

PERFIL DE MERCADO ANCHOAS -AUSTRALIA

ProChile Sydney, Marzo 2006

PRODUCTO

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 1604.1610, 1604.1690

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Filetes de anchoa y anchoas preparadas

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL: 1604.16.00 PREPARED OR PRESERVED ANCHOVIES

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL: LIBRE

OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS: Australia tiene Acuerdos de Libre Comercio con Estados Unidos y Tailandia.

OTROS IMPUESTOS

Existe un impuesto que fue introducido en el año 2000 por el Gobierno Federal, reemplazando el impuesto de las ventas al por mayor entre otros impuestos.

Good and Service Tax (GST) es el impuesto sobre los productos y servicios vendidos en Australia incluyendo a los productos importados. El impuesto se incluye en el precio de venta retail y es pagado por los importadores (impuesto indirecto), equivale al 10% del valor total de la mercancía. Cabe señalar que los productos alimenticios frescos y procesados están exentos de este impuesto.

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Se debe cumplir con los siguientes requisitos del Departamento de Cuarentena e Inspección de Australia (AQIS):

- Se requiere certificado fitosanitario.
- Se debe cumplir con las normas de envasado y etiquetado.
- La etiqueta debe indicar claramente el país de origen escrito en inglés, la composición de los ingredientes y aditivos, el nombre de la empresa importadora o distribuidora en Australia.
- El envase debe indicar el peso y medidas y fecha de vencimiento.

Para mayor información ver la página web del Departamento de Cuarentena e Inspección de Australia:

http://www.aqis.gov.au/icon32/asp/ex_casecontent.asp?intNodeId=7989475&intCommodityId=11547&Types=none&WhichQuery=Go+to+full+text&intSearch=1&LogSessionID=577361

Requisitos de Seguridad

Los envíos comerciales de alimentos importados son monitoreados por AQIS para asegurar que los alimentos tengan un riesgo mínimo para la salud pública. Es responsabilidad del importador asegurarse que los productos que importa estén conformes con los requisitos del código de las normas alimenticias de Australia (FSC). El código es administrado por las normas alimenticias de Australia y Nueva Zelanda (FSANZ). Los datos de las normas alimenticias se encuentran en la página de FSANZ. <http://www.foodstandards.gov.au/>.

En el código (FSC) ya no se permite que los alimentos sean tratados con óxido de etileno. También, FSC prescribe los índices de irradiación con los cuales los alimentos pueden ser tratados. Los índices requeridos para el tratamiento de cuarentena son más altos que los permitidos por FSC.

Se puede obtener información adicional sobre las inspecciones de productos alimenticios en la sección 'Food – Important facts about importing food into Australia' de la página de Internet de AQIS.

<http://www.affa.gov.au/content/output.cfm?ObjectID=D2C48F86-BA1A-11A1-A2200060A1B00025>

Se les aconseja a los importadores asegurarse de que el tratamiento propuesto por cuarentena, sea de conformidad con los requisitos relevantes de la agencia.

Si tiene más dudas acerca de los procedimientos a seguir para la importación del producto puede enviar un e-mail a la siguiente dirección: icon@affa.gov.au, o puede revisar una guía de importación visitando el siguiente link:

http://www.daff.gov.au/corporate_docs/publications/pdf/market_access/biosecurity/ri-sk.pdf

BARRERAS PARA-ARANCELARIAS

Las barreras para arancelarias son de índole fitosanitario y están descritas anteriormente. Por otra parte, en general los importadores exigen productos provenientes de plantas con certificación HACCP aprobada.

Además, existen requerimientos de etiquetado que están sujetos a los estatutos de la FSANZ. Para mayor información sobre el/los códigos de etiquetado visitar el siguiente link:

<http://www.foodstandards.gov.au/mediareleasespublications/factsheets/industryfactsheets/c/overviewoffoodlabel11436.cfm>

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (CIF)

AÑO 2005 (ENERO-JUNIO)

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (Mill. US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Italia	243.163	1,9617	44.23%
Marruecos	208.065	1,6797	37.87%
España	18.902	0,3570	8.05%
Vietnam	29.165	0,1826	4.12%
Grecia	26.776	0,1658	3.74%
Tailandia	6.724	0,0293	0.66%
SUBTOTAL	532.795	4,3760	98.66%
TOTAL IMPORTADO	550.282	4,4356	100.00%

Fuente: World Trade Atlas

AÑO 2004

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (Mill. US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Italia	454.815	3.2886	48.54%
Marruecos	160.717	1.4494	21.39%
España	59.145	1.1082	16.36%
Grecia	61.247	0.4358	6.43%
Vietnam	51.400	0.3130	4.62%
Estados Unidos	19.820	0.0663	0.98%
SUBTOTAL	807.144	6.6613	98.32%
TOTAL IMPORTADO	832.349	6.7750	100.00%

Fuente: World Trade Atlas

AÑO 2003

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (Mill. US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Italia	354.999	2.6881	45.28%
Marruecos	235.623	1.6903	28.47%
España	48.051	0.7310	12.31%
Vietnam	64.628	0.3799	6.40%
Grecia	40.593	0.2167	3.65%
Holanda	9.193	0.0737	1.24%
SUBTOTAL	753.087	5.7797	97.36%
TOTAL IMPORTADO	789.257	5.9362	100.00%

Fuente: World Trade Atlas

AÑO 2002

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (Mill. US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Italia	342.258	2.0635	44.50%
Marruecos	229.870	1.2805	27.61%
España	67.303	0.8009	17.27%
Grecia	58.225	0.2718	5.86%
Vietnam	15.775	0.1129	2.43%
Filipinas	11.768	0.0341	0.74%
SUBTOTAL	725.199	4.5637	98.41%
TOTAL IMPORTADO	739.313	4.6372	100.00%

Fuente: World Trade Atlas

POTENCIAL DEL PRODUCTO

Las importaciones totales de este producto van en constante ascenso, aumentando un 6.8% en volumen en el año 2003, y un 5,5% para el año 2004. En el año 2005 (enero-junio) los embarques alcanzan a los 550.282 kilos. En lo que a valor se refiere, se ha experimentado un incremento del 28,0% y 14,1%, respectivamente para los períodos 2003 y 2004. En el año 2005, se registró un valor por 4,4 millones de dólares (período enero-junio).

El mercado presenta una situación interesante para los exportadores chilenos, ya que los principales proveedores pertenecen fundamentalmente a países europeos y en excepción a Estados Unidos y asiáticos. Actualmente Chile no registra exportaciones

de anchoas al mercado australiano, por lo que lo convierte en un nicho de mercado posible de cubrir.

El mercado muestra una situación estable en lo que a proveedores principales se refiere. Países como Italia, Marruecos y España mantienen el liderazgo en las importaciones ubicándose en las primeras posiciones, mientras que el resto del volumen importado proviene de una variedad de países que varía anualmente en posición. Ejemplo de ello es el caso de Estados Unidos, que en el año 2004 se convierte en el sexto proveedor de anchoas y Holanda que en el 2003 se posiciona en el quinto lugar.

PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$) Y MAYORISTA

Los importadores prefieren cotizaciones CIF y en lo posible dar el mejor precio de inmediato, si esta fuera de mercado el precio de venta ofrecido, no se molesta en responder. Por tanto se sugiere enviar fotos de los productos por email, con los distintos tipos de envase y etiquetados disponibles.

Las principales cadenas de supermercados que venden estos productos son Coles y Woolworths.

A nivel minorista, los precios¹ que se ofrecen son los siguientes:

1) COLES SUPERMARKETS

Brand	Product	Retail Price
Holland House Origen: Marruecos Importado por: Manassen Foods Australia Pty Ltd.	Anchovy fillets 80g in olive oil Envase de vidrio	\$ AUD 3.66
John West Origen: Marruecos Importado por: John West Foods Australia Pty Ltd	Anchovy fillets 45g in olive oil Caja enlatada	\$ AUD 2.69
Always Fresh Origen: España Importado por: Riviana Foods Pty Ltd	Anchovy fillets 45g in extra virgen oil	\$ AUD 2.46
Colomba Origen: Italia Importado por Bonfood Pty Ltd.	Anchovy fillets 150g in sunflower oil Envase de vidrio	\$ AUD 5.39

Anchovies in Olive



Admiral Flat Anchovies



¹ El tipo de cambio de referencia es de AUD\$ 1= US\$ 0,75

2) WOOLWORTHS SUPERMARKETS

Brand	Product	Retail Price
Russino Origen: Marruecos	Anchovy fillets 160g in olive oil Envase de vidrio	\$ AUD 5.39
Floot Origen: Italia Importado por: The Fearocious Feed Pty. Ltd.	Anchovy fillets 235g Envase de vidrio	\$ AUD 10.79



ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Usualmente los productos preempacados se publicitan con su precio y foto en las revistas semanales publicadas por cada supermercado, como ocurre en el caso de las cadenas Coles y Woolworths. El costo de inclusión de los productos en dichas revistas varía de acuerdo a negociaciones específicas entre los distribuidores y las cadenas de supermercado. Además, se publican recetarios on-line con la foto de los productos. También, es importante puntualizar que las anchoas se utilizan mucho como uno de los principales ingredientes de las pizzas.

Últimamente se ha promocionado a la anchoa, como una de las principales fuentes de omega 3, en conjunto con el salmón, jurel, sardina, camarones y los mariscos del tipo azules.

Ejemplos de publicidad realizadas por los propios retailers en los cuales se encuentran las anchoas, corresponden a las siguientes:

- <http://www.coles.com.au/frame/build.asp>,
- <http://www.woolworths.com.au/foodideas>

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución en Australia son similares al de otros países con mercado desarrollado.

En términos generales los importadores en Australia se dividen en las siguientes categorías:

- **Importadores/mayoristas:** son los que están especializados en una gran variedad de productos u operan como importadores generales y venden la mercancía en mayoreo a los minoristas (supermercados) o al consumidor final.
- **Agentes comisionados:** buscan los productos para los importadores o consumidores finales, pero no importan directamente ellos (normalmente reciben comisión por parte del exportador).
- **Productores / usuario final:** un número de productores y usuarios finales importan su materia prima o las entradas para la elaboración de un producto final.
- **Minorista:** los grandes minoristas importan un 20% de productos requeridos, por medio de sus agentes en el extranjero.

Canal de comercialización

Los minoristas son los importadores más importantes en el canal de distribución y comercialización, debido a que estos lugares son los más frecuentados por los consumidores. Las cadenas de minoristas/retailers de mayor importancia son Coles y Woolworths.

Los elementos principales considerados por el importador australiano son los factores precio, calidad y confiabilidad en tiempos de entrega. El importador australiano usualmente espera pagar menos por un producto que el importador europeo o americano, y sin embargo insistirá en obtener una buena calidad, comunicación consistente, y entregas a tiempo de sus pedidos.

Márgenes de beneficio en el canal de distribución

Los costos de operación en Australia, particularmente la mano de obra, son relativamente altos y el margen de utilidad es reflejado en los canales de distribución por este factor.

Los márgenes que maneja cada canal de distribución son:

- **Agentes compradores en el extranjero/ agentes comisionados:** entre 3-6% sobre el FOB.
- **Importadores/ mayoristas de ventas de productos en volumen:** 40-80% sobre el precio de los costos de embarque.
- **Tiendas departamentales de descuentos:** 35-40% en el precio de venta.
- **Tiendas departamentales:** 40-75% sobre el precio de venta.

- Minoristas (pequeños): 50-100% sobre precio de venta.
- Cadenas de supermercados: 15-35% sobre el precio de venta.

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

El producto a nivel minorista se ofrece en los supermercados y generalmente se encuentran en latas forma rectangulares con las puntas redondeadas y frascos de vidrio. Generalmente las latas se encuentran en cajas de cartón que cubren el empaque para una mejor protección y presentación del producto. Los tamaños más comunes son 45gr., 80 gr., 150 gr.,160 gr. Existe la presentación en tamaño de 235gr. pero se considera un formato especial y comúnmente usado para envases de vidrio.

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

Este producto presenta una excelente oportunidad para los exportadores chilenos interesados en nuevos mercados.

- El mercado australiano se encuentra en constante cambio y abierto a productos de países extranjeros. Según lo observado, el volumen total de anchoas importadas por Australia muestra un ascenso durante los últimos años.
- Una buena estrategia para los exportadores chilenos consiste en buscar competir en un segmento de precios que permitan obtener buenos los márgenes de comercialización y acentuando la excelente calidad del producto. Al competir con productos de países europeos como Italia, Marruecos y España se debe focalizar en la estrategia de la diferenciación de la oferta chilena avalada por las características y condiciones que destacan a Chile como uno de los mercados liderantes del sector pesquero a nivel mundial.
- Participar en Feria "Fine Food".
- Private Labels: Las ventas de alimentos con etiqueta privada es un método ampliamente usado en el mercado australiano y en continuo crecimiento. Además, resultan ser más atractivos para los consumidores debido a que se consideran una opción más económica en relación a los productos de marca. Los retailers (especialmente supermercados) se han preocupado de ofrecer este tipo de producto a precios accesible debido a adquirir grandes volúmenes, prevaleciendo su calidad y cero riesgos para el consumidor.
- Impulsar la venta del producto para la venta retail en las principales cadenas de supermercados como Woolworths y Coles.
- Contemplar la posibilidad de campañas de publicidad para aumentar el consumo, dado que este es un mercado que reacciona muy bien a las inversiones en marketing.

En términos generales, se recomienda lo siguiente:

- Confirmar la disponibilidad de transporte marítimo entre Chile y Australia, por el momento existen una línea directa (Maersk Sealand) entre San Antonio y Sydney, con embarques una vez por semana que permiten cumplir con los programas de entrega a tiempo y con el abastecimiento continuo. (<http://www.maersksealand.com>)
- En lo posible cotizar CIF.
- Cumplir estrictamente con los requisitos de cuarentena indicados y con las especificaciones entregadas por el cliente.

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

La principal feria del sector Alimentos gourmet es la "Fine Food Australia" y la "Fine Food Queensland", que se realizan anualmente entre las ciudades de Sydney, Melbourne y Brisbane, alternativamente.

Este es el evento anual más importante en el sector agroindustrial. La participación en este evento es primordial para las empresas chilenas que buscan dar a conocer e introducir sus productos en el mercado australiano.

Las fechas en las cuales se llevan a cabo son:

- Brisbane: 26-28 Marzo, 2006
- Melbourne: 11-14 septiembre, 2006
- Sydney: 12-15 septiembre, 2006

Para mayor información sobre este evento, ver página Web de <http://www.foodaustralia.com.au/>

Existen otros eventos en el rubro alimentos como:

"The Good Food & Wine", el cual ha logrado atraer a los interesados en comida, bebida y entretención, convirtiéndose en una plataforma de marketing de alto nivel para aquellas empresas que buscan expandir su nicho de mercado y dar a conocer sus productos. Este evento se realiza en Sydney, Melbourne y Brisbane. La página web para obtener mayor información es la siguiente:

<http://www.goodfoodshow.com.au>.

"Festival of Food - A celebration & exploration of food science & technology". Referido a la 39a Convención Anual del AIFST (El Instituto Australiano de Alimentos, Ciencia y Tecnología). Este evento se realizará en el mes de julio (9-12), 2006 en el Adelaide Convention Centre, Adelaide. Adelaide es la capital del Estado de South Australia.

El sitio web que contiene toda la información es el siguiente:

http://www.aifst.asn.au/SiteFiles/aifstasnau/exhibitor_kit_06_web.pdf

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

Para complementar la información sobre el mercado de las anchoas en Australia se pueden consultar las siguientes fuentes:

- a. Departamento de Cuarentena e Inspección de Australia (AQIS).
<http://www.aqis.gov.au/>
- b. Fine Food Australia – Feria de Alimentos
<http://www.foodaustralia.com.au/>
- c. Good Food & Wine Show - Feria de Alimentos
<http://goodfoodshow.com.au>
- d. El Instituto Australiano de Alimentos, Ciencia y Tecnología
<http://www.aifst.asn.au>
- e. Fisheries Research and Development Corporation
<http://www.frdc.com.au/>
- f. Australian Fisheries Management Authority
<http://www.afma.gov.au/>
- g. Australian Food Statistics
<http://www.affa.gov.au/foodinfo>
- h. Seafood Importers Association of Australasia
Tel: (612) 9700 1099
Fax: (612) 9700 1855
email: harryp@marineproduct.com.au
- i. Maersk Sealand-A.P. Moller - Maersk Group.
<http://www.maersksealand.com>