



## MERCADO DE LOS DURAZNOS Y DAMASCOS EN CONSERVA EN AUSTRALIA



pro|CHILE

*ProChile Australia*  
44 Market Street – Level 18  
Sydney, NSW 2000  
Phone : (61-2) 9262 5199  
Fax : (61-2) 9262 2180  
E-mail : [marcelo.salas@prochile.com.au](mailto:marcelo.salas@prochile.com.au)

*Octubre, 2007*

---

---

## INDICE

<b>I. INFORMACION DEL PRODUCTO</b> .....	<b>3</b>
1.1 Código Sistema Armonizado Chileno SACH .....	3
1.2 Descripción del Producto: .....	3
1.3 Código Sistema Armonizado Local: .....	3
<b>II. SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA</b> .....	<b>4</b>
2.1 Arancel General: .....	4
2.2 Arancel Preferencial Producto Chileno .....	4
2.3 Otros países con ventajas arancelarias: .....	4
2.4 Otros Impuestos .....	4
2.5 Requisitos y Barreras de Ingreso: .....	4
2.6 Requisitos de Seguridad: .....	5
2.7 Barreras Para-Arancelarias .....	5
<b>III. ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES</b> .....	<b>8</b>
3.1 Duraznos (melocotones) incluidos los griñones y nectarines .....	8
3.2 Damascos (Albaricoques, chabacanos), preparados o conservados: .....	8
<b>IV. POTENCIAL DEL PRODUCTO</b> .....	<b>10</b>
4.1 Exportaciones Australianas y Mercado local .....	11
<b>V. PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$) Y MAYORISTA</b> .....	<b>11</b>
<b>VI. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA</b> .....	<b>17</b>
<b>VII. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN</b> .....	<b>18</b>
<b>VIII. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA</b> .....	<b>20</b>
<b>IX. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANTENCIÓN Y/O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO 22</b>	
<b>X. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS</b> .....	<b>24</b>

---

XI. OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE Y FUENTES DE INFORMACIÓN EN INTERNET DONDE SE PUEDE PROFUNDIZAR EL CONOCIMIENTO DEL MERCADO ANALIZADO.....	25
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

## MERCADO DE LOS DURAZNOS Y DAMASCOS EN CONSERVA EN AUSTRALIA

### I. INFORMACION DEL PRODUCTO

#### 1.1 Código Sistema Armonizado Chileno SACH:

Agroindustria de Conservas:

Código sistema armonizado Chileno SACH: 2008.00.00

#### 1.2 Descripción del Producto:

Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarines preparados o conservados:  
Código SACH: 2008.70.11

Damascos (Albaricoques, chabacanos), preparados o conservados: Código SACH:  
2008.50.00

Las demás confituras, mermeladas y jaleas, purés y pastas: Código SACH: 2007.99.90

#### 1.3 Código Sistema Armonizado Local:

Peaches, prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter or spirit  
2008.70.00.51

Apricots, prepared or preserved (excl. canned or bottled or preserved by vinegar, acetic acid, sugar)  
2008.50.00.34

Apricots, canned or bottled, prepared or preserved (excl. by vinegar, acetic acid, sugar)  
2008.50.00.33

---

Jams, fruit jellies, marmalades, fruit or nut puree and fruit or nut pastes, being cooked preparations, whether or not containing added sugar or other sweeteners.

2007.99.00.21

## II. SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

**2.1 Arancel General:** 5%

**2.2 Arancel Preferencial Producto Chileno:** No existe. Por lo tanto pagan un 5% de arancel.

**2.3 Otros países con ventajas arancelarias:** Actualmente mantienen acuerdos de libre comercio con Australia los siguientes países: Nueva Zelanda, Estados Unidos, Tailandia y Singapur. Estos países tienen una ventaja arancelaria con respecto a Chile (arancel cero).

**2.4 Otros Impuestos:** Las frutas enlatadas están exentas de impuesto a los bienes y servicios en Australia (GST). Por lo tanto, no están afectas al 10% de GST.

### 2.5 Requisitos y Barreras de Ingreso:

- 🍌 No se requiere de un permiso de importación.
- 🍌 Un certificado de cuarentena ("Quarantine Entry") debe ser presentado con cada envío.
- 🍌 Todos los envíos deben estar "enlatados", debidamente etiquetados y empaquetados y con una duración de varios meses o años. "Enlatado" implica un proceso de tratamiento comercial con calor y sellado hermético. Los envases pueden ser de vidrio con tapa twist-off, enlatados o plásticos con los debidos sellos.
- 🍌 Los envíos deben estar libres de polvo y tierra, insectos vivos, hollejos o vainas, semillas prohibidas y cualquier otro tipo de material relacionado con los términos de cuarentena (por ejemplo, hojas, heces, restos animales, etc.) y deben estar propiamente empaquetados.

- 
- 🍷 Embalajes de madera, pallets, etc. en containeres serán inspeccionados y tratados al arribar, a menos que exista el certificado de tratamiento previo. (ver publicación AQIS Cargo Containers - Quarantine aspects and procedures)

Para mayor información acceder la página web del Departamento de Cuarentena e Inspección de Australia en el siguiente link:

[http://www.aqis.gov.au/icon32/asp/ex\\_casecontent.asp?intNodeld=8139529&intCommodityId=9639&Types=none&WhichQuery=Go+to+full+text&intSearch=1&LogSessionID=1723191](http://www.aqis.gov.au/icon32/asp/ex_casecontent.asp?intNodeld=8139529&intCommodityId=9639&Types=none&WhichQuery=Go+to+full+text&intSearch=1&LogSessionID=1723191)

## 2.6 Requisitos de Seguridad:

Los envíos comerciales de alimentos importados son monitoreados por AQIS para asegurar que haya un riesgo mínimo para la salud pública. Es responsabilidad del importador asegurarse que los productos que importa cumplan 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/>.

De acuerdo al código (FSC), ya no se permite que los alimentos sean tratados con óxido de etileno. También se debe tener en cuenta que los índices de irradiación para el tratamiento llegan a ser más altos para la legislación de cuarentena que los permitidos por el por FSC.

Es importante notar que los productos alimenticios deben de cumplir los requisitos del Imported Food Control Act 1992, regulada con el esquema de Imported Food Inspection Scheme. Se puede obtener información adicional sobre las inspecciones de productos alimenticios en la sección "Food" de la página de Internet de AQIS. Para más información acerca de los procedimientos a seguir para la importación del producto se puede contactar directamente a AQUIS a través de su website.

## 2.7 Barreras Para-Arancelarias:

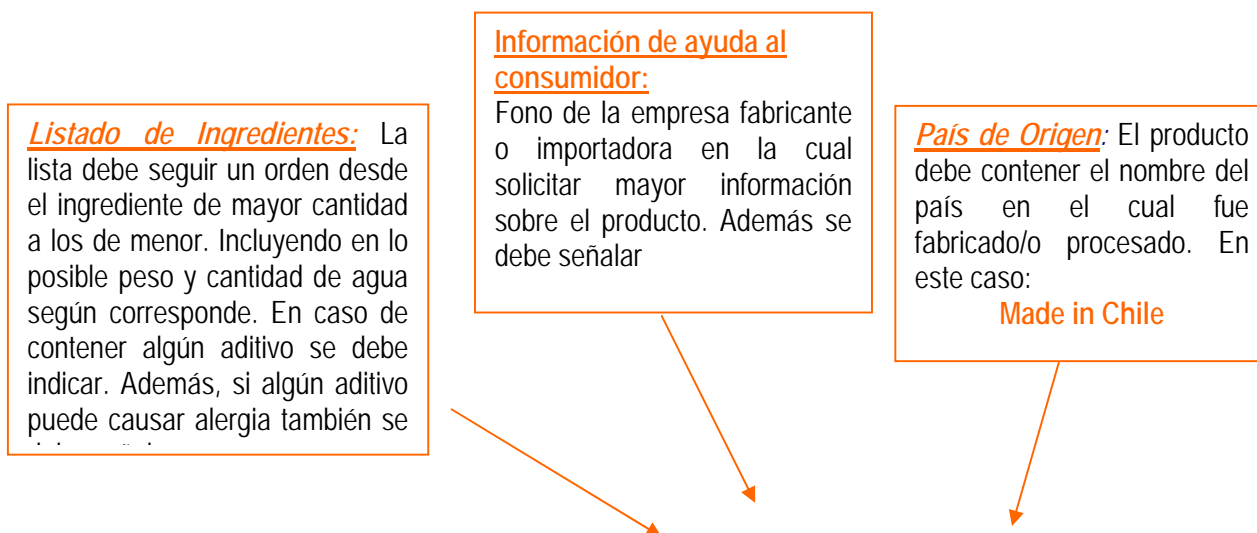
Las barreras para arancelarias son de índole fitosanitario y están descritas en el punto 2.5 anterior.

Para el importador australiano, establecer relaciones comerciales duraderas, tener un abastecimiento continuo, así como contar con productos provenientes de plantas con certificación HACCP son factores esenciales al momento de elegir

---

proveedores. A la vez ofrecen una guía para cualquier importador que desee mantenerse y crecer en este mercado.

Existen requerimientos de etiquetado 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/thecode/foodstandardscode.cfm>



**Fechas de uso y requerimientos de**

**Almacenamiento:** Todos los alimentos de duración inferior a 2 años deben contener la fecha de "preferentemente consumir antes de" luego día-mes-año. Se debe establecer las condiciones de almacenamiento en caso de requerirse, por ejemplo mantener guardado bajo 4° una vez

**Nombre o Descripción del producto:**

La etiqueta debe decir con exactitud lo señalado sobre el producto indicando las medidas y pesos correspondientes. Que la etiqueta corresponda

**Etiqueta Legible:**

La etiqueta debe ser clara-legible, con tipos de letras que diferencien los títulos y subtítulos principales. Debe estar en inglés.

**Nombre del Fabricante/Importador:**


Es opcional incorporar el nombre de la empresa fabricante o exportador. Pero es obligatorio incorporar el nombre de la empresa Importadora Australiana.



### III. ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES

#### 3.1 Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarines preparados o conservados:

Código SACH: 2008.70.11

-  Peaches, prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter or spirit 2008.70.00.51

#### Importaciones Australianas de duraznos en conserva (Millones de US\$)

	2004	2005	2006	2007*	% Part. 2006
Sudáfrica	1,679	3,064	3,656	2,136	48%
Grecia	2,322	1,135	1,330	0,763	17%
China	1,144	1,182	1,912	0,997	25%
Swazilandia	0,000	0,000	0,560	0,440	7%
España	0,508	0,006	0,041	0,020	1%
Estados Unidos	1,313	1,142	0,032	0,011	0%
Italia	0,020	0,020	0,034	0,022	0%
Arabia Saudita	0,000	0,000	0,038	0,000	1%
Corea del Sur	0,002	0,005	0,004	0,002	0%
Chile	0,001	0,001	0,002	0,005	0%
<b>Subtotal</b>	<b>6,988</b>	<b>6,556</b>	<b>7,609</b>	<b>4,395</b>	<b>100%</b>
<b>Total Mundial</b>	<b>7,146</b>	<b>6,563</b>	<b>7,609</b>	<b>4,468</b>	<b>100%</b>

\* Total al mes de Junio de 2007

Fuente: World Trade Atlas

#### Importaciones Australianas de duraznos en conserva (KG)

	2004	2005	2006	2007*	% Part. 2006
Sudafrica	1.686.065	2.986.015	3.446.308	2.319.588	52%
Grecia	2.841.080	1.281.283	1.513.492	884.815	23%
China	1.266.095	951.240	1.216.233	666.697	18%
Swazilandia	0	0	377.233	276.717	6%
España	427.494	3.845	37.341	17.326	1%
Estados Unidos	1.491.731	1.278.535	37.122	5.307	1%
Italia	10.386	17.151	26.057	16.554	0%
Arabia Saudita	0	0	21.636	0	0%
Corea del Sur	768	2.547	1.997	960	0%
Chile	220	500	344	500	0%
<b>Subtotal</b>	<b>7.723.839</b>	<b>6.521.116</b>	<b>6.677.763</b>	<b>4.188.464</b>	<b>100%</b>
<b>Total Mundial</b>	<b>7.918.594</b>	<b>6.526.106</b>	<b>6.677.763</b>	<b>4.220.422</b>	<b>100%</b>

\* Total al mes de Junio de 2007

Fuente: World Trade Atlas



## 3.2 Damascos (Albaricoques, chabacanos), preparados o conservados: Código SACH: 0811.90.10

- 🌸 Apricots, canned or bottled, prepared or preserved (excl. by vinegar, acetic acid, sugar) 2008.50.00.33

### Importaciones Australianas damascos preparados o en conserva (Millones de US\$)

	2004	2005	2006	2007*	% Part. 2006
Sudáfrica	3,423	2,667	2,198	1,009	76%
China	0,205	0,326	0,345	0,112	12%
Estados Unidos	0,291	0,212	0,218	0,000	7%
España	0,040	0,000	0,065	0,000	2%
Argentina	0,422	0,000	0,044	0,000	2%
Arabia Saudita	0,000	0,000	0,019	0,000	1%
Swaziland	0,000	0,000	0,014	0,000	0%
Alemania	0,004	0,009	0,004	0,000	0%
Rep. Checa	0,000	0,000	0,000	0,000	0%
Francia	0,011	0,008	0,000	0,004	0%
<b>Subtotal</b>	<b>4,396</b>	<b>3,222</b>	<b>2,906</b>	<b>1,125</b>	<b>100%</b>
<b>Total Mundial</b>	<b>4,723</b>	<b>3,298</b>	<b>2,906</b>	<b>1,142</b>	<b>100%</b>

\* Total al mes de Junio de 2007

Fuente World Trade Atlas


### Importaciones Australianas damascos preparados o en conserva (BC)\*

	2004	2005	2006	2007*	% Part. 2006
Sudáfrica	794.383	746.353	536.995	88.756	66%
Estados Unidos	17.880	153.875	153.600	0	19%
China	14.605	119.914	62.731	53.942	8%
España	662	0	54.010	0	7%
Argentina	24.511	0	2.913	0	0%
Arabia Saudita	0	0	1.800	0	0%
Swazilandia	0	0	1.290	0	0%
Alemania	44	96	50	0	0%
Rep. Checa	0	0	0	0	0%
Francia	1.909	890	0	1.512	0%
<b>Subtotal</b>	<b>853.994</b>	<b>1.021.128</b>	<b>813.389</b>	<b>144.210</b>	<b>100%</b>
<b>Total Mundial</b>	<b>868.362</b>	<b>1.118.922</b>	<b>813.389</b>	<b>145.101</b>	<b>100%</b>

\* Total al mes de Junio de 2007

Fuente World Trade Atlas

\*BC=Basic carton-Consiste en 24 latas de 825g o su equivalente. Para propósitos industriales, 50 basic cartons componen una tonelada.

-  Apricots, prepared or preserved (excl. canned or bottled or preserved by vinegar, acetic acid, sugar)  
 2008.50.00.34

**Importaciones Australianas damascos preparados o en conserva**  
**(Millones de US\$)**

	2004	2005	2006	2007*	% Part. 2006
Turquia	1,320	2,247	3,770	1,987	94%
Nueva Zelanda	0,154	0,032	0,107	0,009	3%
Antigua & Barbuda	0,000	0,000	0,042	0,000	1%
Holanda	0,000	0,001	0,036	0,000	1%
China	0,005	0,029	0,029	0,001	1%
Argentina	0,021	0,103	0,020	0,000	0%
Estados Unidos	0,000	0,000	0,005	0,000	0%
Malasia	0,000	0,000	0,005	0,000	0%
España	0,000	0,000	0,004	0,001	0%
Suecia	0,000	0,001	0,001	0,000	0%
Italia	0,000	0,000	0,001	0,000	0%
Chile	0,000	0,000	0,000	0,000	0%
<b>Subtotal</b>	<b>1,500</b>	<b>2,413</b>	<b>4,017</b>	<b>1,998</b>	<b>100%</b>
<b>Total Mundial</b>	<b>1,745</b>	<b>2,538</b>	<b>4,017</b>	<b>2,001</b>	<b>100%</b>

\* Total al mes de Junio de 2007

Fuente World Trade Atlas

**Importaciones Australianas damascos preparados o en conserva**  
**(KG)**

	2004	2005	2006	2007*	% Part. 2006
Turquia	522.206	1.054.322	2.112.493	890.058	93%
Nueva Zelanda	29.626	1.176	41.461	378	2%
Holanda	260	224	38.366	0	2%
Antigua & Barbuda	0	0	37.600	0	2%
Argentina	19.223	114.053	19.563	0	1%
China	3.160	22.198	17.700	500	1%
España	0	0	3.000	795	0%
Malasia	0	0	2.250	0	0%
Estados Unidos	0	0	154	0	0%
Italia	0	0	130	0	0%
<b>Subtotal</b>	<b>574.475</b>	<b>119.1973</b>	<b>2.272.717</b>	<b>891.731</b>	<b>100%</b>
<b>Total Mundial</b>	<b>779.973</b>	<b>129.8477</b>	<b>2.272.817</b>	<b>892.155</b>	<b>100%</b>

\* Total al mes de Junio de 2007

Fuente World Trade Atlas

---

## IV. POTENCIAL DEL PRODUCTO

Las importaciones de duraznos conserveros y damascos en Australia si bien han seguido un crecimiento en los últimos años, las proyecciones indicaban que sería a un porcentaje muy superior. Es así como de importar aproximadamente 12 millones de dólares americanos en el 2005 se han superado los 14 millones de dólares el año siguiente. Esta podría ser una oportunidad para colocar los productos chilenos en Australia, a un precio competitivo conservando la buena calidad. En general las conservas australianas son de un buen nivel, pero los productos que tengan algún grado de diferenciación pueden llegar a tener bastante aceptación. Chile actualmente no presenta actividad exportadora significativa de estos productos a Australia.

### 4.1 Exportaciones Australianas y Mercado local

Australia es un gran productor de duraznos, exportando alrededor del 40% de su producción local. Aun así, de exportar alrededor de 510,000 BC por un valor de aproximadamente 9 millones de dólares en el 2004, tuvo una fuerte disminución el siguiente año, en el que reportó exportar menos de 300,00 BC por un valor de alrededor de 7 millones de dólares. Esto nos indica un incremento significativo en el precio de sus productos exportados. Para el 2006 se pudo apreciar un reajuste en donde se exportaron 464,229 BC, un incremento de más del 60% en comparación del 2005, por un valor de casi 11 millones de dólares, incremento del 52%.

Desde el 2002 se ha producido un estancamiento en la producción de duraznos en Australia, creciendo menos de lo proyectado debido a la sequía de los últimos periodos. Esto ha provocado una disminución en las exportaciones del país y un aumento en las importaciones de duraznos, especialmente a partir del 2003. Dada la madurez del mercado mundial de los duraznos y los bajos precios de los últimos años, no se espera un gran crecimiento de la industria local.

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

Los precios a nivel retail de los duraznos y damascos dependen del tipo de corte (mitades, cuartos y cubitos) y tamaño del tarro o envase. Envases de consumo snack individual como los Weight Watchers Apricots llegan a costar \$1.40 los 135 g mientras un envase de plástico de 1.2 kg SPC en cuartos vale \$4 dólares.

Los importadores prefieren cotizar precios CIF y obtener el mejor precio inmediatamente; Si el precio se encuentra sobre aquel del mercado, entonces

difícilmente responderán. Esto se debe al carácter de gran productor de duraznos que posee Australia.

DESCRIPCION	PRICE RETAIL AUS\$
Weight Watchers Apricots 135g	\$1.39
SPC Sliced Peaches in natural Juice 825g	\$3.40
Homebrand Apricot Halves 825g	\$2.14
Goulburn Valley Apricot Diced 2x280g	\$2.67
Goulburn Valley Apricot Halves in natural juico no added sugar 825g	\$4.01
Goulburn Valley Natures Finest Peach/Apricot Slices 1 kg	\$4.74
You'll Love Coles Australian Peaches in fruit juice 1kg.	\$3.95
Woolworths Select Peach Slices 820g	\$3.33

- Fuente: Woolworth Ltd., Coles
- El tipo de cambio de referencia es de AUS\$ 1= US\$ 0,88

GValley Peach Halves In NatJce  
Jce

Size: 825g can



SPC Peach Mango In Natural Jce  
Natural Jce

Size: 825g can

YIC Peach Slices in Fruit

Size: 825g can



SPC Two Fruits In

Size: 825g can



SPC Halved Apricots in Natural Juice  
Juice No Added Sugar  
Size: 825g



SPC Sliced Peaches in Lite  
Size: 825g



SPC Peaches Diced in Natural Juice  
Juice All Natural  
Size: 825g



Sliced Peaches in Natural  
Size: 825g



YIC Peach Sliced In Juice  
Slices



Weight Watchers - Peaches -

---

Size: 410g can

Noadded Sugar Size: 410g - 0.5



Point



Homebrand Peaches Sliced In Syrup  
Halves In Syrup

Size: 415g



Homebrand Apricot

Size: 415g



SPC Peaches Sliced In Lite Juice  
Size: 410g



GValley Finest Peach Slices  
Size: 1kg tub



YIC Fruit Peach Slices  
Slices  
Size: 1kg tub

SPC Brekky FrtPeach Qtr In Jce  
Size: 1.2kg tub



YIC Fruit Peach Pear  
Size: 1kg tub



GValley Peach Slice In Nat Jce  
Size: 400g tub



GValley Finest Peaches Dice  
Size: 400g tub



WW Peaches Diced  
Puree  
Size: 135g tub

WW Peaches with Mango  
Size: 135g tub



Weight Watchers Apricots  
Size: 135g





## VI. 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. Incluso se publican recetarios on-line con la foto de los productos, además que ciertas marcas los incorporan en la parte posterior de la etiqueta del producto lo que lo hace más atractivo a los consumidores. Ejemplos de publicidad realizadas por los propios retailers, corresponden a las siguientes:

a) **Woolworths:** <http://www.woolworths.com.au>

WOOLWORTHS  
homeshop

Weight Watchers - Peaches - Slices - 410g - 0.5 Point



Price \$2.06  
Save \$0.30  
1 Buy

Copyright 2003 - 2007 Woolworths Limited Privacy Statement

b) **Coles:** <http://www.coles.com.au>



## VII. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

El gran productor de duraznos en conserva en Australia es SPC-Ardmona, compañía recientemente adquirida por Coca-Cola Amatil. Ellos compran el grueso de la producción local y además abastecen a las cadenas de supermercados locales de las marcas propias. También son uno de los grandes exportadores de duraznos en conserva para sectores de Asia.

Los principales canales de distribución de las conservas a nivel local son las dos cadenas grandes de supermercados de Australia, Coles y Woolworths. Se debe considerar la opción de abastecer la marca propia de estos supermercados.

Los principales elementos 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 a comparación del importador europeo o americano, e insistirá en obtener una buena calidad, consistencia y entregas puntuales de sus pedidos.

En forma general los importadores australianos se dividen en cuatro categorías:

- 🍑 **Mayoristas importadores:** quienes importan directamente un rango específico de productos y operan como minoristas o distribuidores. El importador típico se especializará en un segmento del mercado y se concentrarán en lo que saben para mantenerse competitivos. Algunos de ellos pueden insistir en tener derechos exclusivos sobre un proveedor extranjero y en estos casos el proveedor debe mantener el compromiso de exclusividad, una actitud contraria sería muy mal vista por su contraparte en Australia.

- 🍷 **Agentes de importación:** quienes importan productos para otros usuarios finales o importadores, pero no directamente para ellos. No tienen una presencia fuerte en Australia en vista del tamaño y la naturaleza competitiva de este mercado. La mayoría de estos agentes operan en base a una comisión de 3% y 5% en el valor FOB de las órdenes.
- 🍷 **Productores-Usuarios finales:** quienes importan materia prima, aunque normalmente se abastecen a través de importadores mayoristas.
- 🍷 **Minoristas o "Retailers":** importan hasta un 20% de sus requerimientos de mercancías externas a través de sus agentes de compras internacionales. Muy pocos de estos importan directamente. En Australia existe un predominio de estos minoristas en la venta de productos procesados. Los grupos más grandes son Coles Myer y Woolworths.

En detalle una descripción de los principales actores del mercado Australiano de retail:



**1.- Coles Myer Ltd. Company:** Coles Myer es el número uno de los retailers australianos y el minorista más grande de Australia con 2.500 tiendas a través de Australia y de Nueva Zelanda. Contabiliza un total cercano a los dos tercios de ventas en alimentos, combustible, grupo de licores, que incluye cerca de 700 supermercados BI-Lo y Coles, un total de 625 outlets de Liquorland, y 600 Coles express convenience stores. Coles Myer también vende vestuario y mercadería en general a través de las cadenas de descuento Target y Kmart, sobre las cuales tiene los derechos en Australia y Nueva Zelanda.



**2.- Woolworths Limited Company:** Cercano a ser considerado el minorista del alimento número uno de Australia, Woolworths (AKA "Woolies"), opera cerca de 2.385 supermercados, mercancía en general, y tiendas de electrónica a través de Australia. Sus 700 supermercados y casi 575 tiendas de licor constituyen aprox. el 80% de las ventas. Además, Woolworths vende gasolina y tiene una red de distribución para proveer mercancía a supermercados de terceros. Como el segundo minorista más importante de Australia, las tiendas de descuento de mercancía general funcionan bajo nombre Big W. La compañía también opera sobre 200 tiendas de electrónica Dick Smith Electronics y 18 superstores Dick Smith Electronics PowerHouse, y cerca de 120 tiendas de electrónica Tandy.



**3.- Metcash Ltd.:** Es cada vez más fuerte en la competencia contra algunos *goliaths* en la extensión de la distribución de

---

alimentos en Australia. Aunque es considerado uno de los principales distribuidores de alimentos y licor a los minoristas independientes, Metcash (antes Davids) enfrenta a la dura competencia de los operadores de supermercados, Coles Myer y Woolworths. Metcash se encuentra basada en tres áreas básicas: IGA Distribution, Campbells Cash y Carry Stores, Australian Liquor Marketers. El negocio de IGA Distribution de Metcash provee a un total de 4.500 tiendas independientes de alimentos y opera aprox. de 1.100 IGA stores en Australia en la parte meridional y el este. Desde ocho centros de distribución, vende al por mayor 20.000 tipos de alimentos ya sea secos, frescos, refrigerados y congelados.

## VIII. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

Los duraznos y damascos en conservas se venden en distintos formatos. Varían desde las presentaciones snack, individuales, de 120 gramos en envases plásticos, las conservas en tarro, con pesos desde 400 gramos a 1.2 kilogramos y en envases plásticos sellados, con pesos de más de un kilo. Las conservas son en su mayoría al jugo, no en almíbar.

Como se puede observar, tanto los damascos como los duraznos, son un insumo para presentarlos como mermeladas (mermelada de damasco es un producto novedoso), puré (generalmente mezclado con otras frutas).

### PRESENTACIÓN EN ENLATADO



PRESENTACIÓN EN ENVASE DE PLÁSTICO



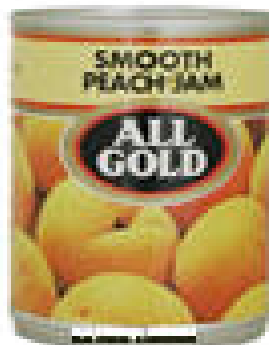
PRESENTACIÓN SNACK

SPC Snack Peaches in Mango Flavoured Jelly 4x120g  
SPC Snack Peaches in Pineapple Flavoured Jelly 4x120g



SMOOTH

All Gold Jam: Peach - Smooth: 450g Can



---

## MERMELADAS



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

- 🍑 Contactar a posibles importadores o grandes productores que estén interesados en comprar volúmenes constantes, principalmente SPC–Ardmona y las grandes cadenas de supermercados como Woolworths y Coles.
- 🍑 Buscar nichos de mercado para producto chileno listo para venta retail, por ejemplo los productos en almíbar.
- 🍑 Contactar empresas productoras locales interesadas en abastecerse con productos importados. En general Australia es un país que favorece mucho la producción nacional y es muy común que parte del proceso de producción se termine dentro del país, como una manera de generar empleo y obtener la etiqueta de “made in Australia”, clave en las preferencias del consumidor local.
- 🍑 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 accesibles debido a adquirir grandes volúmenes, prevaleciendo su calidad y sin riesgos para el consumidor.
- 🍑 Visitar el mercado en terreno y participar en las ferias recomendadas.

- 
- 🍊 Obtener certificaciones HACCP, GAP, ISO por nombrar algunas.
  - 🍊 Mantener contacto permanente con los importadores locales e invitarlos a conocer Chile, las características, calidad del producto y su procesamiento en terreno.
  - 🍊 Impulsar la venta del producto para la venta retail, y también para la de productos terminados listos, en las principales cadenas de supermercados como Woolworths y Coles, o incluso en tiendas tipo "gourmet".
  - 🍊 Dar a conocer la calidad distintiva entre los principales importadores de estos tipos de productos en Australia. Algunas herramientas de mercadotecnia útiles serían: cartas personalizadas, catálogos de los productos, o muestras gratis. Se debe tener presente que la información promocional debe estar presentada en inglés.
  - 🍊 Mejorar el perfil de Chile como un abastecedor serio y confiable en los nichos agroindustriales que se presentan como oportunidades para los productos importados. Preocuparse de ofrecer una oferta constante, no concentrarse en ser solamente una alternativa estacional.

En términos generales, se recomienda lo siguiente:

- 🍊 Confirmar la disponibilidad de transporte marítimo entre Chile y Australia, por el momento existen dos líneas principales (Maersk Sealand y Pacific Anchor Line) entre San Antonio y Sydney. (<http://www.maersksealand.com>) y (<http://www.pal.cl/>)
- 🍊 En lo posible cotizar CIF.
- 🍊 Cumplir estrictamente con los requisitos de cuarentena indicados y con las especificaciones y plazos entregadas por el cliente australiano.

---

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

La principal feria del sector de 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:

- Perth : Marzo, 2009
- Brisbane : 9-11 Marzo, 2008

Para mayor información sobre este evento, favor de 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 entretenimiento, 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 realizara:

- Sydney : 20-22 Junio 2008
- Melbourne : 30 Mayo – 1 Junio 2008
- Brisbane : 9-11 Noviembre 2007
- Perth: 11-13 Julio 2008

La página Web para obtener mayor información es la siguiente: <http://www.goodfoodshow.com.au.>



---

## XI. OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

- Horticultura Australia:  
[www.horticulture.com.au](http://www.horticulture.com.au)
- Australian Good Taste (Revista Alimentos):  
[www.australiangoodtaste.com.au](http://www.australiangoodtaste.com.au)
- Departamento de Cuarentena e Inspección de Australia (AQIS).  
[www.aqis.gov.au](http://www.aqis.gov.au)
- Fine Food Australia – Feria de Alimentos  
[www.foodaustralia.com.au](http://www.foodaustralia.com.au)
- Good Food & Wine Show - Feria de Alimentos y bebidas.  
[www.goodfoodshow.com.au](http://www.goodfoodshow.com.au)
- El Instituto Australiano de Alimentos, Ciencia y Tecnología  
[www.aifst.asn.au](http://www.aifst.asn.au)
- Australian Food Statistics  
[www.daff.gov.au/agriculture-food](http://www.daff.gov.au/agriculture-food)
- Maersk Sealand-A.P. Moller - Maersk Group.  
[www.maersksealand.com](http://www.maersksealand.com)
- Food Standards Australia New Zealand  
[www.foodstandards.gov.au](http://www.foodstandards.gov.au)
- Woolworths  
[www.woolworths.com.au](http://www.woolworths.com.au)
- Coles Myers  
[www.coles.com.au](http://www.coles.com.au)
- SPC-Ardmona  
[www.spcardmona.com.au](http://www.spcardmona.com.au)
- Maxwell Foods  
[www.maxwellfoods.com](http://www.maxwellfoods.com)