

## Informe Comercial

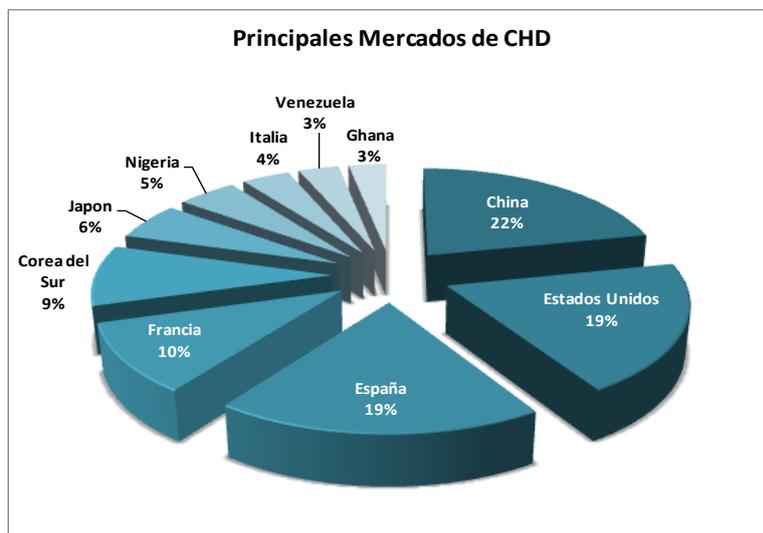
# CHINA FISHERIES & SEAFOOD EXPO 2011 Qingdao, China

### I. EXPORTACIONES PERUANAS A CHINA:

China se ha convertido en el 2011, en el principal destino de las exportaciones pesqueras tanto de Consumo Humano Directo (CHD), como de Consumo Humano Indirecto (CHI). En el siguiente cuadro se aprecian los principales destinos de las exportaciones de CHD entre enero y octubre del 2011. China ha desplazado a Estados Unidos y España al segundo y tercer lugar en cuanto a destino de los productos pesqueros peruanos.

### PRINCIPALES MERCADOS DE CHD ENE - OCT 2011

Países	USD FOB	Peso kg
China	141,637,328	71,321,902
Estados Unidos	127,906,894	18,776,624
España	123,166,063	49,850,801
Francia	68,253,978	8,681,154
Corea del Sur	60,103,677	22,221,792
Japon	36,838,058	22,193,793
Nigeria	30,960,711	28,192,520
Italia	24,788,099	10,492,088
Venezuela	21,187,542	6,093,161
Ghana	19,647,942	17,998,891
Otros (96)	212,144,718	102,617,748
<b>Total</b>	<b>866,635,009</b>	<b>358,440,473</b>



Haciendo un análisis de los productos que China le compra al Perú, se aprecia en el cuadro siguiente la relación de especies pesqueras exportadas a China desde el 2006 al 2010. En todos los años, la pota lidera las exportaciones, con más del 90% de lo exportado. El consumo de pota en dicho país es masivo, sobre todo en las presentaciones secas, deshilachadas y saborizadas. El segundo producto en importancia es la anguila, especie que se consume mucho en países asiáticos como Japón, China y Corea. Le sigue las ovas de pez volador. Importante destacar que a partir del 2009 se iniciaron las exportaciones de anchoveta congelada a China.

**DESENVOLVIMIENTOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS A CHINA**

Producto	2006		2007		2008		2009		2010	
	USD FOB	Peso Kg	USD FOB	Peso Kg	USD FOB	Peso Kg	USD FOB	Peso Kg	USD FOB	Peso Kg
Pota	43,889,512	75,350,251	46,345,927	77,857,674	86,129,528	101,343,680	41,160,262	71,268,295	71,100,977	64,217,788
Anguila	1,187,817	424,898	2,138,266	714,070	1,786,989	565,294	2,612,035	742,862	1,293,415	320,782
Pez volador	1,846,982	411,115	1,427,658	285,975	2,151,654	379,435	930,025	207,205	782,950	170,200
Abalon	211,351	22,000			213,718	22,120			145,676	16,060
Anchoveta	3	2					68,738	141,149	136,019	304,480
Tiburón	494,961	9,589			100,272	5,310	306,479	7,437	115,567	2,095
Calamar	79,478	74,000	476,414	417,402	287,729	191,796	1,142,362	1,005,113	106,556	79,190
Erizo									21,051	3,000
Pepino de mar	18,081	2,537	32,903	6,030	33,542	8,460	11,183	1,334	17,792	535
Caracol					33,692	6,700			4,024	1,000
Merluza					10	14			20	20
N.C.	2,341	90	250,959	146,640	17,712	13,840	6	11	10	100
Otros (15)	526,162	115,554	1,881,006	1,645,873	286,163	192,733	568,923	181,168	-	-
	<b>48,782,848</b>	<b>76,525,590</b>	<b>54,434,139</b>	<b>82,719,537</b>	<b>91,327,172</b>	<b>102,922,116</b>	<b>47,368,936</b>	<b>73,735,741</b>	<b>73,724,056</b>	<b>65,115,250</b>

## ALGUNAS CARACTERISTICAS DEL MERCADO CHINO

De acuerdo con el Ministerio de Agricultura en China, el comercio de productos pesqueros en ese país está alrededor de los US \$ 17 billones, circunstancia que permitiría a China sobrepasar a los Estados Unidos de América y posicionarse en el primer lugar a nivel mundial. Un ejemplo de ello es el aumento en la demanda

por salmón, de más del 60%, lo que también perfilaría a este país muy pronto como el mayor destino en Asia para este producto, superando a Japón.

Se estima que una de las razones de este rápido incremento de demanda se deba no sólo a la mayor capacidad de compra en el mercado interno, sino también a cambios importantes en los hábitos de consumo que abren nuevas posibilidades a los productos procesados. Si bien la preferencia continúa siendo por los frescos y vivos, los compradores requieren ahora también de congelados para satisfacer al exigente público chino. Esta dinámica podría incluso ser más marcada en los próximos diez años, por lo que el panorama venidero es incierto y promisorio al mismo tiempo.

El mayor consumo de productos pesqueros importados en China se da en áreas costeras con desarrollo importante, y donde los consumidores poseen mayores ingresos y nivel de educación: Shanghai, Zhejiang, Jiangsu, Shandong y Liaoning; mientras que el consumo en el interior del país es bajo, debido a que los ingresos son relativamente menores, y no existe disponibilidad adecuada de estos productos.

El consumo de pescados y mariscos en China domina la oferta culinaria en los restaurantes y puestos de comida al paso. Igualmente, se encuentra muy presente en los mercados mayoristas y supermercados, con extensas áreas dedicadas exclusivamente a éstos productos. Cabe indicar asimismo que las ventas por supermercados cobran año a año una fracción mayor de las ventas al menudeo en China, y un claro ejemplo de ello es la presencia de cadenas internacionales como WALMART, CARRAFOUR y TESCO con varias tiendas operando en las principales ciudades del país. Por tomar un caso, WALMART cuenta con 197 tiendas en China desde que inició sus operaciones en el año 1996.

Según información de ***Euromonitor***, en China se puede reconocer tres tipos de importadores de productos pesqueros:

- **Grandes fabricantes / procesadores** que importan directamente productos pesqueros primarios. Estas empresas después de recibir los productos en el puerto, los llevan a sus cámaras frigoríficas o a sus plantas de procesamiento, y transforman la materia prima en productos finales. La mayoría de estos productos son re-exportados a diferentes mercados.
- Empresas que se dedican a la **importación de productos pesqueros primarios**, al procesamiento de éstos, y a la venta en el mercado doméstico de productos finales con sus propias marcas. Estas empresas por lo general tienen oficinas de venta a lo largo del territorio chino, y desarrollan relaciones con distribuidores/mayoristas locales, minoristas, y operadores de *foodservice*.
- Cientos de **agencias de importación**, las cuales proveen productos pesqueros frescos y congelados a procesadores y distribuidores/mayoristas domésticos que no cuentan con licencia de importación.

Si bien existen diferencias por la preferencia de determinados productos, las tradicionales presentaciones que dominan el mercado son las líneas de vivos, frescos y secos; aunque con el transcurso de los años cada vez es más notoria la venta de pescado congelado individualmente en pequeñas porciones o a granel, así como pescados enlatados en múltiples envases y presentaciones especialmente en las cadenas de supermercados antes citadas cuya presencia no sólo ha permitido a la diversificación de esta oferta, sino también al ingreso de productos importados.

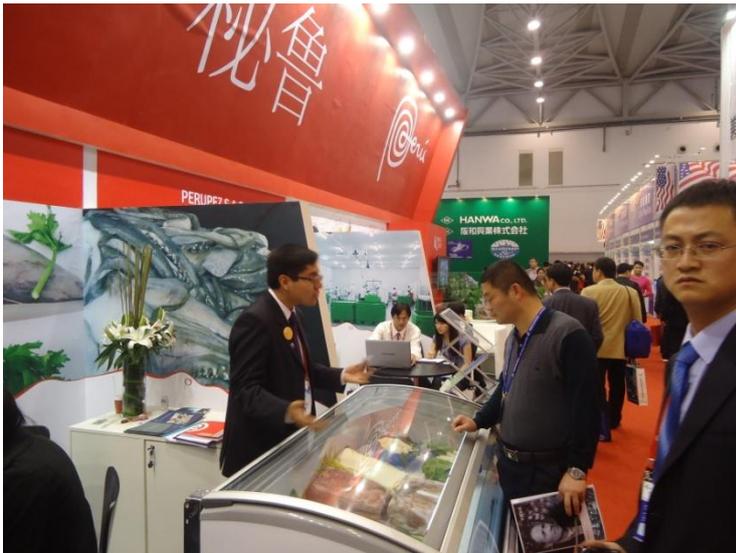
## II. PRESENTACIÓN DEL PERÚ EN LA FERIA

- **Area del stand 108 m<sup>2</sup>**
- **10 empresas exhibidoras:** COINREFRI, REFRIGERADOS FISHOLG & HIJOS, PERUPEZ, PESQUERA EXALMAR, PERUVIAN SEAFOOD, PROANCO, OCEAN FROST, PESQUERA INDUSTRIAL DIRRECO, TASA Y GALSER.
- **Productos exhibidos:** Pota (en distintas presentaciones), anchoveta (IQF y en preparaciones), calamar, perico, conchas de abanico.
- **INTERBANK** participó como auspiciador por tercer año consecutivo

Datos de la feria:

- 16<sup>va</sup> Edición (11<sup>ma</sup> participación de PROMPERU)
- Asistencia : 15,300 visitantes (representando 80 países)
- 800 empresas exhibidoras, provenientes de 35 países







Presentación peruana en China Fisheries 2011

## Resultados China Fisheries 2011

Las 10 empresas expositoras llenaron el último día de la feria una encuesta, los resultados se muestran a continuación:

- **US \$ 1.075 millones** fueron las ventas concretadas durante la feria.
- **US \$ 19.150 millones** fueron las expectativas de negocios en los próximos 12 meses.
- Se hicieron 982 contactos comerciales, de los cuales 760 (77%) se registraron como nuevos contactos.
- **País de origen de los visitantes** (en orden de importancia): China, Corea del Sur, Japón, Estados Unidos, Rusia, Tailandia, Turquía, Taiwán, Singapur, Vietnam, entre otros.

## Demandas

Todos los años la coyuntura es diferente en lo que respecta al mercado pesquero; en esta edición de China Fisheries 2011, a pesar de que el mercado de algunos productos se encontraba bastante lento, hubo interés sobre todo de los siguientes productos:

El filete de pota precocido (daruma) fue el más pedido de lejos, aunque cabe indicar que el precio de este producto actualmente está a la baja debido principalmente al stock alto de producto congelado que tiene China en este momento, que de acuerdo a alguna información recibida durante la feria sería superior a las 150 mil TM de producto. Este producto básicamente vendría de los barcos chinos que operan en teoría fuera de las 200 millas peruanas.

Otros productos que registraron interés fueron las alas de pota precocidas, el filete de anguila, las conchas de abanico y los langostinos enteros. Con respecto estos 2 últimos productos, algunos empresarios chinos nos manifestaron que el consumo en China sigue creciendo por ello, a pesar de

que ellos son productores de bivalvos y langostinos, requieren también importar estos productos para abastecer su propio mercado.

### **Oferta de otros países**

Al igual que Perú, otros países sudamericanos también se presentaron en China Fisheries 2011, estos países fueron: Ecuador, Chile y Argentina. Con respecto a la oferta Ecuatoriana, el langostino fue la especie que más destacó. Cabe indicar que Ecuador viene incrementando sus exportaciones de langostino a China en los últimos años y a setiembre del 2011, China representa su sexto mercado en importancia con un valor de exportación de US\$ 24 millones. En la oferta Ecuatoriana también destacaba el perico y el atún. La oferta chilena estuvo liderada por el Salmón y mejillones. La pota también estaba siendo exhibida por algunas empresas chilenas sobretodo en presentaciones como filetes. Como se sabe el 2011 se han registrado importantes desembarques de pota en Chile, lo cual ha ocasionado que Chile empiece a exportar este producto a mercados tradicionales como España y China principalmente.

### **III. VISITAS A PLANTAS PROCESADORAS**

Luego de China Fisheries 2011, se organizó una misión comercial en la ciudad de Zhoushan, al sur de China, donde se visitaron plantas pesqueras de productos pesqueros con alto valor agregado. En la misión participaron 12 empresas peruanas con un total de 22 representantes. Cabe indicar que el grupo estaba conformado por 4 empresas pequeñas, 4 empresas medianas y 4 empresas grandes.

Se visitaron en total 5 plantas pesqueras, 2 mercados mayoristas en Shanghai y Zhoushan y varios supermercados. Estas visitas ayudaron a que los exportadores peruanos conocieran mejor el mercado chino en general. Las plantas visitadas fueron las siguientes:

**ZHEJIANG INDUSTRIAL GROUP CO LTD:** Esta empresa procesa una gran variedad de productos pesqueros: calamar, anguila, pelágicos, salmón, entre otros. Mostraron interés sobre todo por anguila. Con respecto a la pota, nos comentaron que también la compran a través de terceros principalmente. Esta empresa cuenta con barcos propios que pescan en casi todos los océanos, frente a Perú también, no nos precisaron cuantos barcos se encuentran fuera de las 200 millas peruanas. Sus productos son destinados básicamente a Japón. Esta empresa cuenta con capitales japoneses.

**HAIZHIGE CO. LTD:** Empresa orientada al valor agregado. Procesa más de 200 variedades de productos de diferentes especies como salmon, calamares, anguilas, correa, tunidos, pez espada entre otros. La empresa se dedica a la exportación principalmente a mercados como Japón, Corea del Sur, Rusia y a la UE. Atiende mucho al sector restaurantes y catering. No cuenta con barcos propios, pero compra materia prima de los barcos chinos que pescan por todo el océano pacífico.

**GREEN FOOD CO. LTD:** Igualmente esta empresa está orientada a la producción de productos listos para preparar con alto valor agregado. Su mercado es la UE, principalmente España, Italia y Grecia. Nos comentaron que si bien es cierto que estos países están complicados económicamente, no habían sentido

una disminución de la demanda. Trabajan mucho con las anillas de llex argentino y están empezando a hacer pruebas con las anillas de pota, por lo que puede ser un comprador interesante de anillas de pota.

FUDAN TOURISM FOOD CO., LTD: Esta empresa es especializada en el procesamiento de pota seca deshidratada y saborizada. Atiende el mercado chino, coreano, ruso y japonés. Compra desde Perú Daruma y aletas precocidas. Actualmente nos comentaron que tienen stock y que esperan que el precio de la daruma disminuya hasta los USD 2300/ TM. Esta empresa cuenta con campos al aire libre donde la pota es secada naturalmente entre 2 a 3 días.

HAILI OCEAN FISHERY: Esta empresa cuenta con 64 embarcaciones pesqueras, 5 de ellas según nos indicaron los dueños se encuentran al frente de Perú fuera de las 200 millas. Tienen mucho interés en construir un astillero en Perú para que sus barcos puedan recibir mantenimiento. Adicionalmente están interesados en hacer una alianza con alguna empresa peruana para poder procesar (precocción) la pota que sus barcos congelan a bordo y exportarlas a China. Ante esta solicitud varias empresas peruanas mostraron su interés en procesar sus productos.

Las visitas a las plantas procesadoras ayudan también a hacer nuevos contactos comerciales, por ejemplo: La empresa visitada Green Food Co, actualmente no está importando anillas de pota, pero mostró interés en empezar a importar para hacer sus empanizados que los comercializa en varios países. También, la empresa Fudam Tourism Food que compra pota desde Perú mostró interés en contar con nuevos proveedores debido a que no logra abastecerse completamente con los que actualmente tiene.

Otro aspecto importante de las visitas a las plantas procesadoras, es que ayuda a que los empresarios vean como se procesan productos con mayor valor agregado, que aprecien nuevas maquinarias de proceso, nuevos empaques y presentaciones. Hemos podido ver la elaboración de productos para retail (listos para calentar y consumir) y para el sector Horeca (empacados al vacío principalmente).

Un dato importante es que muchas plantas procesadoras chinas nos indicaron que contaban con embarcaciones pesqueras en los mares peruanos (en teoría fuera de las 200 millas), esas embarcaciones pesqueras son las que actualmente están abasteciendo gran parte del mercado chino y compiten con las exportaciones peruanas. En este sentido toda la delegación peruana coincide en que se deben tomar las medidas necesarias para controlar mejor nuestras 200 millas de mar peruano y así evitar que embarcaciones extranjeras ingresen a nuestro mar.

