
Estudio de Mercado Berries congelados en Tailandia

Abril 2012

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Tailandia

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	4
1. Arancel General:	4
2. Arancel Preferencial Producto Chileno:	5
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	5
5. Barreras Para – Arancelarias	5
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	5
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	5
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	6
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	6
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	7
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	9
1. Potencial del producto	9
1.1. Formas de consumo del producto	10
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)	10
1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen)	10
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto	10
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto	10

<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>10</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i>	<i>11</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i>	<i>11</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>11</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i>	<i>12</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>12</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	<i>13</i>

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: ¹

08111000

08112020

08119090

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Frutillas y Frambuesas Congeladas; las demás Frutas Congeladas

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

081110 - Fresas (frutillas) congeladas

081120 - Frambuesas, zarzamoras, moras-frambuesa y grosellas congeladas

081190 – Las demás Frutas Congeladas

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

081110 se aplican un 40% (ad valorem) al valor CIF de la mercancía o 33.50 BAHT.

081120 se aplican un 40% (ad valorem) al valor CIF de la mercancía o 33.50 BAHT.

081190 se aplican un 30% (ad valorem) al valor CIF de la mercancía o 25.00 BAHT.

¹ Corresponden al Arancel Chileno de 2007. A partir de 2012, los códigos de los productos reportados cambiaron

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

No existe arancel preferencial para el producto chileno

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

- Acuerdo Comercial con China
- Tratado de Libre Comercio con Australia y Nueva Zelanda

Los berries de Chile tienen un arancel del 30%-40% ad-valorem, mientras que el fruto procedente de China goza de una preferencia de 0%.

4. OTROS IMPUESTOS:

Todos los productos pagan el IVA (VAT) que es de 7%.

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

El Departamento de Agricultura (DOA), dependiente del Ministerio de Agricultura y Cooperativas, monitorea la importación de frutas y vegetales. Es necesario un permiso de importación del DOA. Cuando los productos llegan al país, las frutas o vegetales importados deberán estar acompañados por un certificado fitosanitario (PC) extendido por el Servicio Agrícola y Ganadero junto con la factura y los documentos normales de transporte.

Cuando se trata de alimentos importados, estos deben tener una etiqueta en idioma local, aunque se permite que se incluya en otros idiomas.

La etiqueta para los alimentos debe incluir la siguiente información:

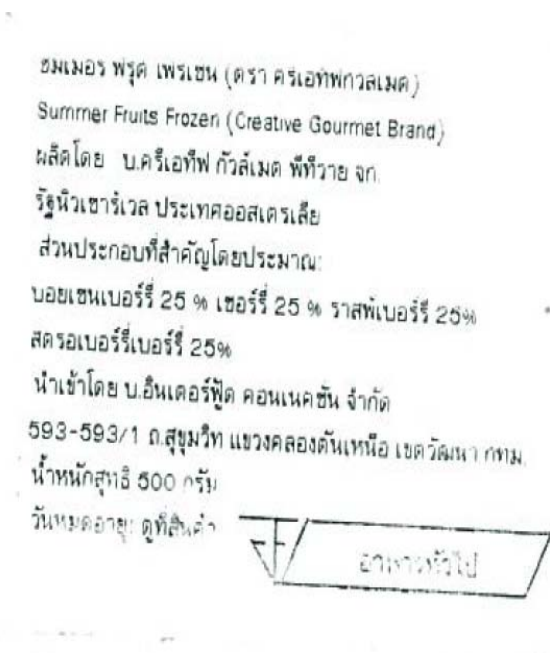
- 1) nombre del alimento
- 2) nombre y dirección del productor, y país de origen
- 3) nombre y dirección del importador
- 4) ingredientes, composición química (colorantes, conservantes o aromatizante)
- 5) fecha de caducidad
- 6) la cantidad neta del producto, peso o volumen

Además, según las condiciones nuevas de importación de uvas de Chile, existen requerimientos adicionales de huerto, empacadores, embalaje y etiqueta.

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

La Dirección de Alimentos y Drogas (FDA) dependiente del Ministerio de Salud Pública

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)



Traducción:

Summer Fruits Frozen (Creative Gourmet Brand)

Manufactured by Creative Gourmet PTY

New South Wales Australia

Ingredients:

Boysen Berries 25% Cherry 25% Raspberries 25%

Strawberries 25%

Imported by: Interfood Connection Co., Ltd

593-593/1 Sukhumvit, North Klongton, Wattana, Bangkok

Weight: 500 grams

IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

081110 – Fresas (frutillas) congeladas

País Socio	Unidad	2009		2010		2011	
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad
El Mundo	KG	1.929.198	2.572.193	5.903.253	4.918.556	6.991.934	4.819.533
China	KG	1.817.526	2.492.117	5.856.300	4.902.512	6.883.776	4.785.249
Chile	KG	78.067	72.020	4.293	1.782	58.378	21.560
Australia	KG	23.066	5.413	16.674	3.765	19.784	3.598
Polonia	KG	-	-	14.347	7.400	15.416	6.000
Francia	KG	2.729	560	2.817	571	4.837	882
Estados Unidos	KG	1.026	244	2.298	571	4.162	1.070
Corea Del Sur	KG	3.007	1.038	-	-	3.691	920
Serbia	KG	-	-	-	-	1.654	200
Bélgica	KG	660	150	-	-	161	50
Nueva Zelanda	KG	-	-	2.987	1.190	51	4
Alemania	KG	-	-	-	-	24	-
Japón	KG	-	-	338	9	-	-
Canadá	KG	-	-	1.099	256	-	-
Marruecos	KG	3.049	650	2.100	500	-	-

Fuente: Global Trade Atlas

081120: Frambuesas, zarzamoras, moras-frambuesa y grosellas congeladas

País Socio	Unidad	2009		2010		2011	
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad
El Mundo	KG	625.960	276.983	414.953	186.035	656.639	254.913
China	KG	432.994	235.145	233.779	135.488	530.418	221.221
Serbia	KG	-	-	27.343	9.350	46.467	12.500
Bélgica	KG	34.419	7.030	15.716	4.225	37.884	11.051
Francia	KG	16.385	2.365	11.797	3.051	21.518	4.315
Polonia	KG	2.018	900	19.758	12.675	7.243	3.810
Reino Unido	KG	-	-	-	-	6.924	620
Estados Unidos	KG	3.558	652	4.168	749	5.172	1.154
Australia	KG	81.617	19.247	46.653	9.160	972	240
Nueva Zelanda	KG	36.374	8.504	35.098	6.925	40	2
Canadá	KG	-	-	549	128	-	-
Chile	KG	-	-	7.387	1.784	-	-
Checoslovaquia (anterior)	KG	18.596	3.140	12.703	2.500	-	-

Fuente: Global Trade Atlas

081190 – Las demás Frutas Congelados

País Socio	Unidad	2009		2010		2011	
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad
El Mundo	KG	1.425.734	713.239	8.422.236	5.156.237	3.742.839	1.568.853
China	KG	979.004	550.983	2.840.441	1.370.464	2.278.174	1.091.641
Nueva Zelanda	KG	8.888	2.946	49.408	17.730	386.821	75.242
Chile	KG	4.429	1.850	115.060	39.318	285.415	65.440
Tailandia	KG	65.349	25.968	2.603	2.988	239.769	78.634
Canadá	KG	84.526	25.750	171.809	49.851	231.880	48.948
Indonesia	KG	-	-	-	-	147.486	160.650
Polonia	KG	2.996	1.350	12.787	4.544	52.759	12.125
Australia	KG	174.798	41.757	71.150	12.699	34.864	5.741
Estados Unidos	KG	47.308	25.123	5.096.996	3.632.981	33.152	16.861
Francia	KG	5.502	960	11.012	2.872	23.460	5.070
Ucrania	KG	-	-	-	-	12.150	2.000
Serbia	KG	-	-	4.646	2.400	8.830	4.340

Fuente: Global Trade Atlas

V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Los berries congelados ocupan una posición en la industria de alimentos procesados (helados, postres, jugos,..) donde los precios son variables. Los principales clientes son empresas que utilizan la fruta como materia prima y la transforman en productos finales como helados, dulces, mermelada, etc.

La tendencia hoy es que los productos congelados están siendo mejor y más aceptados por el consumidor, sin embargo, no es posible apreciarlos con frecuencia en supermercados.

Los berries congelados se consumen habitualmente para acompañar las comidas, o en forma excepcional en postres. Es posible que este producto sea utilizado en mayor proporción en productos como pastelerías, heladerías, postres, yogures, por lo tanto cualquier enfoque en relación a penetrar el mercado tailandés con los berries deben mirar con detención la realidad industrial de este producto.

La participación de China ha ido creciendo dramáticamente en los últimos años convirtiendo el país en competidor real y el volumen total de mercado ha crecido por 36 % entre el 2009 y el 2011.

Desde el 2009 hasta 2011 las importaciones de frutillas han crecido un 38%. El principal mercado de origen de éstas es China, que representa un 98,45%. En 2011, Chile fue el segundo país de proveedor de este producto realizado envíos por 58.378 USD y posee una participación de 0,83%. Aunque la participación del mercado es todavía baja, las importaciones han aumentado fuertemente en 1.259,83% entre 2010 y 2011.

En los últimos años la demanda de frambuesa congelada se ha incrementado notablemente siendo las importaciones en el año 2010 de 0,42 millones y de 0,66 millones en el 2011. Este último año no se registraron exportaciones chilenas en este país. El mayor país exportador de frambuesa congelada es de China con 80,78%, seguido de Serbia con un 7,08% y Bélgica con un 5,77%. China tiene arancel cero en frambuesas, motivo por el cual han aumentado considerablemente su participación de mercado.

En las demás frutas congeladas, el consumo ha seguido una tendencia creciente. Durante el periodo 2009-2011, las importaciones han crecido de 163% siendo China el país que encabeza la lista de exportadores a Tailandia con la participación de 60,87% del mercado, seguido de Nueva Zelanda con 10,33%.

Chile es el tercer exportador de este producto a Tailandia. La participación es de un 7,63% del mercado Tailandés. Desde el 2009 hasta 2011, las importaciones han crecido un significativo de un 148%. Tailandia tiene gran potencial de negocios para los exportadores chilenos.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

La fruta congelada se consume como ingrediente de productos de pastelería, helados o “smoothies” . Por esta razón la oferta no es muy amplia en tiendas o en supermercados.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

No es posible apreciar tecnología específica en la presentación, pues este producto no es de consumo regular, por lo tanto, no es común verlo ubicado en góndolas y refrigeradores de los supermercados.

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

La principal ventaja de China es la competitividad de sus precios y su producto tiene la calidad aceptable. China ha tomado una considerable cuota de mercado debido a su ventaja del acceso y al precio. Una limitante es el tiempo de tránsito, con 45 días es bastante mayor que los de la competencia directa. Además la mayor demanda es para consumo industrial para abastecer empresas.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

Las frutas congeladas son, en general, consumidas a lo largo de todo el año, pero durante los meses de verano (marzo a mayo) se incrementan sus ventas como consecuencia del aumento de la demanda por bebidas granizadas y helados.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

En general, en las grandes ciudades como Bangkok, Pattaya, Hua Hin, Chiangmai, Korat, Kon Kaen, Phuket y etc

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Generalmente los supermercados no importan ni compran de modo directo los productos importados que ofrecen al público; los compran a través de importadores y distribuidores dedicados que los proveen de un producto (o una serie de productos). Algunos de estos importadores son los que re-empacan los productos en los envases y formatos que el supermercado requiere, con la marca del supermercado en cuestión.

VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

ITEM	Pais	Precio en Baht	Precio en US\$
Frozen Raspberries (300 g)	Australia	299	10
Frozen Mixed Berries (500 g)	Australia	329	11
Frozen Blackberries (300 g)	Australia	299	10
Frozen Strawberries (12 oz)	USA	159	5.3

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Los principales clientes son empresas que utilizan la fruta como materia prima y la transforman en productos finales como helados, postres, mermelada etc. Esto implica que se debe concentrar los esfuerzos en estos clientes (Agroindustria y Horeca) y no tanto en el consumidor final.

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO



X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Como el mercado de productos congelados en general sigue creciendo, se detectan buenas oportunidades y perspectivas en el futuro. Sin embargo, hay que observar el nivel de precios de la competencia y la entrada al mercado de nuevos competidores.

Existen posibilidades de acciones para conquistar este sector:

- Realizar misiones comerciales
- Invitar a los importadores y a periodistas especializados a Chile para darles a conocer las características y la calidad del producto
- Realizar una campaña de marketing en cual se relaciona gran calidad y competitividad con el origen chileno
- Participar en ferias internacionales del sector

XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Health Food & Ingredient Thailand 2012

29 marzo -6 abril, 2012

Feria internacional de la salud alimentaria

Venue: IMPACT, Bangkok

Web: <http://www.hfitexpo.com/>

Contacto: napawan@foodindustrythailand.com

Thaifex World of food Asia

23-27 Mayo, 2012

Feria internacional de alimentos y bebidas, abastecimiento de comidas por encargo, servicio de la hospitalidad

Venue: IMPACT Challenger, Bangkok

Web: <http://www.worldoffoodthailand.com/>

Contacto: l.how@koelnmesse.com.sg

Food & Hotel Thailand 2012

5 – 8 Septiembre 2012

Feria internacional de alimentos, bebidas, hoteles y pastelería, restaurantes proveedores y servicios

Venue: Royal Paragon Hall, 5th Floor Siam Paragon, Bangkok

Web: <http://www.foodhotelthailand.com/food/2010/en/index.asp>

Contacto: fht@besallworld.com

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Departamento de Aduanas (Customs – Thailand) - <http://www.customs.go.th>

Ministerio de Comercio - www.moc.go.th

Documentos necesarios para solicitar la licencia de importación, registro y etiquetado en:
http://www.fda.moph.go.th/eng/eng_food/foodeng.htm

<http://www.fda.moph.go.th/eng/food/pre.stm>