

## **Nuevo Lanzamiento:**

Snack a base de langostino listo para comer sabor  
picante, amargo y dulce en China.



## NUEVO LANZAMIENTO

## Snack a base de langostino listo para comer sabor picante, amargo y dulce en China.

## 1. Producto

De acuerdo con el portal Product Launch (2017), en China la marca Jiweixia presenta tres variedades de snack a base de langostino: Xiangla Wei (aroma aromático y picante), Tangcu Wei (sabor dulce y amargo) y Mala Wei (sabor caliente y picante). Presentado en una bolsa de plástico 9g a un precio de US\$ 0,11, este producto es fabricado por Raoping Leju Fish Products Development Co., Ltd. Los langostinos de agua dulce son un ingrediente de cocina bien conocidos en China. Hacer un producto tan popular en un bocadillo salado listo para comer, permite que se consuma fuera de casa. Combinando la especialidad local con una función on-the-go, este producto puede adaptarse a los consumidores con estilos de vida laborales muy intensos.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Jiweixia
	Empresa manufacturera	Raoping Leju Fish Products Development Co., Ltd.
	Precio	0.11 USD - 9 Grams
	País de fabricación	China
	País de distribución	China
	Ingredientes	Camarones Frescos; Aceite vegetal; Sal; Azúcar granulada blanco; Chile; Especies; Glutamato monosódico; 5'-ribonucleótido disódico
	Fecha	29 Nov 2016

Elaboración: Inteligencia de Mercados PromPerú.

Fuente: Product Launch.

## 2. Mercado de distribución: China

China, ocupa la extensión total de 5.000 kilómetros del mar de Japón y del mar de China Oriental en el este, a la frontera afgana en el oeste, China tiene una de las fronteras internacionales más largas en el mundo.

Según el portal de Euromonitor (2017), en referencia a la situación económica del mercado chino, se esperan tasas de crecimiento más bajas en 2017. El consumo privado continúa apuntalando la economía. La inversión privada se está debilitando, pero esto es parcialmente compensado por un aumento en la inversión entre las empresas patrocinadas por el estado. Un creciente sector inmobiliario también ayuda a contrarrestar una caída en otras áreas como las exportaciones. La deuda corporativa es alta. Las tasas de crecimiento del PIB real caerán a alrededor del 5,8% anual para 2020.

Por otro lado las exportaciones (en dólares) crecieron un 3,0% en 2016. En 2017, se espera que las exportaciones aumenten un 2,0%. En 2016, las exportaciones representaron el 21,1% del PIB,

en comparación con el 31,1% de 2008. Para impulsar sus lentas exportaciones, Beijing ha permitido que su moneda se deprecie a los niveles más bajos en varios años. Las exportaciones de China están relativamente bien dispersas. En 2015, el 42,2% de todas las exportaciones se destinaron a otras economías asiáticas, el 18,3% a los Estados Unidos y el 15,6% a la UE. Sin embargo, la composición de las exportaciones está muy concentrada. Aproximadamente el 42,2% está constituido por maquinaria y equipo eléctrico, mientras que otro 12,0% por textiles.

En referencia a los productos procesados de carne y mariscos en China, la carne procesada y los mariscos en China registran una disminución marginal en términos actuales en 2016 para alcanzar CNY85.1 mil millones, por otra parte se espera cambiar la conducta de los consumidores con una preferencia más fuerte por alimentos sanos y frescos en 2016.

Los mariscos procesados establecen el crecimiento del valor actual más rápido en 2016, el precio unitario medio de la carne procesada y los mariscos aumenta en términos corrientes en 2016, que se debe en gran medida a un fuerte aumento en los costos de las materias primas. La empresa WH Group lidera carnes procesadas y mariscos en 2016.

La venta minorista en China de alimentos frescos y congelados (dentro de los cuales se encuentran los pescados y mariscos) se realiza a través del canal tradicional (58.5% del total), del canal moderno (39.1%) y de otros canales como internet (2.2%). Dentro del canal moderno destacan los hipermercados (22% del total) y los supermercados (16.0%) y en menor medida las tiendas por conveniencia (0.9%) y las tiendas de descuento (0.1%)

Las pequeñas tiendas especializadas y ubicadas en mercados abiertos continúan liderando las ventas minoristas de pescados y mariscos en China. Esta situación obedece a las costumbres de los consumidores, a la estructura de distribución, y a que el consumidor encuentra en estas pequeñas tiendas personas con mayor conocimiento del producto.

Finalmente se espera que los nuevos productos a base de mariscos y productos pesqueros con embalajes orientados a la juventud y las tendencias saludables lideren el crecimiento durante el período de pronóstico. Además, teniendo en cuenta la creciente preocupación de las personas religiosas, los fabricantes también desarrollaran y lanzaran más alimentos con destacados envases religiosos.

### **3. El sector pesquero en China**

China tiene una larga historia en acuicultura. Sin embargo, la producción en gran escala sólo dio inicio tras la fundación de la República Popular de China en 1949. Más recientemente, tras la apertura de China al mundo exterior en la década de los años 1980, el sector ha crecido notablemente, siendo uno de los que presentan mayor crecimiento en las industrias agropecuarias.

Las principales importaciones en el sector pesca en China fueron: los pescados congelados (US\$3,080 millones), los crustáceos frescos congelados y secos (US\$1,853 millones), moluscos frescos, congelados y secos (US\$ 836 millones), entre otros. Asimismo en el 2015 los principales proveedores mundiales de pescado congelado son: Rusia (36%), Estados Unidos (24%), Nueva

Zelanda (3%), mientras que para los crustáceos frescos, congelados, secos son: Canadá (22%), Nueva Zelanda (12%), Estados Unidos (12%) y Ecuador (10%).

#### 4. Estadísticas de exportación

##### 4.1.1. Intercambio comercial Peru y China

Cuadro N° 01 Intercambio comercial Peru - China

Millones de US\$

Comercio Exterior	2012	2013	2014	2015	2016	TCP	Var%	2017 (28/02/17)
						2016-2012	2016/2014	
Exportaciones	7 840	7 354	7 043	7 411	8 487	2.0%	14.5%	899
Importaciones	7 323	7 965	8 426	8 250	7 864	1.8%	4.7%	1 265
Balanza Comercial	518	-611	-1 383	-839	623	-	-	-366
Intercambio Comercial	15 163	15 319	15 469	15 661	16 351	1.9%	4.4%	2 164

Fuente: MAPEX. Elaboración Inteligencia de mercados

##### 4.1.2. Exportación de langostinos

Cuadro N° 02

Millones de US\$

Exportación peruana de langostinos				
Presentación	2015	2016	Var% 2016/2015	Ene 2017
Congelados	146	156	6,8%	12
Conservas	0.3	0.1	-66,7%	-
Harina	-	0.1	-	-
<b>Total</b>	<b>146</b>	<b>156</b>	<b>6,8%</b>	<b>12</b>

Fuente: MAPEX. Elaboración Inteligencia de mercados

##### 4.1.3. Principales países de exportación

Cuadro N° 03

Millones de US\$

Principales países de exportación				
Países	2015	2016	Var% 2016/2015	Ene 2017
Estados Unidos	88	88	0,0%	7
España	30	31	3,3%	1
Francia	15	10	-33,3%	1
Canadá	6	7	16,7%	1
Japón	1	7	600,0%	1
Resto	6	13	116,7%	1
<b>Total</b>	<b>146</b>	<b>156</b>	<b>6,8%</b>	<b>12</b>

Fuente: MAPEX. Elaboración Inteligencia de mercados

Cabe destacar que el mercado de langostinos para Perú en China, se abrió en Noviembre de 2016, el primer registro de ventas al exterior se dio por un valor de US\$ 16.