta la fecha: Enero - Diciembre

País Socio	Unidad	2006		2007		2008	
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad
El Mundo	KG	1967080	631798	2818253	701543	2789630	655332
Malasia	KG	474690	178461	707803	166156	615665	141559
India	KG	301593	142638	695374	219843	571448	169070
Australia	KG	306066	44009	364220	50350	396170	58202
Vietnam	KG	193591	66893	293686	63628	349859	71340
España	KG	163420	61221	174172	63326	185661	68800
China	KG	105249	51501	152514	62180	161857	62970
Hong Kong	KG	0	0	438	11	107058	18575
Sudáfrica	KG	74667	7490	72123	3371	84345	6353
Tailandia	KG	33313	10491	62747	16017	76346	16361
Países Bajos (Holanda)	KG	20913	274	8376	1706	53416	7307
Corea Del Sur	KG	28881	12502	31537	8637	38343	12878
Estados Unidos	KG	44532	9819	19842	4169	27535	1982
Japón	KG	64228	3190	46708	2461	19193	1365
Indonesia	KG	3835	852	5343	1386	15403	2727
Singapur	KG	59304	20200	39	9	14660	2600
Sri Lanka	KG	18467	4130	26144	5838	12452	2659
Brazil	KG	0	0	1620	100	5695	350
Alemania	KG	11604	2204	23721	3153	5543	958
Israel	KG	4353	2384	2833	720	2682	1100
Italia	KG	529	45	319	2	2365	106
Reino Unido e Irlanda	KG	4181	72	2719	55	2355	173
México	KG	24210	5149	751	157	2020	259
<b>Chile</b>	<b>KG</b>	<b>3157</b>	<b>422</b>	<b>1829</b>	<b>268</b>	<b>1417</b>	<b>149</b>
Perú	KG	0	0	929	126	1323	600

Fuente: Estadísticas Comercio Exterior – Global Trade Atlas





## 4.2 Análisis Estadísticas de Importación

El volumen total importado de frutos de los géneros capsicum o pimienta, secos, triturados o pulverizados por Nueva Zelanda en el 2008<sup>v</sup> fue de 655.332 kilos, creciendo en un 3,72% en relación al importado en el 2006. Mientras que el valor económico total fue de 2.789.630 dólares americanos en el 2008, incrementando en un 41.81% desde el 2006.

La cantidad importada muestra tasas de crecimiento variables de un año a otro. En el 2007 aumentó en un 11,03%, para luego disminuir en un 6.58% en el 2008.

El valor económico también tuvo tasas de crecimiento irregulares de un año a otro. En el 2007 presentó un aumento de 43,27%, mientras que en el 2008 disminuyó en 1,01%.

Los proveedores más importantes para el mercado neozelandés, en términos de cantidad, son India y Malasia quienes en el 2008 tuvieron una participación de mercado del 25,8% y 21,6% respectivamente. Vietnam, España, China y Australia se ubicaron dentro de los siguientes proveedores importantes con participaciones de mercado del 10,88%, 10,49%, 9,60% y 8.8% respectivamente.

En términos de valor económico el orden de importancia de los proveedores cambia a Malasia en primer lugar, luego India, Australia, Vietnam, España y China con porcentajes<sup>vi</sup> de 22%, 20,5%, 14%, 12,5%, 6,6% y 5,8% respectivamente. Las diferencias de participación en términos de valor económico con respecto a la participación en términos de cantidad se debe a los distintos precios unitarios que cada país cobra a Nueva Zelanda. Por ejemplo, si bien Australia ocupa el sexto lugar en términos de cantidad este ocupa el tercero en términos de valor económico, ya que, posee un precio unitario de USD 6,80 que es mayor al promedio de USD 4,11<sup>vii</sup>. India presenta el precio unitario mas bajo del grupo (países proveedores más importantes en términos de cantidad y valor económico<sup>viii</sup>) de USD 3,37 lo cual influye en bajar al segundo lugar en términos de valor económico.

Por otra parte, tienen relevancia por su valor económico: Italia, Brasil, Estados Unidos, Japón, Reino Unido e Irlanda, y Chile, países que a pesar de no tener mayor incidencia en sus cantidades exportadas, tuvieron los precios unitarios más elevados en el periodo 2008. Estos fueron de USD 22,31, USD 16,27, USD 13,89, USD 14,06, USD 13,61 y USD 9,51 respectivamente, en comparación al precio unitario promedio general de dicho año de USD

---

<sup>v</sup> Incluye hasta Junio 2008

<sup>vi</sup> Porcentaje = Valor económico país / valor económico total importado mundo \* 100

<sup>vii</sup> Precio unitario promedio del grupo de países: Malasia, India, Vietnam, Australia, España, China.

<sup>viii</sup> Malasia, India, Vietnam, Australia, España, China.



8,70 y precio unitario promedio del grupo de países proveedores mas importantes (USD 4,11).

Chile ha tenido una participación menor en el mercado neozelandés, 0.02% participación de mercado en términos de cantidad. Su cantidad exportada ha ido disminuyendo a lo largo de los años estudiados. En el 2008 ocupó el dieciochoavo lugar en volumen y el quinceavo en valor económico. Resalta por ser uno de los países que cobra un mayor precio unitario por unidad exportada.

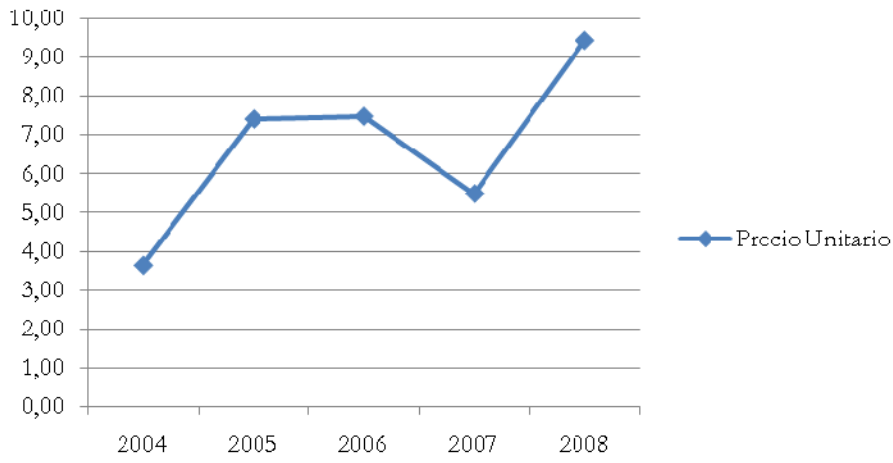
El siguiente gráfico, muestra el comportamiento del volumen y valor económico de los frutos de los géneros capsicum o pimienta, secos, triturados o pulverizados (artículo 090420) exportadas por Chile, entre Junio 2004 y Junio 2008.



El siguiente gráfico muestra el comportamiento del precio unitario cobrado por Chile a Nueva Zelanda en igual periodo.



### Variación Precio Unitario





## 5. Potencial del Producto

Las estadísticas de importación de Nueva Zelanda de frutos de los géneros capsicum o pimienta, secos, triturados o pulverizados muestran una tendencia en general constante a lo largo de los años estudiados. De este modo, se podría hacer una proyección estable de la demanda neozelandesa en los próximos años.

Chile es uno de los países que cobra el precio unitario más alto por producto exportado a Nueva Zelanda. Esto sugiere que quizás se está enfocando en estrategias de calidad o diferenciación y no de costo, por lo cual surgen dos posibilidades de negocio. Una es probar entrar al mercado con un precio unitario bajo, y competir con los otros proveedores por costo; o dos, mantener el enfoque en un nicho de mercado interesado en la calidad, exportando productos de mayor exclusividad y por ende, más costosos.

Nueva Zelanda se caracteriza por ser un país cosmopolita, en el que conviven una vasta variedad de razas y culturas. Estas culturas han introducido nuevos productos gastronómicos en el país lo que ha dado origen a un nuevo mercado. Como resultado los consumidores neocelandeses han creado una inclinación a probar, y consecutivamente a adoptar, nuevos productos de procedencia internacional. Además, las distintas culturas existentes en el país en su mayoría son importantes consumidores de condimentos. Dentro de este contexto el ají posee un importante potencial en las culturas india, asiática y latinoamericana.



## 6.- Precios de Referencia Retail (\$USD)

Los tipos de frutos de los géneros capsicum o pimienta, secos, triturados o pulverizados posibles de encontrar en los supermercados de Nueva Zelanda son los siguientes:<sup>ix</sup>

- **Marca Gregg's:** Productos envasados en Nueva Zelanda con ingredientes importados.

- Cayenne Pepper (Pimienta de Cayena) - 40 grs: \$ 3,32 USD
- Chili (Chile) – 40 grs: \$ 3,32 USD
- Curry – 40 grs: \$ 3,32 USD
- Garam Masala (Mezcla de especias utilizado en la comida India) – 35 grs: \$ 3,32 USD
- Papikra – 40 grs: \$ 3,32 USD
- Mixed Spice ( Mezcla de Especies) – 30 grs: \$ 3,32 USD
- Turmeric (Cúrcuma)– 40 grs: \$ 3,32 USD

Los productos nombrados anteriormente se encuentran envasados en cajas de cartón, sin embargo la marca también ofrece productos envasados en frascos de vidrio, que en promedio valen \$3,50 USD de 40grs.

- **Master Foods:** Productos envasados en Australia con ingredientes importados y locales. Envasados en frascos de vidrio.

- Chili (Chile) – 20 grs: \$ 5,72 USD
- Garam Masala (Mezcla de especias utilizado en la comida India) – 30 grs: \$ 7,59 USD
- Papikra – 35 grs: \$ 6,57 USD
- Papikra Smoked (Papikra Ahumada) – 38 grs: \$ 6,75 USD
- Turmeric (Cúrcuma)– 28 grs: \$ 5,72 USD
- Seasoned Pepper (Pimienta Condimentada) – 35 grs: \$ 6,95 USD

- **Pams:** Productos envasados en Nueva Zelanda con ingredientes importados. Envasados en frascos de cartón.

- White Pepper (Pimienta Blanca) – 50 grs: \$ 2,58 USD
- Black Pepper (Pimienta Negra) – 50 grs: \$ 2,58 USD

---

<sup>ix</sup> Precios de referencia corresponden al Supermercado Pack and Save  
Tipo de cambio: USdls 1 = NZdls 0,5996



## 7.- Sugerencias y Recomendaciones del Director Comercial

Para quienes estén interesados en este mercado se recomienda trabajar con importadores que tengan acceso a las grandes cadenas de supermercados, estas son dos Progressive Enterprises Limited (<http://www.progressive.co.nz>) y Foodsuffs NZ Limited (<http://www.foodstuffs.co.nz>).

Es importante conocer bien al importador con el cual se planea trabajar para poder identificar el nivel de cobertura nacional e internacional, no es poco común que estos importadores no sólo trabajen en Nueva Zelanda sino que también en otros países del Asia-Pacífico. De esta manera presentando posibilidades para alguien con miras, por ejemplo, al mercado Australiano, ya que, Nueva Zelanda tiene gran similitud en las costumbres y hábitos del país vecino.

También el mercado neocelandés muestra una tendencia al consumo de este tipo de productos por ser un país cosmopolita, en el que conviven distintas razas que han introducido este tipo de productos gastronómicos y ampliado la variedad disponible en el mercado y su uso. Esto motiva a que la gente sienta inquietud por conocer nuevas culturas culinarias.

Para finalizar, Dentro de este contexto el ají se abre camino principalmente en la comida india, asiática y latinoamericana.



## **8.- Anexo – Fuentes de Información**

Customs New Zealand

[www.customs.govt.nz](http://www.customs.govt.nz)

New Zealand Trade & Enterprise

[www.nzte.govt.nz](http://www.nzte.govt.nz)

New Zealand Food Safety Authority

[www.nzfsa.govt.nz](http://www.nzfsa.govt.nz)

MAF Biosecurity New Zealand

[www.biosecurity.govt.nz](http://www.biosecurity.govt.nz)

Market New Zealand

[www.marketnewzealand.com](http://www.marketnewzealand.com)