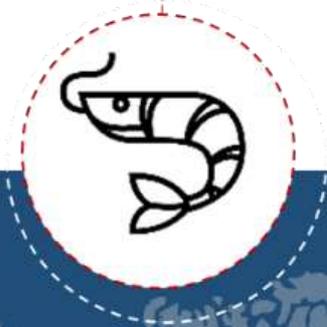


# INFORMES ESPECIALIZADOS

**Informe Especializado**  
Oportunidades para langostinos congelados en China



2018

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO .....	3
I. PRODUCTO .....	4
II. POTENCIAL DE MERCADO & ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	5
II. TRANSPORTE & LOGÍSTICA .....	12
III. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN .....	13
IV. PRECIOS .....	14
V. POTENCIAL DEL PRODUCTO PERUANO.....	18
VI. INFORMACIÓN DE INTERÉS .....	19
VII. INFORMACIÓN DE CONTACTO DE POTENCIALES COMPRADORES ..	21

## RESUMEN EJECUTIVO



Fuente: Comtrade / Penta Transaction \*Langostinos de la subpartida 0306.17

Históricamente, Estados Unidos y Japón han sido los principales importadores mundiales de langostinos; sin embargo, en los últimos cinco años, China ha adquirido particular protagonismo sustentado en el gran tamaño de su mercado interno y la expansión de la clase media. Entre las especies más importadas destacan *p. vannamei* y *p. monodon*, así como langostinos procesados.

El mercado chino, claramente muestra preferencias por los langostinos de aguas cálidas, siendo las especies con las cuales se encuentran más familiarizados los whiteleg (*p. vanammei*) y black tiger (*p. monodon*). De hecho, ambas variedades son las más producidas del país. Sin embargo, en los últimos años también se ha incrementado la demanda de variedades silvestres como el langostino argentino rojo (*p. muelleri*).

El mercado chino muestra claras preferencias por los langostinos sudamericanos pese a la proximidad geográfica de importantes proveedores como Tailandia, Vietnam o India. De hecho, la participación conjunta de Argentina y Ecuador, los dos principales proveedores de esta plaza asiática, significó el 55% de las compras del exterior en 2017. Esto como consecuencia de una mejor calidad percibida, así como por sus características particulares como es el caso de los langostinos ecuatorianos que destacan por tener tallas más grandes y de mejor sabor en relación a la oferta asiática.

Si bien no se registran cifras oficiales, las exportaciones indirectas de langostinos peruanos a China a través del denominado "canal gris" podrían haber totalizado poco más de US\$ 13 millones en 2017. Sin embargo, el potencial de exportaciones directas sería mayor y se estima que a mediano plazo China podría representar hasta un quinto de las exportaciones peruanas de este producto al mundo, lo cual ayudaría a diversificar la alta concentración de Estados Unidos que actualmente representa poco más de la mitad de los envíos peruanos.

## I. PRODUCTO

### 1.1. PARTIDA ARANCELARIA

Gráfico N° 01

China: Principales partidas arancelarias para los langostinos congelados

Partida SA2017	Descripción	Arancel NMF	Arancel Aplicado a Perú
0306.17.29.00	Other shelled prawns, frozen	5%	0%
0306.17.19.00	Other shrimps, frozen	5%	0%

Fuente: MacMap Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

China importa langostinos del género *p.vannamei* a través de dos principales subpartidas, 0306171900 y 0306172900, dependiendo si se trata de productos con caparazón o sin el mismo. El arancel NMF aplicado para lo países con los cuales China no cuenta acuerdos comerciales vigentes es de 5%. En contraste, otros proveedores importantes como Indonesia, Tailandia y Vietnam ingresan libres de aranceles en el marco del TLC China – ASEAN. Por otro lado, desde diciembre de 2017, los langostinos ecuatorianos y argentinos pagan un arancel de 2%.

Finalmente, en base al Tratado de Libre Comercio Perú - China, las subpartidas determinadas para los langostinos en todas sus presentaciones, incluso cocidas, pueden ingresar al mercado exentas de aranceles.

### 1.2. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

- **ESPECIE:** Litopenaeus vannamei
  
- **COLOR**
  - **Crudo:** Traslúcido, azulado u oliva, con bandas oscuras y patas blancas características
  - **Cocido:** Caparazón rojo brillante y carne blanca
  
- **PRESENTACIONES**
  - Las características de la demanda de langostinos depende básicamente del enfoque del comprador chino. En el caso de importadores especializados en cubrir el canal retail existen preferencias por los langostinos pelados enteros (HOSO) congelados en barco y presentaciones procesadas como PTO & PUD; mientras que aquellos especializados en procesadores muestran preferencias por langostinos congelados en planta sin cabeza & caparazón<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> TFO Canada

- En China se prefieren alrededor de **40 – 50 piezas /kg.** y **50 – 60/ piezas /kg.** En menor medida, se ha incrementado la demanda de presentaciones de **30 – 40 piezas / kg.**

## II. POTENCIAL DE MERCADO & ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

### 2.1. POTENCIAL DE MERCADO

#### 3.1.1. Análisis de las Importaciones

**Cuadro Nº 02**  
**China: Importaciones de langostinos en todas sus presentaciones**  
**Millones de US\$**

Subpartida (HS08)	Descripción	2012	2013	2014	2015	2016	Var. % 16 - 15	TCP% 16 - 12
03061729	Otros langostinos sin caparazón congelados	81	109	142	241	234	-2,6	30,2
03061612	Otros langostinos <i>pandalus borealis</i> congelados	68	127	121	162	176	8,4	26,6
03061719	Otros langostinos congelados	48	71	129	162	174	6,9	37,6
03062790	Otros langostinos frescos o refrigerados, s/congelar	58	72	81	87	97	11,3	13,8
03061619	Otros langostinos de aguas frías congelados	9	7	16	29	25	-12,7	27,7
	Otros	43	55	65	74	72	-2,6	14,0
	<b>Total</b>	<b>308</b>	<b>441</b>	<b>555</b>	<b>754</b>	<b>777</b>	<b>3,0</b>	<b>26,0</b>

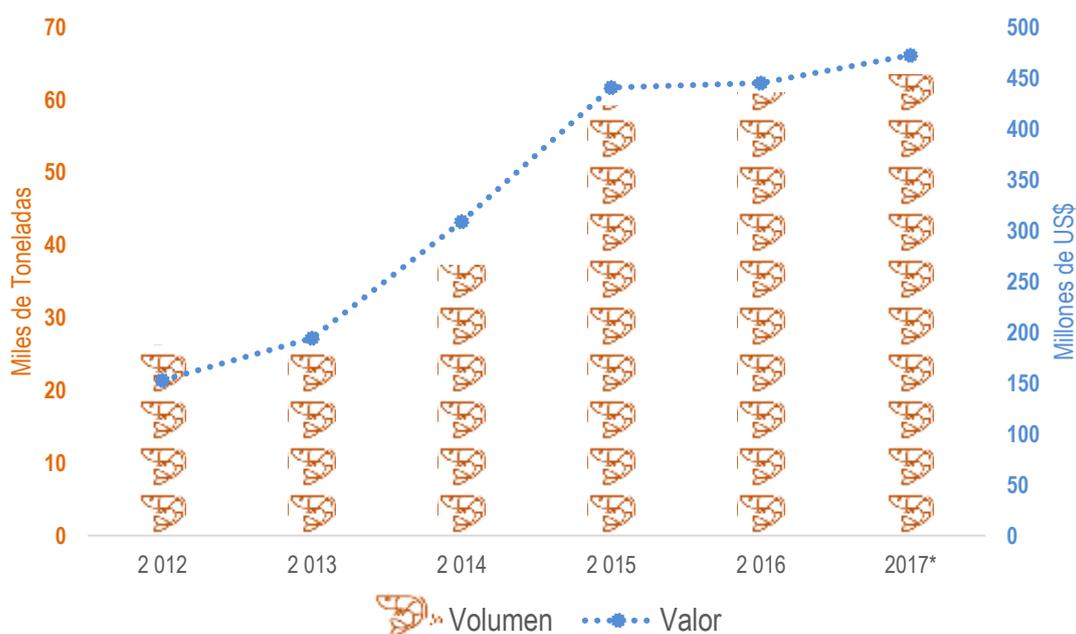
Fuente: Comtrade Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

Históricamente, Estados Unidos y Japón han sido los principales importadores mundiales de langostinos; sin embargo, en la última década, China ha adquirido particular protagonismo sustentado en el gran tamaño de su mercado interno y la expansión de su clase media. De hecho, las compras chinas de langostinos en todas sus presentaciones totalizaron US\$ 777 millones en 2016, más del doble de lo registrado en 2012; similar es el caso de las importaciones en volumen, las cuales sumaron 107 mil TN en 2016.

Es importante mencionar que estas cifras se verían notablemente incrementadas por el comercio transfronterizo con mercados vecinos, particularmente con Vietnam. El denominado “*canal gris*” establecido en la frontera norte de ambos países, entre el puerto de Haiphong, la ciudad de Mong Cai (Vietnam) y la provincia de Guangxi (China), se ha convertido en una alternativa establecida, aunque ilegal y riesgosa, entre los importadores de la región para ingresar productos pesqueros de orígenes sin protocolos sanitarios aprobados por la autoridad china, como los langostinos provenientes de Venezuela o Irán; además de evadir impuestos arancelarios y tributarios. Es así que, por ejemplo, se estima que el 95% de las ventas ecuatorianas a Vietnam, el principal mercado de destino del proveedor sudamericano, tienen como destino final al mercado de consumo en china, mientras que el porcentaje restante se destina al procesamiento en plantas del país.

El mercado chino, claramente muestra preferencias por los langostinos de aguas cálidas, siendo las especies con las cuales se encuentran más familiarizados los whiteleg (*p. vanammei*) y black tiger (*p. monodon*). De hecho, ambas variedades son las más producidas del país. Sin embargo, en los últimos años también se ha incrementado la demanda de las denominadas variedades silvestres entre las que destacan el langostino argentino rojo (*p. muelleri*).

**Gráfico N°01**  
**Evolución de las importaciones de langostinos de aguas cálidas (SH6 0306.17) de China**

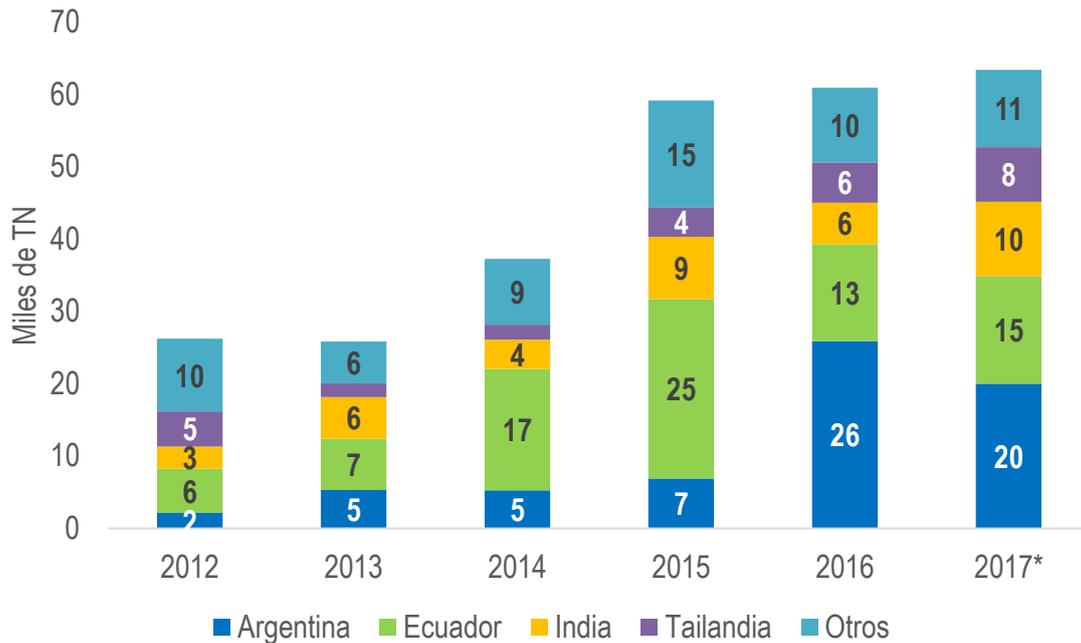


Fuente: Comtrade / \*Penta-transaction Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Tal como se puede notar en el Gráfico N°01 las importaciones chinas de langostinos de aguas cálidas (SH6 0306.17) han mostrado una evolución notable en los últimos seis años, tanto en valor como en volumen, al expandirse a tasas media anuales de 25,3% y 19,3%, respectivamente. Según estadísticas de Penta - Transaction, al cierre de 2017, las importaciones chinas de esta clase de langostinos habrían alcanzado la cifra récord de 63 mil TN; sin embargo, de acuerdo a la FAO, esta podría haber sido superada ampliamente si se suma el comercio transfronterizo con Vietnam, donde aún se realiza el grueso de transacciones y que podría alcanzar las 165 mil TN. En líneas generales, el comportamiento dinámico es explicado directamente por dos variables clave: (i) el crecimiento de la demanda interna como consecuencia de la expansión de la clase media y (ii) la disminución paulatina de la producción nacional

**Gráfico N°02**

## Evolución de las importaciones de langostinos de aguas cálidas (SH6 0306.17) de China por proveedor

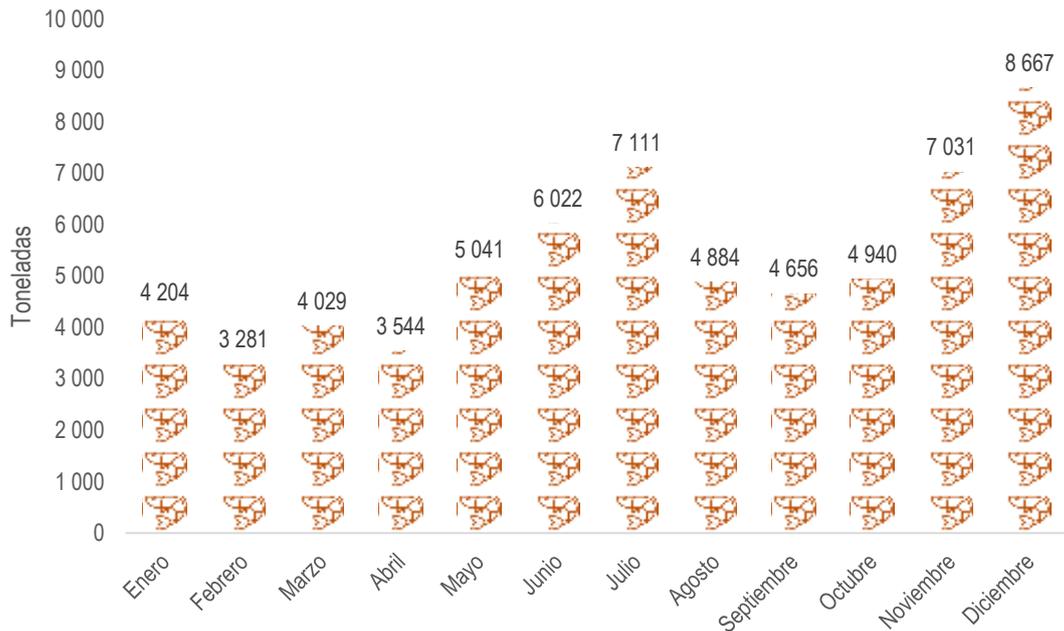


Fuente: Comtrade / \*Penta-transaction Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

El mercado chino muestra claras preferencias por los langostinos sudamericanos pese a la proximidad geográfica de importantes proveedores como Tailandia, Vietnam o India. De hecho, la participación conjunta de Argentina y Ecuador, los dos principales proveedores de esta plaza asiática, significó el 55% de las compras del exterior en 2017. Esto como consecuencia de una mejor calidad percibida, así como por sus características particulares como es el caso de los langostinos ecuatorianos que destacan por tener tallas más grandes y de mejor sabor en relación a la oferta asiática. En el caso de la propuesta argentina resalta la oferta de langostino rojo o patagónico, el cual es altamente valorado en el mercado asiático, aunque en el último año sus exportaciones en volumen a China se contrajeron en 22,7%. Finalmente, India es el país que ha mostrado el mejor desempeño en el último año al expandir sus exportaciones de langostino a China, en volumen, en 79,7%; la mayor apuesta india por el mercado chino se da en el contexto de incertidumbre ante posibles sanciones de la Unión Europea y el aumento de controles sanitarios en Estados Unidos.

En el caso de China, las compras muestran cierta estacionalidad. Usualmente, en los dos últimos meses se inicia la campaña preparatoria para el “Año Nuevo Chino”, donde las importaciones de langostinos se incrementan entre 30% y 50% en relación al resto del año. De hecho, en 2017, el promedio de importación de noviembre y diciembre (7 849 TN) superó en 49% a las compras medias del año (5 294 TN) tal como se puede notar en el Gráfico N°03. De similar modo, a nivel minorista, los precios de estos productos suelen elevarse entre enero y abril, debido a la temporada de festivales; mientras que la oferta es más económica durante el periodo julio – diciembre.

**Gráfico N°03**  
**Evolución mensual de las importaciones de langostinos de aguas cálidas (SH6 0306.17)**  
**de China en 2017**



Fuente: Penta-transaction Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

### 3.1.1. Análisis del Mercado de Consumo

El mercado chino de langostinos y sus subproductos se ha expandido notablemente en la última década, al pasar de 700 mil TN en 2005 a 1,7 millones de TN en 2016, lo cual significó un importante dinamismo de 123%. Se espera que el consumo de langostinos continúe creciendo a una tasa media anual de 5% durante el periodo 2017 – 2020.

De acuerdo a Euromonitor International, el factor clave que ha impulsado el consumo de crustáceos en general en China ha sido la expansión de la clase media y el incremento del ingreso disponible, lo cual ha dado lugar a una mayor demanda de productos de indulgencia como los langostinos importados. De hecho, marcas ecuatorianas como “Wonder” (EXPALSA) y Champmar (Sociedad Nacional de Galápagos) se encuentran posicionadas en este segmento.

Por otro lado, la sociedad de consumo china es cada vez más consciente y se encuentra interesada en alimentos seguros y de alta calidad, lo cual juega en contra de la producción local y asiática, en general. De hecho, la calidad ha comenzado a ser más valorada entre los consumidores y minoristas chinos, quienes están dejando de competir en precios, lo cual se evidencia en la popularidad de la oferta sudamericana.

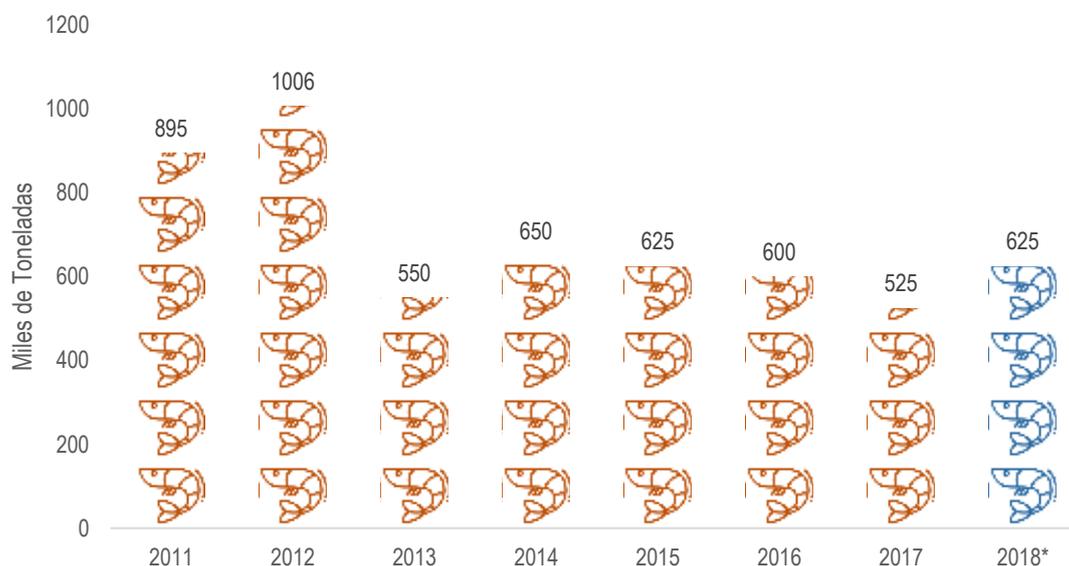
El consumo de crustáceos en general se incrementa durante los meses de enero y abril debido a las celebraciones del “Año Nuevo Chino”; en este contexto, el langostino es especialmente

apreciado por su color debido a que el rojo simboliza la prosperidad y buena fortuna en la cultura del país.

Por último, de acuerdo a Shuichan News, mientras que los consumidores prefieren langostinos procesados en bolsas de 2 kg. congelados en barco, de hecho varios retailers especifican esto en sus páginas web ; las plantas y clientes industriales suelen comprar langostinos congelados sin cabeza y caparazón debido a que facilitan el procesamiento posterior.

## 1.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA LOCAL

**Gráfico N°04**  
**Evolución de la producción de langostino blanco en China**



Fuente: NFI Global Seafood Market Conference 2018 / Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Luego de la crisis EMS<sup>2</sup> que impactó fuertemente a China y al Sudeste Asiático en general, la producción de langostino blanco en el país no ha podido recuperarse y por el contrario viene experimentando una tendencia decreciente como consecuencia, en su conjunto, de la mala gestión en prevención de enfermedades y adversidades climáticas.

En 2017, se estima que la producción de langostinos blancos en China alcanzó su punto más bajo al totalizar 525 Mil TN (2017) debido a brotes de enfermedades durante los primeros meses del año y las adversas condiciones climáticas relacionadas con altas temperaturas y demasiada humedad. A ello se le debe sumar la presencia de quince tifones, tres más que en 2016, que causaron inundaciones en muchos estanques de las regiones productoras del sur y sureste del

<sup>2</sup> EMS: Síndrome de Mortalidad Temprana

país. Sin embargo, se espera que para 2018 esta situación se revierta hasta alcanzar 625 Mil TM.

Es importante mencionar que la producción de langostinos en China se encuentra fragmentada, aunque de acuerdo a información oficial de 2014, las provincias sureñas de Cantón y Guangxi, esta última limítrofe con Vietnam, representaron el 48% de la oferta nacional.

En cuanto a posicionamiento, los langostinos de producción local en los últimos años han estado expuestos al descrédito relacionado con la contaminación del aire y las tierras en China. Asimismo, son considerados de una calidad estándar pero inferior a la del langostino importado, particularmente del proveniente de Sudamérica, por lo cual los consumidores de mayores ingresos y la creciente clase media prefieren la oferta foránea.

## 1.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INTERNACIONAL

**Cuadro N° 03**  
**China: Importaciones mundiales de langostinos del género “penaeus”**  
**(Subpartida N° 0306.17)**

RK	País Socio	US\$ Millones			Volumen TN		
		2016	2017	Var. % 2016 - 2017	2016	2017	Var. % 2016 - 2017
1	Argentina	181	138	-23,8	25 727	20 030	-22,1
2	Ecuador	96	107	12,3	13 417	14 815	10,4
3	Tailandia	50	69	37,8	5 530	7 557	36,7
4	India	39	69	76,5	5 734	10 337	80,3
5	Indonesia	27	14	-48,2	3 918	2 094	-46,6
	<b>Resto</b>	51	75	48,2	6 419	8 577	33,6
	<b>Mundo</b>	<b>444</b>	<b>472</b>	<b>6,5</b>	<b>60 744</b>	<b>63 410</b>	<b>4,4</b>

Fuente: Comtrade Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

Las importaciones directas de langostinos de la subpartida 0306.17 – predominantemente *l.vannamei*, *p. muelleri* y *p. monodon*- de China totalizaron US\$ 472 millones en 2017, lo cual significó un ligero incremento de 6,5% con respecto al año anterior. Sin embargo, se debe tener en cuenta que muchas veces estas cifras no reflejan los flujos comerciales reales.

Tal como se puede notar, el langostino sudamericano es el de mayor demanda con una participación conjunta de Argentina y Ecuador de 52% sobre el total de las compras, los cuales son percibidos como de mayor calidad y sabor en relación a la oferta del Sudeste Asiático.

En primer lugar, Argentina es el principal proveedor de esta clase de productos con importaciones por US\$ 138 millones en 2017 compuestas básicamente por langostinos rojos patagónicos de captura. Si bien las estadísticas oficiales muestran un descenso importante en valor de 23,8%; de acuerdo a entrevistas realizadas a exportadores argentinos por Undercurrent News, las

exportaciones de langostino argentino en 2017 se mantuvieron estables, por lo cual no se estarían reflejando los flujos comerciales reales debido a distintos factores como la importación a través de una subpartida arancelaria distinta o la posibilidad de que los compradores chinos tengan los langostinos en depósitos aduaneros, donde aún estas adquisiciones no son consideradas como importación<sup>3</sup>.

En segundo lugar, destaca la presencia ecuatoriana que ha pasado de US\$ 3 millones (2008) a US\$ 107 millones (2017). De hecho, si se toman en cuenta los envíos a Vietnam, China representa más del 50% de las exportaciones de la subpartida 0306.17 de Ecuador al mundo. El langostino vanammei ecuatoriano se encuentra bien posicionado en el mercado chino lo cual se refleja en la mejor calidad percibida y el posicionamiento entre los principales retailers a través de marcas como "Wonder" (EXPALSA) y "Champmar" (Sociedad Nacional de Galápagos).

En tercer lugar se encuentra Tailandia con exportaciones valorizadas en US\$ 69 Millones en 2017, lo cual significó un crecimiento de 37,8% en relación al año anterior, como consecuencia básicamente de la mejora de la producción del país.

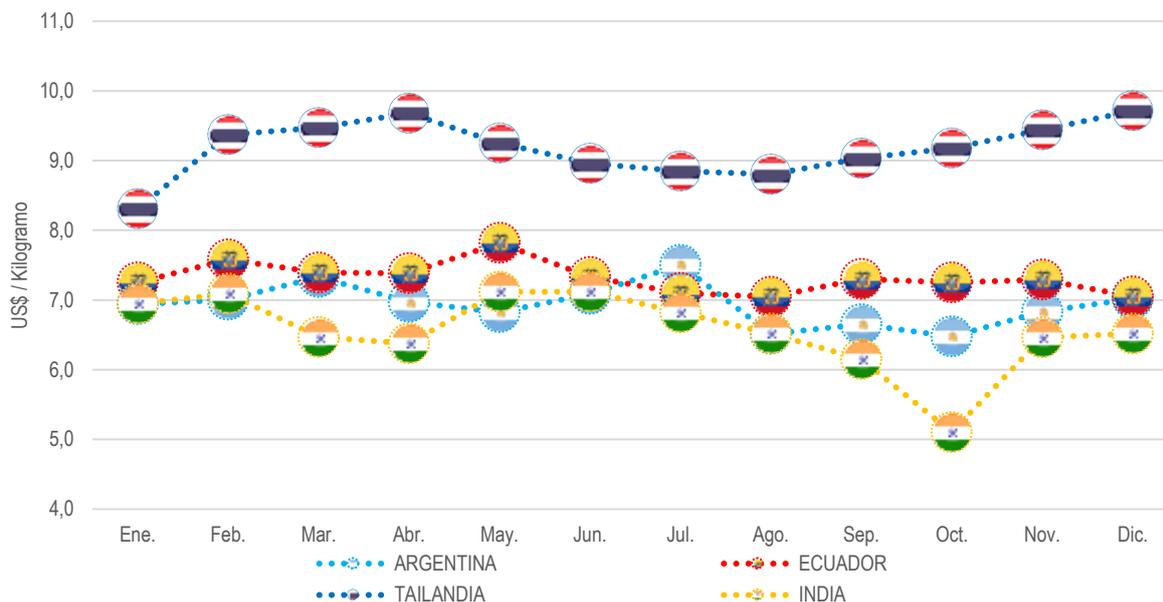
En tanto, India ha sido el suplidor de mayor crecimiento al expandir sus ventas a China en 76,5%. De acuerdo a Undercurrent News, los exportadores indios están apostando cada vez más por China frente a la posibilidad del cierre del mercado europeo y el incremento de los controles sanitarios en Estados Unidos, sus dos principales destinos.

Finalmente, se puede observar en el **Gráfico N°05** que Tailandia mostró el mayor precio referencial durante todo el año, pese a que sus langostinos se encuentran exentos del pago de aranceles de importación en China y tienen como destino principal a la ciudad de Shanghái. En orden, le siguen los langostinos ecuatorianos que mostraron un precio promedio de US\$ 7,25/kg. y que se dirigieron mayoritariamente a las regiones norteñas de Tianjin y Dalian. Es importante mencionar que desde diciembre de 2017, los langostinos ecuatorianos ingresan a China con un arancel reducido de 2%.

---

<sup>3</sup> [Chinese direct shrimp imports from Ecuador overtake Argentina](#)

**Gráfico N° 3: Evolución mensual de los precios referenciales CIF de los principales proveedores de langostinos de China**



Fuente: Comtrade Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

## II. TRANSPORTE & LOGÍSTICA

### 2.1. MEDIOS DE TRANSPORTE

A continuación se presentan los tiempos promedios y costos logísticos para las rutas marítimas desde el Callao (Perú) a los principales puertos de China y a Haiphong (Vietnam) para un contenedor 40' refrigerado FCL/FCL.

**Cuadro N° 5**

Puerto de Destino	Agente de Carga	Días de Tránsito	Importe
Hong Kong	Greenandes / CMA CGM Perú / MSC Perú / Maersk/ K - Line	29 - 33	US\$ 4 742
Xiamen	Greenandes / CMA CGM Perú / MSC Perú / Tecnapo / K - Line	31 - 38	US\$ 4 758
Ningbo	Greenandes / MSC Perú / Maersk/ Transtotal / Hansermar	32 - 40	US\$ 4 758
Shanghái	Greenandes / MSC Perú / Maersk/ K-line / Cosco	33 - 37	US\$ 4 758
Da Chan Bay	Transmeridiam	30	US\$ 3 800
Quingdao	Transmeridiam	36	US\$ 3 800
Xingang	Transmeridiam	43	US\$ 3 800
Dalian	Transmeridiam	45	US\$ 3 800
Haiphong (Vietnam)	Transmeridiam	32	US\$ 4 500

Fuente: SIIEX / World Freight Rates Elaboración: Inteligencia de Mercados- PROMPERU

### III. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Quingdao y Dalian son los principales puertos de arribo para la importación de productos hidrobiológicos. La presencia de instalaciones especializadas, así como un importante número de plantas de procesamiento, consolidan su posición como hubs pesqueros del país. Si bien la industria pesquera se encuentra altamente desarrollada en el norte de China, las regiones del sur – lideradas por Shanghai – continúan concentrando el consumo de productos pesqueros importados y de elevado valor comercial debido a los mayores niveles de ingreso de su población, preferencias gastronómicas y la presencia de importantes importadores, distribuidores y almacenes logísticos de productos de mar.

La mayoría de consumidores chinos aún prefieren la compra de pescados & crustáceos vivos o frescos aunque sostenidamente las ventas de productos congelados o procesados se vienen incrementando. La mayoría de las importaciones de productos pesqueros vivos en China, tal vez hasta un 80%, llegan a Shenzhen, que se encuentra justo al norte de Hong Kong y representa el canal tradicional para el flujo de productos del mar que tiene como destino final la China continental. Los importadores situados en Shenzhen dominan muchos de los canales de distribución de productos del mar en todo el país. Las redes de distribución se han desarrollado desde aquí hasta las principales ciudades, incluidas Shanghai y Beijing. Más de la mitad de los productos pesqueros que ingresan a Shenzhen se envían a Guangzhou para su distribución por todo el país.

Los distribuidores y los sub-distribuidores suelen tener puestos en los mercados mayoristas y, a menudo, asumen el papel de almacenar los productos antes de la distribución. La distribución es muy competitiva y está muy fragmentada porque está dominada por muchos jugadores pequeños. Los distribuidores usualmente venden sus productos a través de sub-distribuidores (mayoristas más pequeños) o directamente al canal HORECA.

Las ventas generalmente se dividen en sub-distribuidores, el sector HORECA y los puntos de venta minorista. La mayoría de los restaurantes tienen peceras que permiten a los clientes elegir sus propios productos del mar. Algunos hoteles pequeños, restaurantes y cafés colocarán pedidos para la entrega ya sea diariamente o con frecuencia durante toda la semana, y el pago a menudo se realiza mensualmente (razón por la cual los distribuidores más grandes prefieren no vender directamente a este sector). Las cadenas más grandes pueden comprar productos directamente de los importadores.

Las cadenas de supermercados son de introducción reciente y se están convirtiendo en importantes puntos de venta a nivel minoristas, tanto de presentaciones vivas como procesadas. Las cadenas de supermercados extranjeras más grandes actualmente en China son Carrefour (Francia), Jusco (Japón), Metro (Alemania) y Wal-Mart (EE. UU.). Tiendas de formato Cash & Carry como Metro se están convirtiendo en verdaderos distribuidores mayoristas, ya que reciben productos directamente de los importadores para su venta a los chefs de restaurantes y pequeños puntos de venta minorista.

Si bien los consumidores chinos todavía prefieren los productos del mar fresco y en vivo, el interés de los consumidores en los productos del mar congelados y procesados está creciendo a medida que se amplía la cadena de frío en el país. Existen pocas diferencias entre los canales de distribución de mariscos vivos y congelados. Puede haber más subdistribuidores en la cadena de suministro de productos del mar congelados debido a la prolongación de la vida útil del producto y una mayor cobertura de distribución geográfica.

Los patrones de consumo tradicionales dentro de las áreas urbanas parecen estar cambiando. Cada vez más familias recurren a productos procesados listos para cocinar. Por lo tanto, los productos procesados, incluidos el pescado y los mariscos congelados, están cada vez más disponibles en los hipermercados de las grandes ciudades. El aumento de los ingresos, la mayor propiedad de refrigeradores y congeladores, una mayor exposición a la cocina occidental e internacional, así como la mayor variedad de esta clase de productos se combinan para aumentar las ventas de congelados / procesados en el país.

Los patrones comerciales chinos están experimentando una transición significativa. Las ventas de mariscos en línea a través de minoristas en línea están aumentando. Las plataformas de comercio electrónico de China (como yiguo.com, tmall.com, yummy77 y yihaodian.com) permiten a los proveedores de productos del mar comercializar sus productos pesqueros de alta gama, tanto en vivo como congelados, directamente a los consumidores de toda China sobre todo en el caso de ciudades que no tienen acceso a los supermercados.

## IV. PRECIOS

### 4.1. PRECIOS FOB COMPETIDORES

---

Debido a las características similares de la oferta, se ha tomado como referencia las exportaciones de Ecuador – el segundo proveedor más importante de langostinos de aguas cálidas de China – durante enero y diciembre de 2017 para analizar los precios FOB referenciales.

**Cuadro N° 6**  
**Precio FOB referencial para colas de langostinos congeladas exportados por una empresa ecuatoriana a un cliente chino**

Presentación	Talla	Volumen Lote Kilogramos	Precio FOB US\$ / Kg
Entero Congelado	30/40	12 487	7,17
Entero Congelado	40/50	9 990	6,29
Entero Congelado	50/60	1 239	5,76
Cola Congelado	26/30	2 795	8,4
Cola Congelado	31/35	1 180	7,59
Cola Congelado	36/40	4 057	7,46
Cola Congelado	41/50	2 795	7,2
Cola Congelado	51/60	1 798	6,84

Fuente: Penta – Transaction Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

\* Precios correspondientes a envío realizado en abril de 2017

#### 4.2. PRECIOS MINORISTAS

En base a un análisis rápido sobre la oferta minorista de langostinos en China se puede notar el liderazgo de los langostinos *I.vannamei*, tanto en presentaciones crudas como cocidas; sin embargo, los langostinos black tiger y, en menor medida, langostinos del ártico también tienen presencia en los supermercados.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Langostinos <i>I. vannamei</i> enteros <b>crudos</b> congelados
	Presentación	Granel – 300 gr.
	Precio	Talla 50 – 60: ¥ 32,0 – US\$ 5,1 Talla 60 – 70: ¥ 29,9 – US\$ 4,7
	Marca	No Aplica
	Fabricante	Sociedad Nacional de Galápagos - SONGA
	Origen	Ecuador

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Langostinos <i>I. vannamei</i> enteros <b>crudos</b> congelados
	Presentación	Bolsa plástica (16 – 20 /bolsa) – 400 gr.

	Precio	¥ 39,9 – US\$ 6,36
	Marca	Original Seafood
	Proveedor	Promarisco
	Origen	Ecuador

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Langostinos I. vanamnei enteros <b>crudos</b> congelados
	Presentación	Caja de cartón (51 – 60 /kg) – 1,8 kg.
	Precio	¥ 149 – US\$ 23,76
	Marca	Blue Snow
	Proveedor	Promarisco
	Origen	Ecuador

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Langostinos I. vanamnei enteros <b>cocidos</b> congelados
	Presentación	Caja de cartón (30 - 40 /kg) – 500 gr.
	Precio	¥ 79,9 – US\$ 12,74
	Marca	CP
	Fabricante	CP Food
	Origen	Tailandia

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Langostinos I. vanamnei enteros <b>crudos</b> congelados
	Presentación	Caja de cartón (30 - 40 /kg) – 500 gr.
	Precio	¥ 79,9 – US\$ 12,74
	Marca	CP
	Fabricante	CP Food
	Origen	Tailandia

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Langostinos vanamnei colas <b>cocidos</b> congelados
	Presentación	Caja – 250 gr.
	Precio	¥ 58,0 – US\$ 9,26

	Marca	King Oscar
	Fabricante	Toush's
	Origen	Tailandia

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Langostinos black tiger enteros cocidos congelados
	Presentación	Caja – 400 gr.
	Precio	¥ 49,9 – US\$ 7,96
	Marca	Toush's
	Fabricante	Toush's
	Origen	Tailandia

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Langostinos del Ártico enteros congelados
	Presentación	Bolsa Plástica (70 – 90 /kg) – 400 gr.
	Precio	¥ 34,8 – US\$ 5,55
	Marca	Yiguo
	Fabricante	No especifica
	Origen	Canadá

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Langostinos azules de Brunéi enteros crudos congelados
	Presentación	Granel – 800 gr.
	Precio	Talla 61 –70: ¥ 98,0 – US\$ 15,63
	Marca	No Aplica
	Fabricante	Golien Corporation
	Origen	Brunéi Darussalam

Foto de referencia	Información relevante del producto
--------------------	------------------------------------

	<b>Nombre Producto</b>	Colas de langostinos rojos argentinos crudas congeladas
	<b>Presentación</b>	Bolsa plástica – 250 gr.
	<b>Precio</b>	¥ 25,9 – US\$ 4,13
	<b>Marca</b>	Original Seafood
	<b>Talla</b>	No Especifica
	<b>Origen</b>	Argentina

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	<b>Nombre Producto</b>	Colas de langostinos black tiger crudas congeladas
	<b>Presentación</b>	Bolsa plástica – 200 gr.
	<b>Precio</b>	¥ 29,9 – US\$ 4,77
	<b>Marca</b>	Yiguo
	<b>Talla</b>	
	<b>Origen</b>	Vietnam

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	<b>Nombre Producto</b>	Colas de langostinos vanammei crudas congeladas
	<b>Presentación</b>	Bolsa plástica – 500 gr.
	<b>Precio</b>	¥ 49,9 – US\$ 7,96
	<b>Marca</b>	Original Seafood
	<b>Talla</b>	
	<b>Origen</b>	Ecuador

## V. POTENCIAL DEL PRODUCTO PERUANO

Aunque se suscribió el protocolo sanitario que permitirá el ingreso de los langostinos peruanos a China en noviembre de 2017; a la fecha (febrero 2018) no se cuentan con los esquemas de certificación aprobados por el AQSIQ para que los envíos se hagan efectivos. Sin embargo, existe un creciente interés entre los compradores del país asiático por adquirir el producto debido

al buen posicionamiento e imagen del langostino latinoamericano y por las similitudes con relación a la oferta de Ecuador.

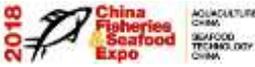
De hecho, los langostinos peruanos muestran un alto potencial si se tiene en cuenta que pueden ingresar al mercado chino exentos de aranceles, a diferencia de la oferta de Ecuador que paga un 2% ad valorem, en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú – China.

Si bien no se registran cifras oficiales, las exportaciones indirectas de langostinos peruanos a China a través del denominado “canal gris” podrían haber totalizado poco más de US\$ 13 millones en 2017. Sin embargo, el potencial de exportaciones directas sería mayor y se estima que a mediano plazo China podría representar hasta un quinto de las exportaciones peruanas de este producto al mundo, lo cual ayudaría a diversificar la alta concentración de Estados Unidos que actualmente representa poco más de la mitad de los envíos peruanos.

## VI. INFORMACIÓN DE INTERÉS

### 6.1. FERIAS

Cuadro N° 7: Ferias de interés

Nombre de la Feria	Web Site	Duración	N° Expositores	N° Visitantes
 <b>Quingdao</b>	<a href="http://chinaseafoodexpo.com/">http://chinaseafoodexpo.com/</a>	3 días	1 503	29 250
 <b>Shanghái</b>	<a href="http://www.worldseafoodshanghai.com">http://www.worldseafoodshanghai.com</a>	3 días	1 215	51 829
 <b>Hong Kong</b>	<a href="https://www.seafoodexpo.com/asia/">https://www.seafoodexpo.com/asia/</a>	3 días	234	7 100

Fuente: Portalferias Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

### 6.2. OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN CHINA

- **Oficina Económico Comercial del Perú en Beijing**

Consejero Comercial: Sra. Diana Pita Rodríguez

Teléfono: +86 10 844 – 001 - 17

Email: [dpita@mincetur.gob.pe](mailto:dpita@mincetur.gob.pe)

- **Oficina Económico Comercial del Perú en Shanghái**  
Consejero Comercial: Sr. Vladimir Kocerha Cavero  
Teléfono: +86 21 529 – 887 - 75  
Email: [vkocerha@mincetur.gob.pe](mailto:vkocerha@mincetur.gob.pe)

### 6.3. LINKS DE INTERÉS

---

- [General Administration of Quality Supervision, Inspection & Quarentine \(AQSIQ\)](#)
- [General Administration of Customs People's Republic of China](#)
- [Ministry of Agriculture of the People's Republic of China](#)
- [All China Federation of Industry & Commerce](#)

## VII. INFORMACIÓN DE CONTACTO DE POTENCIALES COMPRADORES

**Cuadro N° 8: Información de contactos comerciales**

COMPRADOR	PÁGINA WEB	MAIL CONTACTO	PERSONA CONTACTO	CARGO	MAIL	DIRECCION
China National Township Enterprises Corp.	<a href="http://www.cntec.com.cn/">http://www.cntec.com.cn/</a>	<a href="mailto:ctecr3833@sina.com">ctecr3833@sina.com</a>	Mr. Ren Li	General Manager	<a href="mailto:CTEC888@soho.com">CTEC888@soho.com</a>	Beijing - Chaoyang District NongZhan, South Road Toward Building 5, Beijing 8 layers
Zhanjiang Guolian Aquatic Products	<a href="http://www.gl-fish.com/en/">http://www.gl-fish.com/en/</a>	-	Mr. Bob Liao	Global Supply Chain Manager	<a href="mailto:Bob_liao@goulian.cn">Bob_liao@goulian.cn</a>	6 Yongping S Rd,Xiashan Qu, Zhanjiang Shi, Guangdong , China, 524000
Chinatex Raw Materials International	<a href="http://www.chinatex.com/">http://www.chinatex.com/</a>	<a href="mailto:Webmaster@chinatex.com">Webmaster@chinatex.com</a>	Mr. Yang Chongyao	Department Manager	<a href="mailto:yangchongyao@alivun.com">yangchongyao@alivun.com</a>	Chinatex Mansion, No.19, Jianguomennei Street, Beijing, China.
China National Light Industrial	<a href="http://www.chinalight.com.cn/">http://www.chinalight.com.cn/</a>	<a href="mailto:info@chinalight.com.cn">info@chinalight.com.cn</a>	Mr. Yang Gang	-	-	N° 910, 9th Section, Jinsong, Chaoyang District, Beijing, China
Dalian Donglin Food Co. Ltd	<a href="http://www.donglin-seafood.cn">http://www.donglin-seafood.cn</a>	<a href="mailto:doreenseafood@gmail.com">doreenseafood@gmail.com</a>	Ms. Doreen Li	Sales Department	<a href="mailto:doreenseafood@gmail.com">doreenseafood@gmail.com</a>	H/I-23, Interanational Finance Building, Renmin Road, Zhongshan District, Dalian, China
Yantai Weicheng Food Co.	<a href="http://en.wei-cheng.cn/">http://en.wei-cheng.cn/</a>	<a href="mailto:wei-cheng@wei-cheng.cn">wei-cheng@wei-cheng.cn</a>	-	-	-	Fu No. 6, No. 034 Nanying, Zhifu District, Mouping District, Yantai, Shandong, 264000, Yantai, China
Dalian Changyu International Co Ltd	<a href="http://www.changyuinternational.cn/">http://www.changyuinternational.cn/</a>	<a href="mailto:sales@changyuinternational.cn">sales@changyuinternational.cn</a>	Ms. Grace Piao	Managing Director	<a href="mailto:fish@changyuinternational.cn">fish@changyuinternational.cn</a>	Mingzeyuan Building No.1 , 102, Zhongshan District, Dalian 116001, China
Dalian Beauty Seafood Co Ltd	<a href="http://www.beautyseafood.com/">http://www.beautyseafood.com/</a>	<a href="mailto:sales@beautyseafood.com">sales@beautyseafood.com</a>	Mrs. Hellen Wang	General Manager	<a href="mailto:Hellen@beautyseafood.com">Hellen@beautyseafood.com</a>	RM907 JDL143, Wing Tuck Commercial Centre 177 - 183, Wing Lok St., Hong Kong
Zhanjiang Regal Integrated Marine Resources Co.	<a href="http://www.zi-regal.com/">http://www.zi-regal.com/</a>	<a href="mailto:admin@zhanjiangregal.com">admin@zhanjiangregal.com</a>			-	2, Zhenhua Road, Chikan, Zhanjiang, Guangdong, China

Fuente: Penta – transaction Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU