

---

# ESTUDIO DE MERCADO PRODUCTOS DEL MAR EN CHINA

Preparado por la Oficina Comercial de Chile en Shanghai,

Director Comercial Sr. Ernesto Lagos e Investigadora Andrea Santander, estudiante 5to año  
Ingeniería Comercial Universidad de Chile.

*Febrero, 2008*

Estructura:

1. Marco General – China en el Mercado Mundial
2. Consumo doméstico de Productos del Mar en China
3. Intercambio Comercial con América Latina
4. Evaluación de Productos Prioritarios
5. Desafíos y Oportunidades Comerciales

---

## MARCO GENERAL

China es el principal socio comercial de Chile, del total de exportaciones chilenas al mundo un 14,4% se destinan a este país y se proyecta que esta proporción siga aumentando en los próximos años ya que solo entre el año 2006 y el 2007 las exportaciones totales hacia China crecieron en un 100,8%.

Cerca del 85% de los productos exportados pertenecen a la minería mientras que el sector silvoagropecuario participa en solo un 0,6%. Sin embargo, las exportaciones de estos productos han experimentado un alza significativa de un 95,5% en el último año alcanzando los 835 millones de dólares durante el 2007. De este valor, cerca de US\$25 millones corresponden a productos del mar, cuyas exportaciones a China crecieron en un 66% entre Septiembre del año 2006 y Septiembre del año 2007.

### **China en el Mercado Mundial de Productos del Mar**

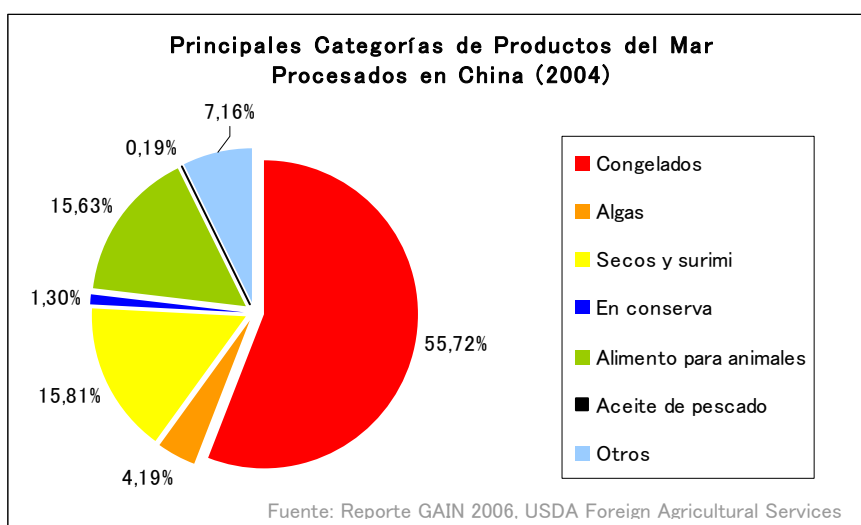
China es el mercado doméstico de productos del mar más grande del mundo en cuanto a volumen. No solo es el mayor productor sino que también el mayor exportador.

Aproximadamente el 35% de la producción total mundial de productos del mar es china. Este alto nivel de producción se explica por dos razones principales; la primera es el progresivo aumento del consumo nacional en los últimos años, y la segunda son las proyecciones de exportación de la industria nacional. La FAO ha estimado que para el año 2030 la producción de productos marítimos y acuícolas de China cubrirá el 70% de la producción mundial, y que para el año 2010 ésta llegará a los 60 millones de toneladas.

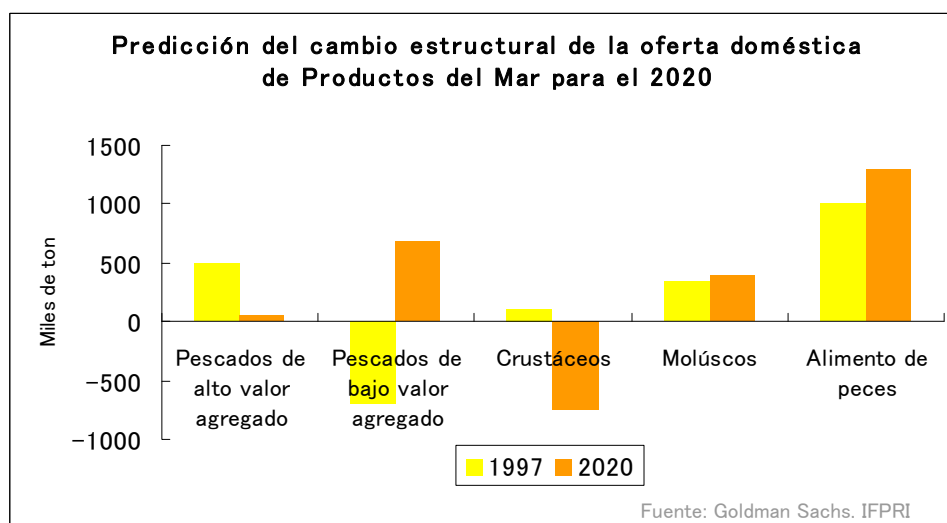
El gobierno chino se ha centrado en promover especialmente el sector de la acuicultura, de hecho, el 60% de la producción nacional proviene de este sector. La pesca extractiva, sin embargo, está bajo políticas de “cero crecimiento” para evitar la sobreexplotación de los recursos marítimos. Las ciudades de Dalian y Qingdao, en el norte de China, son las mayores productoras, acá se encuentra la mayor parte de la industria procesadora de alimentos. Las provincias sureñas de Zhejiang, Fujian y

Guangdong también son localidades importantes dentro del mercado de estos productos.

En cuanto a las importaciones, éstas sumaron más de US\$5 billones durante el año 2007 y se espera que para el año 2010 esta suma se duplique. Entre el periodo 2006–2007 las importaciones de productos del mar en China crecieron en cerca de un 21%, este crecimiento se explica principalmente por el interés de empresas extranjeras en realizar el procesamiento de alimentos en fábricas chinas, motivados por el bajo costo que posee la industria procesadora nacional. Algunas estimaciones hablan de que entre el 60 y el 75% de las importaciones de productos del mar pasan por la industria procesadora y son luego reexportadas a otros países. Estas estimaciones se apoyan si se examina la estructura de alimentos de la industria procesadora, en la cual la mayoría son productos congelados, al igual que la mayor proporción de los productos importados.

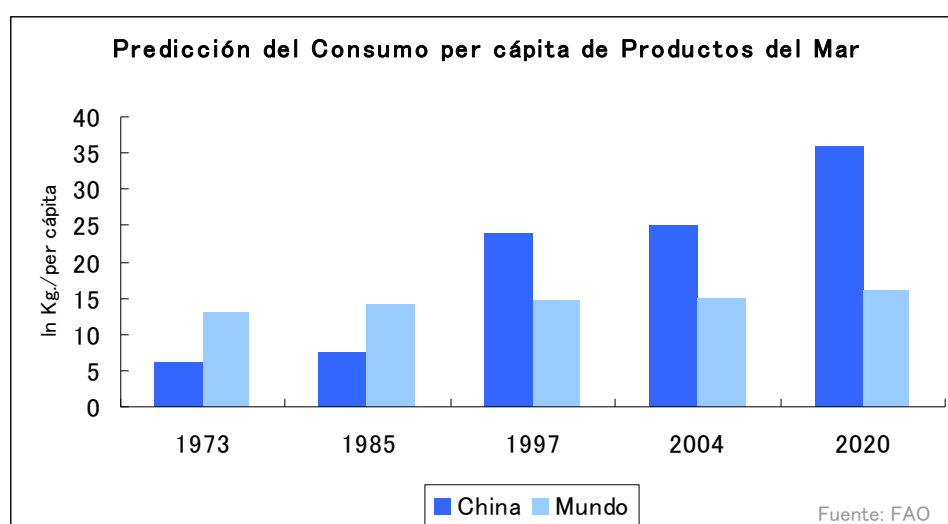


Otra razón por la que hay un fuerte ritmo de crecimiento de importaciones de productos del mar es que la oferta doméstica no ha sido capaz de satisfacer la demanda interna, sobre todo para alimentos de alto valor agregado y crustáceos, los cuales son los productos más demandados por la población del segmento de mayor ingreso.



## CONSUMO DOMÉSTICO DE PRODUCTOS DEL MAR EN CHINA

Para los chinos el pescado (o producto del mar) posee un significado de prosperidad, su consumo es común en la vida cotidiana y también durante las festividades. Dentro del presupuesto individual destinado a la alimentación se destina en promedio un 5% al consumo de productos del mar, el gasto es más fuerte en zonas urbanas, donde la proporción llega al 7%. Para el año 2007 se estimó que el consumo per cápita de productos del mar en China será de 26,9 kilos y que para el año 2020 el consumo llegará a los 36 kilos, un aumento de cerca del 40%. Es la población con mayor poder adquisitivo, perteneciente a la clase media-alta, la que consume una mayor proporción de alimentos como pescados y mariscos, es por esto que parte importante de las proyecciones de aumento del consumo se basan en el progresivo aumento del poder adquisitivo de la población china, que va en la misma tendencia del crecimiento económico del país. Hoy la población de clase media constituye el 5% de la población total, se proyecta que para el año 2035 esta llegue a 1,5 billones de personas, mientras que el gobierno chino tiene como objetivo que para el 2015 llegue ya a los 650 millones de personas.

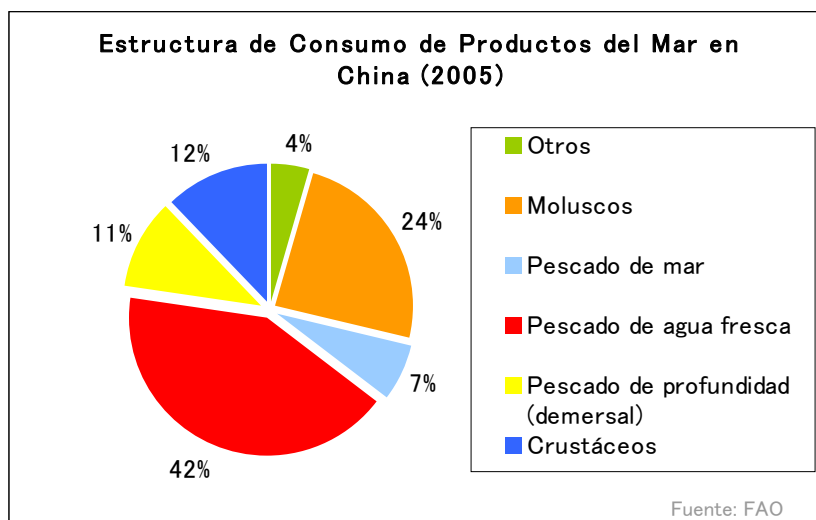


Las localidades con el mayor consumo de productos del mar son Beijing, Shanghai y Guangzhou. Estas zonas concentran a la población con mayor poder adquisitivo de China y además poseen mayores ventajas en cuanto a infraestructura, almacenaje y distribución que las demás provincias interiores.

En China, a diferencia de muchos países occidentales, el grueso de los consumidores prefieren pescados enteros y peces vivos antes que pescados y mariscos procesados y con alto valor agregado. El consumidor chino prefiere primero el producto vivo, luego fresco, luego congelado y por último procesados y empaquetados. Sin embargo, los productos importados son vistos como productos de alta calidad y seguros, y los consumidores están dispuestos a pagar por ellos un precio mayor que los productos locales. El aumento del ingreso per cápita promedio y de las alternativas de la oferta de productos ha hecho que el consumidor chino se vuelva más selectivo al momento de comprar.

A pesar de esto, como ya se mencionó antes, existen patrones de consumo

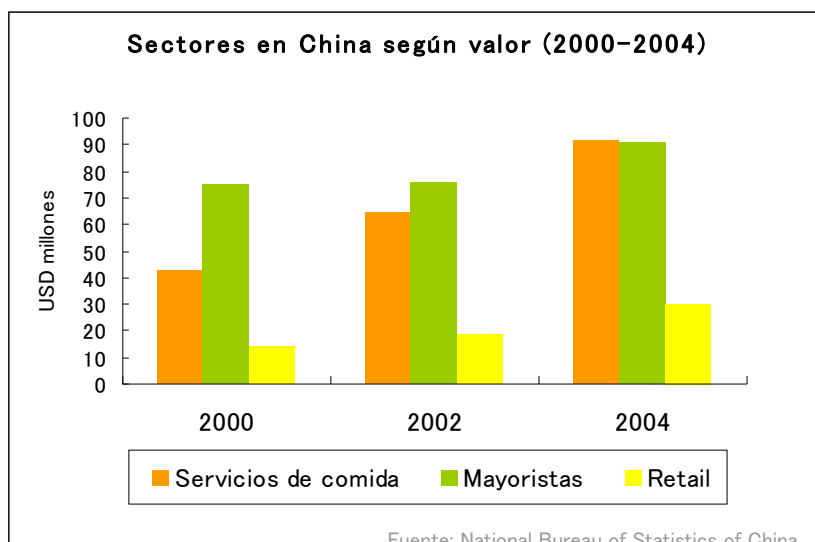
diferentes, no solo entre la población rural y la urbana, sino que también generacionalmente. Las generaciones más jóvenes tienen curiosidad por probar productos extranjeros y están dispuestos a pagar un poco más por mayor calidad. Mientras que las generaciones mayores se fijan mucho en el precio y la mayoría prefiere comprar en los mercados tradicionales, donde no se encuentran productos envasados ni etiquetados y existe una menor probabilidad de conocer el origen del producto.



Dentro del consumo de productos del mar importados en China es posible destacar 3 sectores importantes:

- ◆ Sector de Servicios (Restaurantes y Hoteles de lujo). Una parte importante del presupuesto de la población china se destina al gasto en restaurantes y en “salir a comer fuera”. Tanto en restaurantes como en hoteles se sirven productos de alta clase.
- ◆ Sector de Retail. En los últimos años ha aumentado el número de supermercados e hipermercados dentro de China, sin embargo, sigue siendo un sector subdesarrollado. Estos locales están focalizados a atender las necesidades del consumidor de clase media, el cual quiere ahorrar tiempo y comprar productos ya procesados. En supermercados es posible encontrar desde productos vivos en tanques hasta filetes empaquetados, mariscos congelados en cajas y comidas listas para servir. También caen dentro de esta categoría los mercados tradicionales, en los cuales generalmente se venden los productos vivos o congelados, no hay muchos alimentos procesados y los precios tienden a ser menores en comparación a los supermercados.

En ciudades como Shanghai, los mercados tradicionales de productos del mar se están concentrando en solo una zona donde se instalan en su mayoría vendedores mayoristas, con lo que el acceso para el consumidor común se está haciendo más difícil, abriendo la participación de mercado de las cadenas de supermercados.



◆ Sector Procesador de alimentos. Se caracteriza por tener buenas tecnologías y mano de obra barata. Es un gran consumidor de los productos congelados importados que entran a la industria procesadora para luego ser reexportados a otros países.

En cuanto al valor de los productos del mar en China, estos varían de acuerdo a dos factores. Por una parte, existe un grado de sustituibilidad del pescado y mariscos con respecto a las carnes rojas. Con lo que variaciones en el precio de la carne de cerdo, u otras carnes, hacen que aumente la demanda por productos del mar, haciendo que su precio se eleve también en algunas provincias. Por otra parte, los precios de los productos locales están relacionados a los costos de cultivo, con lo que problemas climáticos o alzas repentinas en los costos de la industria acuícola también elevan el nivel de precios de los productos del mar.

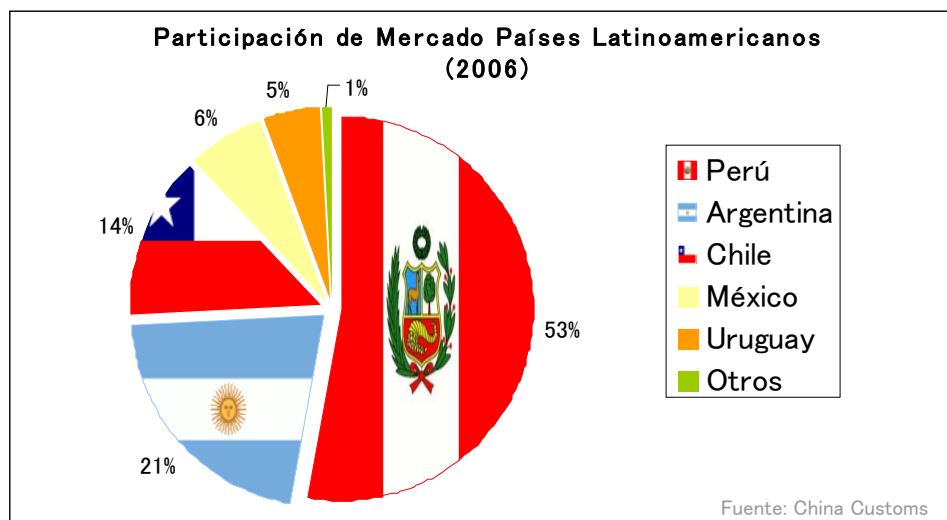
Durante el año pasado hubo una leve tendencia al alza en el precio de los productos del mar, cercano al 2%, esto debido a las alzas en el precio de carnes rojas y a las alzas en los costos de cultivo a causa de numerosos shocks climáticos.

También es importante destacar que debido a costes de importación en cuanto a medios de transporte y distribución para la cadena de frío, los pescados y mariscos importados poseen un precio más elevado de que productos del mar producidos domésticamente.

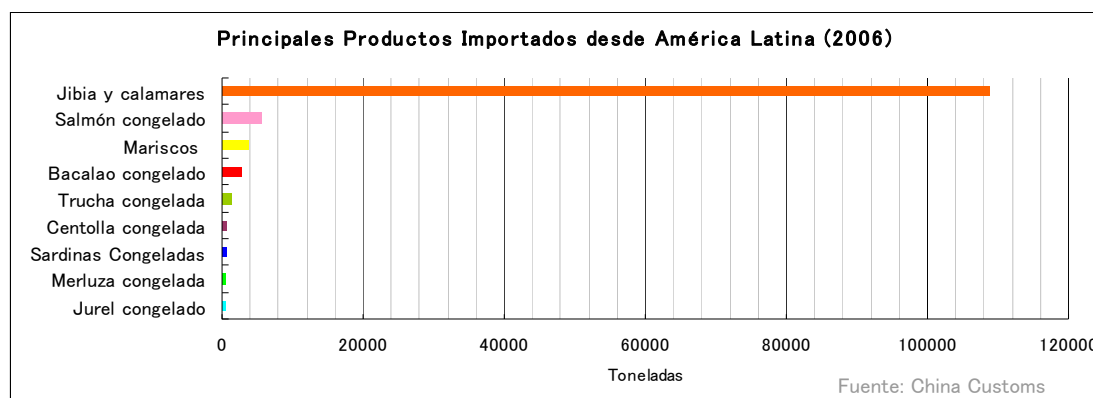
## **INTERCAMBIO COMERCIAL DE PRODUCTOS DEL MAR ENTRE CHINA Y LATINOAMÉRICA**

Las importaciones provenientes desde Latinoamérica para el año 2006 llegaban a los US\$140 millones. Más de 135 mil toneladas de productos entre pescados y mariscos congelados principalmente. La mayor porción del mercado pertenece a Perú, con un 53% de participación, en segundo lugar se ubica Argentina y tercero está Chile con un 21% y 14% de participación respectivamente. Durante los últimos tres años la tendencia de importaciones provenientes desde países

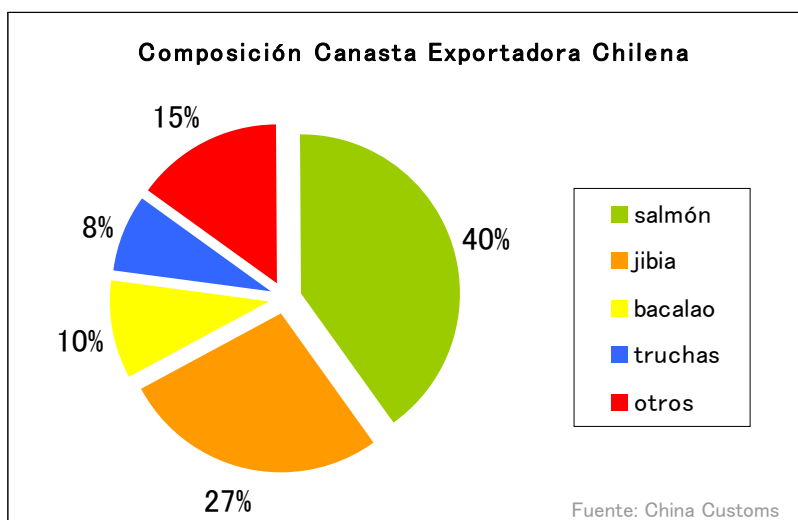
latinoamericanos ha ido al alza, sin embargo, la participación de mercado de cada país ha mantenido la misma estructura siendo Perú, Argentina y Chile los principales países de origen.



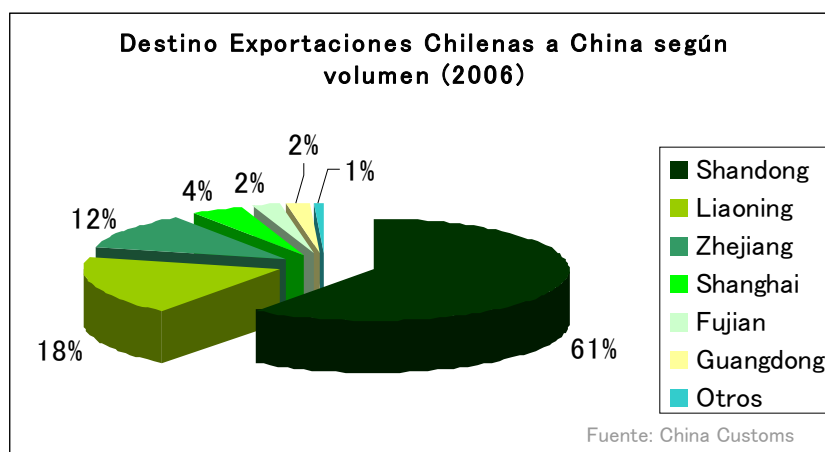
Los principales productos importados desde latinoamérica son jibia, salmón, bacalao de profundidad y trucha. Principalmente pescados enteros congelados, una menor proporción de filetes congelados. Por la parte de mariscos se importan abalon, centolla y mejillones.

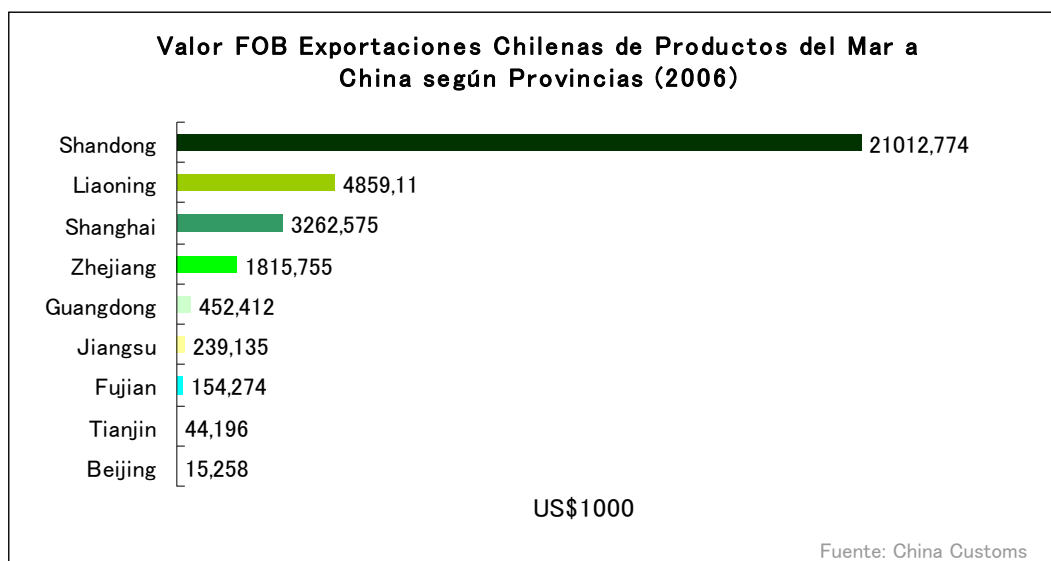


La canasta exportadora de Perú y Argentina está concentrada principalmente en la jibia, este producto corresponde a un 98% y un 90%, respectivamente, del total de productos del mar exportados a China. Son las exportaciones de este producto las que han mantenido las exportaciones peruanas y argentinas por sobre las chilenas. Sin embargo, Chile ha desarrollado canasta exportadora más amplia; un 40% de las exportaciones corresponden a salmón congelado, un 27% a jibia, un 10% a bacalao congelado, un 8% a truchas congeladas y el 15% restante a otros productos como merluza, jurel y mariscos congelados.



La zona de provincias costeras son los principales destinos de importaciones. Existen dos factores comunes que caracterizan estas localidades, primero, son éstas las que han impulsado en gran medida el crecimiento económico de China en los últimos años, acá vive la población con el ingreso medio superior de China y se encuentran las ciudades más modernas del país. Es por esto mismo que es esta zona la que posee el mayor poder de compra de China y el mayor consumo de productos del mar. En segundo lugar, es acá donde se concentra la industria de productos marítimos. La industria de la pesca extractiva, la acuicultura y la industria procesadora de alimentos se concentran en la costa sur y este de China, las provincias más importantes en cuanto a volumen de importaciones son Shandong, Liaoning, Zhejiang, Shanghai y Fujian.





El comercio con China se ha visto favorecido con la entrada de este país a la OMC en el año 2001, el arancel de importación disminuyó de más de 20% a productos del mar hasta un promedio de 13%, además se facilitaron los canales de entrada; disminuyeron los canales grises por los que entraban productos a China desde Hong Kong para evitar las altas tarifas de importación.

Favorable ha sido el caso particular de intercambio comercial con Chile, ya que luego de la firma del Tratado de Libre Comercio los productos como pescados y mariscos tienen un impuesto de importación del 7% para la mayoría de los productos del mar, con la tarifa más alta para los moluscos (9,8%). Con el proceso de desgravamen la tasa llegará a 0% el año 2015.

## EVALUACIÓN DE MERCADO PARA PRODUCTOS PRIORITARIOS

A continuación se describen características de mercado de productos de mar prioritarios. El estudio de presentación y precio de los productos se realizó a partir de investigación en principales supermercados (Metro, Carrefour, Lotus y WalMart), el mercado tradicional de productos del mar (Tongchuan Market en Putuo) y el mercado mayorista (Oriental International Seafood Center) de la ciudad de Shanghai. Este último mercado es el que albergará en los próximos años todo el mercado de productos del mar de esta ciudad, tanto mayorista como minorista. Con lo que la oferta quedará limitada solo en esta zona y en supermercados.



## ■ Abalon

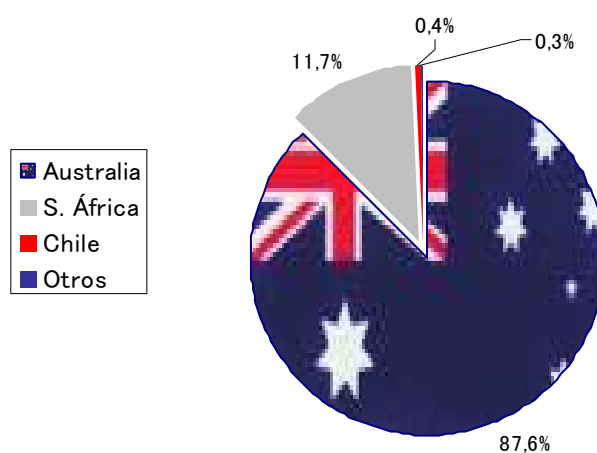


Mercado Tongchuan

En China la producción de abalon es fuerte sobretodo en forma de cultivo. Sin embargo, igualmente se importan cerca de 4,4 toneladas de producto anualmente, principalmente desde Australia para la industria de procesamiento de alimentos y directamente a hoteles y restaurantes. Desde Chile se importaron cerca de 2 toneladas de producto el año 2006, lo que equivale a menos de un 1% de participación en el mercado. El destino principal de las importaciones totales es Beijing.

Es posible encontrar este producto fresco en los mercados tradicionales minoristas y mayoristas, donde el precio es de 210 Rmb/Kg (US\$29) y 150 Rmb/Kg (US\$20) respectivamente. En supermercados solo se vende en cajas donde el producto está congelado y procesado, y el precio es menor llegando a los 114 Rmb/Kg (US\$16).

Principales Países de Origen (2006)



## ■ Centolla



Mercado Tongchuan

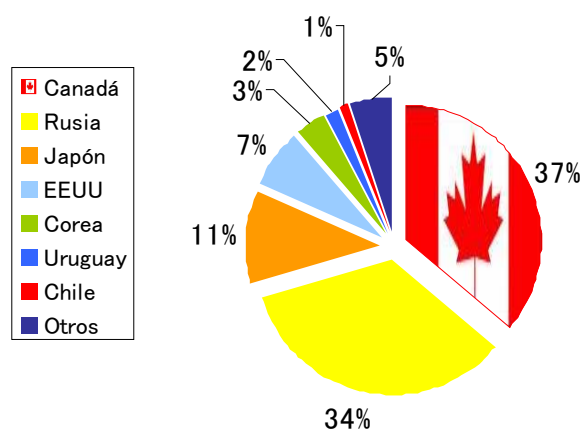
La centolla es vista como un producto de muy alta clase en China y se vende viva

en forma escasa en los mercados tradicionales o procesada en supermercados. A China se importan cerca de 18 mil toneladas de centolla al año. Canadá y Rusia comparten la mayor parte de la participación del mercado. Chile se posee una participación pequeña de solo un 1,06% en términos de volumen importado. En el año 2006 las importaciones de centolla provenientes desde Chile sumaron US\$3,25 millones, cerca de 340 toneladas de producto.

Los principales destinos de las importaciones chilenas son Shanghai, Dalian (provincia de Liaoning) y Shenzhen (provincia de Guangdong). Sin embargo, dentro de las importaciones totales el principal destino es la provincia de Shandong.

En los mercados tradicionales el precio varía en más de un 160% si el producto está vivo o congelado. El precio de la centolla es de 320 Rmb/Kg (US\$44) viva y 120 Rmb/Kg. (US\$16) congelada. Y es posible encontrarla en contenedores en frío o en estanques de agua.

Principales países de origen (2006)



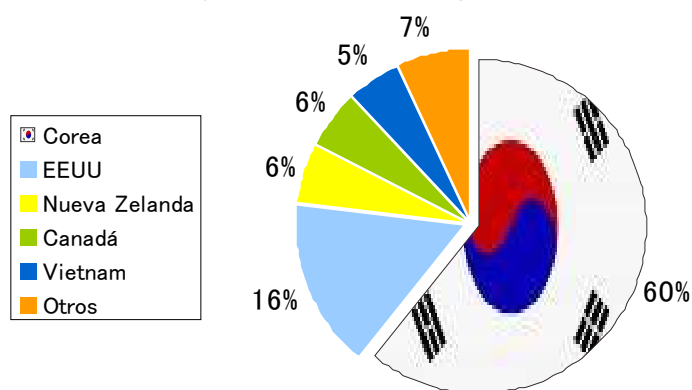
## ■ Ostras



China importa cerca de 517 toneladas de ostra al año, un valor de casi US\$2 millones. Este producto es posible encontrarlo tanto en mercados tradicionales como en supermercados, fresco o procesado. Es posible encontrar el producto local en forma fresca, el cual es en su mayoría cultivado, y el producto importado ya empaquetado y procesado. La mayor parte de las importaciones proviene de Corea y EEUU.

Tanto en los mercados tradicionales como en los supermercados se vende a 18 Rmb/Kg (US\$2,5). Los principales destinos de las importaciones son las provincias de Liaoning, Shanghai y Jilin.

Principales Países de Origen (2006)



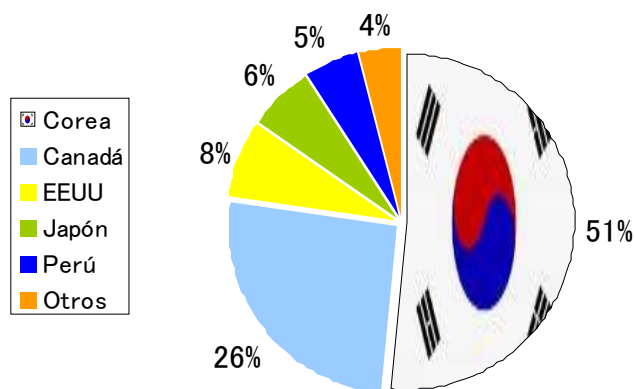
### ■ Choritos

China importa más de 1.600 toneladas de choritos anualmente. Corea y Canadá son los países con la mayor participación en el mercado. Dentro de las importaciones de origen latinoamericano Perú es el único país que una presencia importante.

En el sector de retail es posible encontrar este producto tanto fresco como congelado y procesado en cajas. El producto fresco tiene un precio de 58 Rmb/Kg (US\$8), congelado 27 Rmb/Kg (USD\$4) y procesado empaquetado 44 Rmb/Kg (US\$6).

Los principales destinos de las importaciones son las provincias de Liaoning y Guangdong (cerca del 50%).

Principales Países de Origen (2006)

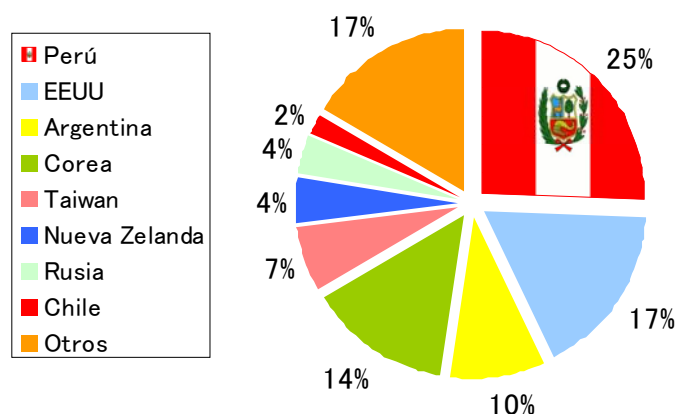


## ■ Jibia



Las importaciones de jibia en China alcanzan más de 270 mil toneladas al año. Este producto es fácil de encontrar tanto en supermercados como en mercados tradicionales y también dentro de la industria de servicios de alimentos. Generalmente se vende entero, fresco o congelado, en mercados y supermercados, donde el precio no difiere y se encuentra cerca de los 34 Rmb/Kg (US\$5). Las mayores importaciones provienen desde Perú y EEUU. La Jibia es uno de los productos del mar que más exportan los países latinoamericanos a Asia, y dentro de esta categoría de países Chile posee cerca de un 2% de participación en el mercado. El año 2006 se importaron desde Chile cerca de 5 mil toneladas de este producto. La mayor parte de las importaciones llegan a las provincias de Shandong y Liaoning.

### Principales Países de Origen (2006)

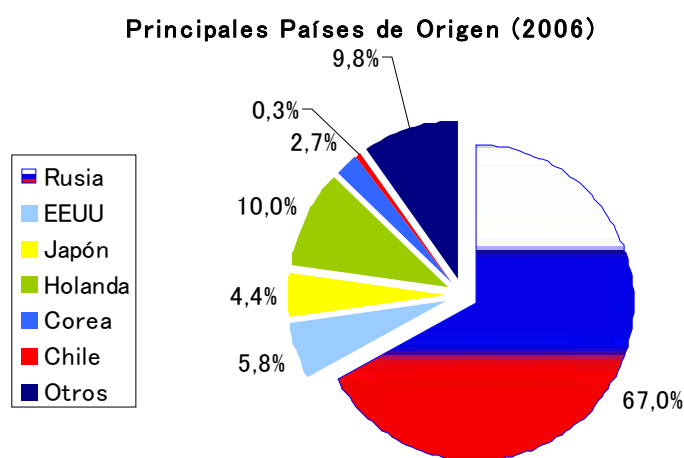


## ■ Bacalao de Profundidad



El Bacalao es uno de los productos más comunes de encontrar en los puntos de venta de productos del mar en China. Se presenta en contenedores sobre hielo en

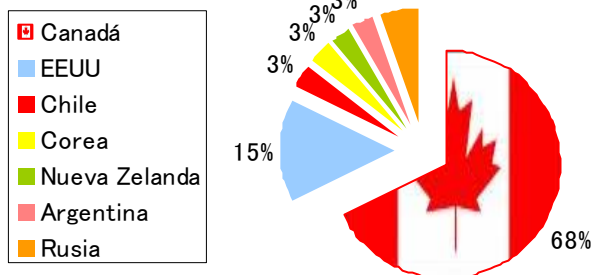
los mercados tradicionales y en filetes empaquetados en supermercados. China importa más de 590 mil toneladas de bacalao congelado al año. Las principales importaciones provienen de Vietnam y EEUU. Chile posee una participación de solo un 0,32% en el mercado. En el año 2006 las importaciones de bacalao provenientes desde Chile sumaron US\$4,2 millones, cerca de 1.900 toneladas de producto. El principal destino de las importaciones chilenas es la provincia de Shandong. Este producto es posible encontrarlo tanto en supermercados como en los mercados tradicionales. En supermercados se venden congelados y procesados, en mayor parte como filetes, mientras que en mercados tradicionales y mayoristas se venden enteros congelados y también como filetes. El precio de retail es cercano a los 150 Rmb/Kg (US\$21). El precio de filetes congelados al por mayor es el que varía más llegando a los 244 Rmb/Kg (US\$34)



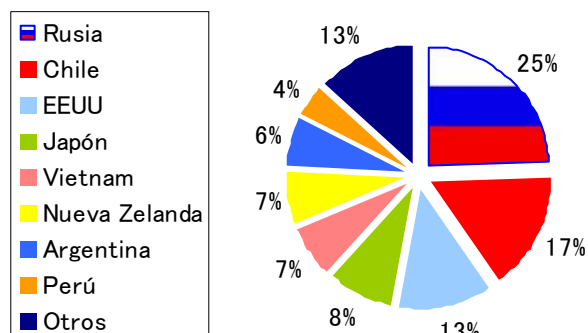
## ■ Merluza

China importa más de 19 mil toneladas de este producto anualmente. Rusia, EEUU, Canadá y Chile son los países con la mayor participación en el mercado. En el año 2006 se importaron desde Chile cerca de 2.100 toneladas de este producto, entre merluza de cola y merluza del sur, sumando más de US\$4,4 millones. En el sector de retail es posible encontrar este producto en mayor parte procesado y empaquetado. Las provincias de Liaoning y Shandong son los principales destinos de las importaciones.

Principales Países de Origen Merluza del Sur (2006)



Principales Países de Origen Merluza de cola (2006)



## ■ Salmón



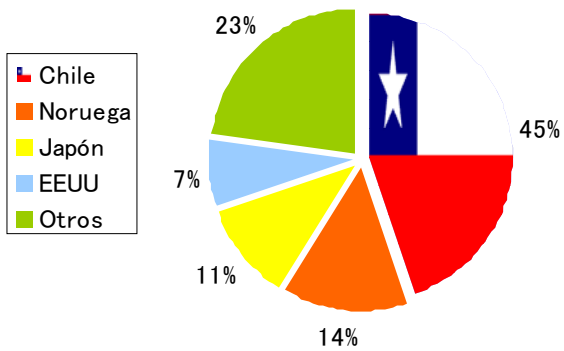
De todos los productos el salmón es el que lidera las exportaciones chilenas de productos del mar hacia China. Dentro las importaciones chinas de salmónidos congelados Chile posee un 4% de participación en el mercado, sin embargo, en productos como salmón del atlántico y truchas Chile es el principal país de origen. Las importaciones totales de salmón llegan a las 160 mil toneladas anuales (un valor de US\$320 mil millones) y 3 mil toneladas de truchas (un valor de US\$5,8 millones). Tanto el salmón como la trucha es posible encontrarlo fresco, congelado y procesado en mercados tradicionales y en supermercados. Dentro de los mercados tradicionales se identifica en su mayoría salmón proveniente de Noruega, mientras que en supermercados es posible encontrar salmón procesado proveniente de Chile. El salmón además es de gran consumo en restaurantes y hoteles.

Noruega tiene un posicionamiento de origen bastante fuerte en comparación a Chile, esto considerando que aunque las importaciones provenientes desde Chile sean mayores a las provenientes desde Noruega, es más difícil identificar salmón chileno en los puntos de venta, tanto mayoristas como retail.

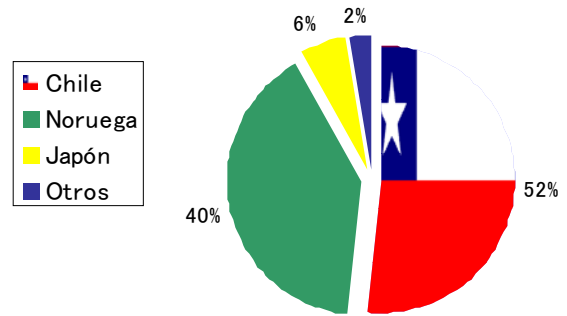
Los destinos de las importaciones son principalmente las provincias de Shandong, Liaoning y Guangdong, para pescados enteros y Shandong y Shanghai, para las truchas.

El precio de este producto va desde los 90 Rmb/Kg (US\$13) entero fresco, hasta los 190 Rmb/Kg (US\$26) filete fresco, el producto chileno procesado se vende a 120 Rmb/Kg (US\$17).

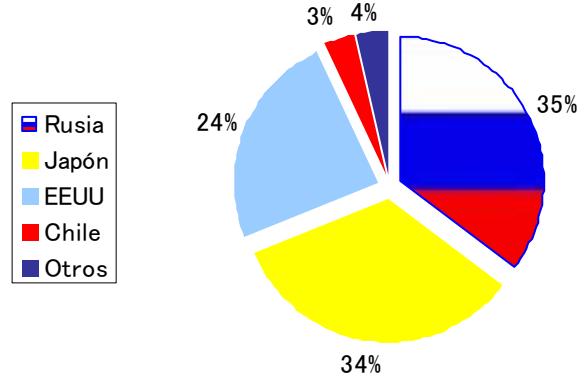
**Países de Origen Salmón del Atlántico (2006)**



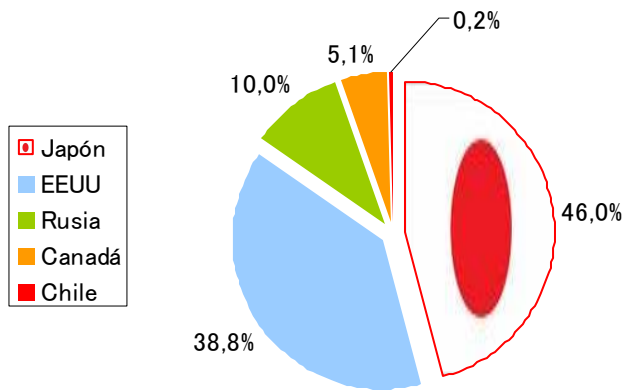
**Países de Origen Truchas (2006)**



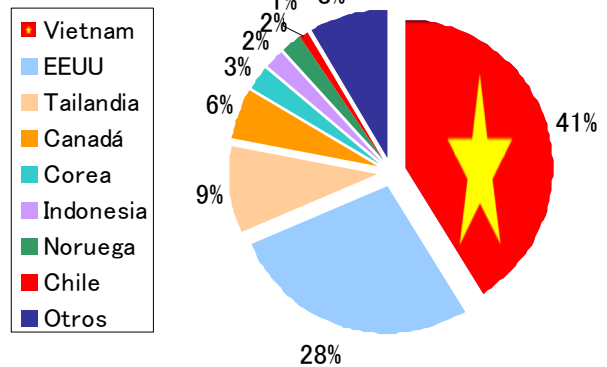
**Países de Origen Salmón del Pacífico (2006)**



**Países de Origen Salmón Rojo (2006)**



**Países de Origen Salmón en trozos (2006)**



## DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

China es actualmente en el mercado mundial el actor más grande de productos del mar y acuicultura. La producción de productos mar en China abarca el 35% de la producción mundial, con lo que este país pasa a ser el mayor productor mundial y también el mayor exportador.

En cuanto al nivel de importaciones, éstas sumaron alrededor de US\$5 billones en el año 2007 y se estima que alcancen los US\$10 billones para el año 2010. Durante el periodo 2006–2007 las importaciones de productos del mar crecieron en un 21%, motivadas principalmente por la actividad en la industria procesadora de alimentos, focalizada en mayor parte a la reexportación de los productos; y el alto nivel de consumo doméstico, que la oferta doméstica no ha sido capaz de satisfacer, especialmente para los productos de mayor calidad (ostras, centollas, etc.).

Existen dos puntos importantes a tomar en cuenta para la exportación de productos del mar a China: por una parte está el alto nivel de consumo de pescados y mariscos de la población china, sobre todo en las zonas costeras del este y en grandes ciudades como Beijing, Shanghai y Guangzhou, donde cerca de un 7% del presupuesto de la canasta alimentaria se destina a productos del mar. La proyección del consumo anual para el año 2020 llega a los 36 kilos per cápita en relación a los 26,9 kilos que se consume actualmente. Por otra parte, está la importancia que ha adquirido la industria procesadora de alimentos, donde aproximadamente el 70% de los productos importados ingresan a esta industria para luego ser reexportados a otros países.

Para los productos chilenos es importante que se reconozca un nicho donde desarrollar la estrategia del producto a exportar. La distinción de los sectores se divide principalmente en tres: el consumo local a través de servicios de comida, el consumo local a través de retail y la industria procesadora de alimentos para la reexportación de los productos. El sector de servicios abarca restaurantes y hoteles de lujo, y es un sector importante ya que gran parte del presupuesto familiar se destina a “salir a comer fuera”. El sector de retail se caracteriza por ser aún un sector subdesarrollado para este tipo de productos, sin embargo, el número de supermercados e hipermercados ha ido aumentando progresivamente en los últimos años en las principales ciudades chinas y en estos lugares se encuentran productos en mayor variedad que en los mercados tradicionales. Por último, el sector procesador se caracteriza por ser una industria de mano de obra barata y gran consumidor de productos del mar congelados para ser reprocesados y luego reexportados.

Con respecto al producto en conserva se observa un mercado de nichos. Solo productos como el abalón y la sardina, entre otros, pueden ser competitivos en el mercado y estos nichos están orientados inicialmente a los extranjeros o locales que han regresado del exterior.



En términos de consumidor final en China para productos del mar es mejor centrarse en las generaciones nacidas desde 1976 quienes no tienen gustos tan conservadores y están más abiertos a productos y bienes internacionales, son capaces de pagar más por mejor calidad o mayor sofisticación del producto y concentran la mayor parte de la población con mayor poder adquisitivo. Por otra parte, existe un nicho en ciudades como Shanghai orientado principalmente al consumo de extranjeros y la población china que ha vivido en el extranjero, nuevamente porque poseen un poder adquisitivo más alto que el promedio y también porque los consumidores chinos locales tienen como prioridad el consumo de productos vivos y frescos, antes que los congelados y procesados. El aumento del ingreso per cápita promedio y de las alternativas de la oferta de productos ha hecho que el consumidor chino se vuelva más selectivo al momento de comprar, especialmente entre los consumidores de zonas urbanas.

Existen dos desafíos para la introducción de los productos del mar chilenos en el mercado de China: el desarrollo de la marca “Chile” para el consumidor chino y la mejora en la competitividad del producto.

El desarrollo de la identidad del producto se fortalece a través del desarrollo de la imagen país. Se debe potenciar la imagen de Chile en los productos chilenos de manera que los consumidores chinos sean capaces de reconocer el producto chileno, asociarlo a un estándar de calidad y diferenciarlo de productos provenientes de otros países y la competencia interna. La participación en ferias de alimentos y de productos del mar es importante. Es en estas instancias donde se forma la imagen de un producto y se hacen los contactos necesarios para conseguir a los potenciales clientes. En lo que es el mercado de productos del mar, la participación en las diferentes ferias es un punto clave, sobretodo en las que se realizan en China, tales como China Fisheries ([www.seafare.com](http://www.seafare.com)), SIAL China ([www.sialchina.com](http://www.sialchina.com)) y Food & Hotel China ([www.fhcchina.com](http://www.fhcchina.com)).

En cuanto a la distinción de productos chilenos y productos del mar de otros países latinoamericanos, la competencia más cercana es Perú y Argentina, que en conjunto poseen un 74% de participación de mercado, mientras Chile posee un 14%. Estos países poseen una canasta de exportación a China muy concentrada en calamares y jibias (más del 90% de las exportaciones de cada país), mientras que Chile se destaca por los productos de salmónidos (48% de la canasta exportable a China) y posee una canasta más amplia que además abarca jibia, bacalao y merluza, entre otras especies. Parte importante de exportaciones chilenas es la jibia, por lo que mejoras en la competitividad y aumento en nuestra oferta exportable ayudarían a incrementar la participación de mercado del producto chileno en este sector entre los demás países latinoamericanos.

La firma del Tratado de Libre Comercio entre China y Chile ha permitido que las tarifas arancelarias bajen progresivamente favoreciendo las exportaciones chilenas de productos del mar hacia este país, donde en la actualidad la tarifa bordea el 7% para el promedio de los productos y que para el 2015 llegará al 0%.

Para el desarrollo futuro de la exportación de productos de mar y acuícolas a China, uno de los desafíos locales es la mejora de la logística de transporte local y la cadena de frío. En cuanto a la distribución, es una prioridad que el transporte hacia el destino final esté adecuadamente equipado, ya que se relaciona directamente con la calidad del producto. Además, el precio de los productos importados es más elevado que el de los productos producidos domésticamente, y la mayor proporción de esta diferencia corresponde a los costos de importación, por lo que es importante también lograr buenas tarifas de flete. Al disminuir los costos de transporte se gana competitividad en cuanto a precios dentro del mercado de consumo doméstico.

Otro desafío para el futuro es la búsqueda de productos exportables de alta calidad libres de contaminación y que se encuentren bien posicionados en el mercado. Los productos de la industria acuícola chilena, tales como el salmón y la trucha están bien posicionados en el mercado chino. Sin embargo, otros pescados como el bacalao y otros productos como la centolla, el abalon y la jibia, aunque representan parte importante de las exportaciones chilenas no poseen una participación importante en el mercado chino, por lo que es necesaria una estrategia de posicionamiento del producto chileno si este se destina al consumo final doméstico.

Por último, se debe tomar en cuenta el cambio en la distribución del ingreso que está experimentando China con el progresivo aumento del ingreso per cápita y de la clase media-alta. Los pescados y los mariscos son considerados como productos de alta categoría, lo que implica que a medida que la renta disponible aumente, también aumentará el segmento de clase alta y la demanda de consumo por estos productos. Es por esto que las empresas deben dirigirse principalmente a consumidores de clase media-alta, personas cuyos ingresos están aumentando en el tiempo y son más propensos a comprar productos importados, particularmente la generación joven.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- ◆ “China Seafood Barometer: Monthly Industry Review” INFOYU, Agosto–Septiembre 2007
- ◆ “China Seafood Barometer: Fortnight Fishery News & Price” INFOYU, Agosto 2007
- ◆ “China Seafood Industry Report” GLITNIR, Noviembre 2007
- ◆ “Demand for fish in Asia: a cross-country analysis” B. Johnson, ACIAR Working Paper n° 63, 2007
- ◆ “Seafood – Market Overview China” SIFSE, Junio 2006
- ◆ “EconTrends Sector Analyses, Retail Trade China” ISIC Emerging Markets, 2006
- ◆ “The Chinese Seafood Industry” SNF-report n° 20/05, Septiembre 2005
- ◆ “Buying Behavior in Chinese Supermarkets – a comparison across four major cities” Kare Hansen, The MAPP Centre, Aarhus Business School, Aarhus, Denmark
- ◆ “Food Distribution in the Yangzi Delta” Consulado General de Canadá en Shanghai, Enero 2005
- ◆ “China: Oportunidades en el sector Pesca y Acuicultura” J. Quiñones ESAN, Septiembre 2004
- ◆ “Asia Pacific Agri-Food Consumer Profile – China”, Agosto 2004
- ◆ “Estudio de Mercado sobre el sector de las conservas y los congelados en China” Of. Económica y Comercial de España en China, Abril 2003
- ◆ “El Mercado de los Productos de Pesca en la R.P. de China” Of. Económica y Comercial de España en China, Agosto 2003
- ◆ “Consumption trends and habits for aquatic products and the impact of WTO in China” Zhang Xiang-guo, Professor College of Economics & Trade, Shanghai Fisheries University, Marzo 2002
- ◆ FISH FARMING INTERNATIONAL News, Diciembre 2007
- ◆ INTRAFISH Seafood News
- ◆ Compendio Estadísticas de Exportación de Aduana Chile
- ◆ Compendio Estadísticas de Importación de Aduana China
- ◆ Estadísticas de Comercio Exterior FAO