

PERFIL DE MERCADO SALMON – CHINA

ProChile Beijing, Noviembre 2007

PRODUCTO

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL
0303.2290	Los demás salmones del Atlántico y salmones del Danubio, congelados, excepto los hígados, huevas y lechas	03031900
0303.2110	Truchas enteras, congelados, excepto los hígados, huevas y lechas	03032100
0303.2210	Salmones del Atlántico y salmones del Danubio, enteras, congelados, excepto los hígados, huevas y lechas	03032210
0303.2290	Los demás salmónidos congelados, con exclusión de los hígados, huevas y lechas	03032900

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

	ARANCEL GENERAL	ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO Por TLC con Chile
03031900	40%	10% Categoría 10 años
03032100	40%	12% Categoría 10 años
03032210	40%	10% Categoría 10 años
03032900	40%	10% Categoría 5 años

OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Estos productos para los países de ASEAN (Brunei, Indonesia, Malasia, Myanmar, Vietnam, Singapur, Tailandia) todos tienen la ventaja del arancel 0%.

OTROS IMPUESTOS

Además del Import Customs Duty (ICD) existe el Value Added Tax (VAT) se aplica por un 13%.

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Para el ingreso de todo producto agrícola, según las normas internas, es necesaria una autorización del AQSIQ General Administration of Quality Supervision,

Inspection and Quarantine of the PR of China) respecto de cada producto. Para ello, existen una serie de procedimientos que dependen de cada producto; revisiones de enfermedades existentes, visitas a terreno, ver los sistemas de control que se aplican en el país de origen. Además se requiere la opinión del Ministerio de Agricultura.

BARRERAS PARA ARANCELARIA:No existen.

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (CIF)

Código: 03031900 Los demás salmones del Atlántico y salmones del Danubio, congelados, excepto los hígados, huevas y lechas

Año 2007 (Hasta Junio)

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Japón	8,325,415	15,243,556	45.88
Rusia	2,768,249	6,633,223	19.96
Chile	2,631,431	4,900,392	14.75
Noruega	1,027,540	2,547,423	7.67
SUBTOTAL	14,752,635	29,324,594	88.26
TOTAL IMPORTADO	17,410,140	33,226,423	100.00

Código: 03032100 Truchas enteras, congeladas, excepto los hígados, huevas y lechas

Año 2007 (Hasta Junio)

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Chile	1,224,854	2,488,212	87.49
Noruega	93,474	267,588	9.41
Estados Unidos	88,220	88,220	3.10
SUBTOTAL	1,406,548	2,844,020	100.00
TOTAL IMPORTADO	1,406,548	2,844,020	100.00

Código: 03032210 Salmones del Atlántico y salmones del Danubio, enteros, congelados, excepto los hígados, huevas y lechas

Año 2007 (Hasta Junio)

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Chile	255,882	1,042,607	62.31
Noruega	218,351	359,192	21.47
Estados Unidos	32,074	145,985	8.72
Japón	49,000	108,732	6.50
SUBTOTAL	555,307	1,656,516	99.00
TOTAL IMPORTADO	594,153	1,673,212	100.00

Código: 03032900 Los demás salmónidos congelados, con exclusión de los hígados, huevas y lechas

Año 2007 (Hasta Junio)

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Japón	1,174,968	1,731,633	54.56
Estados Unidos	390,109	788,426	24.84
Chile	415,700	416,948	13.14
Rusia	48,000	97,251	3.06
SUBTOTAL	2,028,777	3,034,258	95.60
TOTAL IMPORTADO	2,214,798	3,174,072	100.00

Fuente: Aduana China

POTENCIAL DEL PRODUCTO

China es hoy la sexta economía del mundo que representa un mercado potencial de 1.300 millones de personas, hacia donde Chile puede apuntar con sus exportaciones. En el año 2006, el comercio bilateral entre Chile y China alcanzó una cifra de US\$ 8.595,7 millones, posicionando a China como el segundo socio comercial de Chile, después de Estados Unidos. En el mismo período las exportaciones chilenas a China totalizaron US\$ 5.104,3 millones, situando a China como el tercer destino de los envíos nacionales, precedido sólo por Estados Unidos y Japón. Las importaciones chilenas provenientes de China totalizaron en el 2006 US\$ 3.491,4 millones.

El 56,1% de los bienes importados desde China son de consumo. En este período, la balanza comercial marcó un superávit para Chile de US\$ 1.613 millones.

Además, se debe mencionar que en el año pasado han firmado el TLC. Ante esta situación, ahora existe una gran oportunidad para ambos países.

En 2000, la producción mundial de salmónidos alcanzó 1,8 millón de toneladas, de las cuales aproximadamente el 60% correspondió a salmónes y truchas de cultivo. Noruega sigue siendo el mayor productor de salmón cultivado. Le sigue Chile con una producción de aproximadamente 300 mil toneladas este año. Otros países salmicultores importantes son el Reino Unido, con cosechas proyectadas de 120 mil toneladas y Canadá con 60 mil toneladas. Se espera que para el 2010, la producción mundial de salmónidos sobrepasará los 2,6 millones de toneladas, de las cuales más de 2 millones corresponderán a salmónidos de cultivo. En este contexto, es posible que Chile alcance una producción para el 2010 de más de 800 mil toneladas, con un valor total de las exportaciones que sería alrededor de los US\$ 2.500 millones.

Como se ha mencionado, Chile es el segundo productor mundial de salmón detrás de Noruega; las previsiones son que al año 2010 la producción chilena de salmón será la primera en el mundo. En el 2000 Chile exportó salmón a EE.UU. por un monto de 357,8 millones de dólares, cerca de un tercio del total de ventas a ese país.

Las ventas de salmón a Estados Unidos representan el 26 % de los embarques, manteniéndose Japón como el principal destino con un 63 %. En los últimos años las exportaciones de salmón cultivado chileno han desplazado de este mercado asiático. como se observa en las estadísticas de aduana, Chile es uno de los principales países que exportan salmón a China.

PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US \$) Y MAYORISTA



NOMBRE	ESPECIFICACIÓN	PRECIO RMB/kg		
		MAX	MEDIO	MIN
Salmón		60.00	50.00	36.00

FUENTE	http://search.china.alibaba.com/search/offer_search.htm?keywords=%B6%B3%C8%FD%CE%C4%D3%E3
--------	---

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

No existen campañas publicitarias sobre este producto en la TV, ni en las calles, pero últimamente la comida rápida-KFC en China vende hamburguesas con merluza y aparece publicidad de este producto relativo. Además, aparecen en la prensa y revistas especializadas en agricultura que podrían mostrar publicidad relacionada con este producto. En china se suelen realizar muchas ferias comerciales, en las cuales se presentan y promocionan miles de productos, muchas de estas ferias están dedicadas a la alimentación, agricultura, frutas, etc. e incluyen empresas ligadas a la producción y comercialización del salmón.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

- (1). Importador → Mayorista → Minorista → Consumidor final
- (2). Importador → Supermercado o mercado → Consumidor final

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA



Al por menor el producto viene envasado en pequeñas bandejas plásticas con envoltorio plástico flexible. Al por mayor, el producto es colocado en bolsas plásticas al momento de comprar.

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

En los últimos años las exportaciones de salmón cultivado chileno han desplazado de este mercado asiático a las exportaciones proveniente de Estados Unidos, lo cual está generando creciente preocupación de los productores norteamericanos.

El consumo de salmón continuará creciendo en los mercados tradicionales, compitiendo con otros productos cárneos, fruto de la mayor disponibilidad, mejor calidad, y precios más competitivos del salmón cultivado, y no como consecuencia de un "marketing" más eficiente de los productos requeridos por el consumidor.

En América Latina, Singapur, China y Corea surgen nuevos mercados. Estos países tienen una larga tradición de consumo de pescados de especies locales, mientras que el salmón todavía es relativamente desconocido. No obstante, las pruebas realizadas a los consumidores demuestran que el salmón es aceptado fácilmente en estos mercados. En estos años, los noruegos están realizando una campaña para introducir el salmón en el mercado chino, que es el mercado de crecimiento más rápido para productos pecuarios en general y también para los peces de cultivo.

Mientras tanto, en Tailandia y China se está estableciendo una creciente industria para esta producción de productos finales para el mercado japonés, ya que ambos países tienen mano de obra de bajo costo y están muy cerca del mercado nipón. Esta industria procesará materias primas de Chile y Noruega.

En los últimos años la comida japonesa es muy popular en China, su plato conocido es pescado crudo en filete. Aparte de eso, últimamente en las cadenas de comida rápida-KFC en China se vende la hamburguesa con salmón. Aparece su publicidad en televisión todos los días. El salmón es conocido en china se ve mucho en los mercados y supermercados, pero por su alto precio no es muy aceptado por el consumidor.

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

China Zhejiang International Fisheries & Seafood Expo 2008

Período próxima feria: 26-28 de abril, 2008

Lugar: Ningbo International Expo Center

Organizador: Ningbo Haibo International Expo Co.,Ltd

Tel: 86-574-87855768, 86-574-56112556

Fax: 86-574-56112558

E-mail: fish-expo@163.com

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

Shanghai International Fisheries & Seafood Exposition 2008

Período próxima feria: 28-30 de junio, 2008
Lugar: Shanghai Expo
Frecuencia: annual
Organizador: Shanghai Fisheries Trade Association
Shanghai Gehua Exhibition Service Co., Ltd.
Tel: 86-21- 34140855
Fax: 86-21-64516467
Contact Person: Mr. Kim Yang
E-mail: kim.yang@sifse.com
Web: <http://www.sifse.com>

The 6th International Fisheries and Seafood Processing China

Período próxima feria: 5-8 de Junio, 2008
Lugar: Dalian Xinghai Convention & Exhibition Center
Contact Person: Mr. Harbor Chai, Miss Chelsea Gao
Dir: East 14, #18 Huizhan Road, Shahekou District, Dalian China
Tel: 86-411-88816904/88816911
Fax: 86-411-84809988
E-mail: seafood@dxce.com
Web: <http://www.seafoodexpos.com>

China–ASEAN Animal Husbandry & Fishery Science Expo

Período próxima feria: 6-9 de enero, 2008
Lugar: Guangxi Expo
Organizador: Gobierno de Región Autónoma de la Etnia Zhuang de Guangxi
Bosheng Exhibit
Tel: 86-771-5605948, 86-771-5607948, 86-771-5607438
Fax: 86-771-771-5605948
Persona de Contacto: Sr. Wu
Web: <http://nnbs501.blog.sohu.com/>
E-mail: nnbs@163.com

Feria de Importación y Exportación de China

Período próxima feria:
Feria Primavera: 1er período: 15 – 20 de Abril
2º período: 25-30 de Abril
Feria Otoñal: 1er período: 15 – 20 de Octubre
2º período: 25-30 de Octubre
Lugar: Complejo de Pazhou de la Feria de Importación y Exportación de China
(Nº 380, Yue Jiang Zhong Lu, Barrio de Haizhu, Guangzhou)
Complejo de Liu Hua Lu de la Feria de Importación y Exportación de

China (Liu Hua Lu, No. 117, Ciudad de Guangzhou)

Web: <http://www.cantonfair.org.cn/spanish/index.html>

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

- Ministerio de Agricultura de la RP China, <http://www.agri.gov.cn>
- Bureau of Fisheries Ministry of Agriculture of PRCH, <http://www.cnfm.gov.cn/>
- Servicio de Aduana, www.customs.gov.cn.
- Ministerio de Sanidad, <http://www.moh.gov.cn>.
- AQSIQ (General Administration of Quality Supervision, inspection and Quarantine of the PR of China), <http://www.aqsiq.gov.cn/>
- All-China Federation of Industry & Commerce, www.chinachamber.org.cn (Camara de Industria y comercio).
- Ministerio de comercio de la RP china, www.mofcom.gov.cn (Estadísticas, listados de exportadores y proveedores).
- Ministerio de RREE de la RP China, www.fmprc.gov.cn/esp/default.htm.
- Oficina de Estadísticas del Estado, www.stats.gov.cn
- China Fisheries Association, <http://www.china-cfa.org/>