

PERFIL DE MERCADO ALGAS - CHINA

ProChile Shanghai, Noviembre 2008

PRODUCTO:

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 1212 2060, 1212 2040

DESCRIPCIÓN: Algas Gigartina, Lessonia, frescas, refrigeradas, congeladas o secas, incluso pulverizadas

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO R.P. CHINA: 1212.2090

DESCRIPCIÓN: Los demás algas, frescas, refrigeradas, congeladas o secas, incluso pulverizadas

SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: 10.5% (cada año baja 1.5%, Hasta año 2015 Arancel bajará a 0%)

OTROS PAISES: 15%

OTROS IMPUESTOS: IVA 13%

Fórmula:

$$\begin{aligned} \text{Impuesto total de Importación} &= \text{ICD} + \text{VAT} + \text{CT} \\ &= \frac{\text{ICD tasa} + \text{CT tasa} + \text{VAT tasa} + \text{ICD tasa} * \text{VAT tasa}}{1 - \text{CT}} * \text{CIF tasa} \\ &= \text{Coeficiente} * \text{CIF tasa} \end{aligned}$$

Nota: ICD tasa=Impuesto Arancelario

CT tasa=Impuesto Consumo

VAT tasa=Impuesto De Valor Agregado

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

- A. Certificado de inspección para el ingreso: Se requiere el permiso sanitario emitido por la Administración Estatal de Inspección y Cuarentena (AQSIQ) para el Ingreso a la R.P. China.
- B. Certificado de inspección para el egreso: Se requiere el permiso sanitario para el Egreso de la República de Chile.

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES

AÑO 2007

País de Origen	Cantidad Kgs	Valor US\$	%de participación en el mercado
Indonesia	37,368,114	19,719,028	43.55%
Chile 2°	21,743,998	13,772,409	30.42%
Philippines	9,518,208	5,120,073	11.31%
Peru	7,272,966	4,412,037	9.74%
Korea Rep	263,125	693,994	1.53%
Tanzania	1,346,312	473,049	1.04%
S. Africa	701,564	369,124	0.82%
Japan	125,663	346,235	0.76%
Korea DPR	357,900	229,022	0.51%
Hong Kong	111,000	51,997	0.11%
Singapore	72,710	37,462	0.08%
Tonga	18,630	30,740	0.07%
Taiwan	17,232	13,817	0.03%
Ireland	700	4,200	0.01%
United States	1,870	3,798	0.01%
China	480	1,591	0.00%
France	50	667	0.00%
Ukraine	14	369	0.00%
Vietnam	11	37	0.00%
TOTALES	78,920,547	45,279,649	100.00%

AÑO 2006

País de Origen	Cantidad Kgs	Valor US\$	%de participación en el mercado
Indonesia	46,605,197	20,526,666	59.86%
Chile 2°	15,139,635	8,810,987	19.45%
Philippines	9,004,611	3,065,966	11.57%
Peru	4,444,983	2,252,530	5.71%
Korea DPR	1,000,793	430,765	1.29%
Tanzania	528,819	174,191	0.68%
Korea Rep	417,034	587,318	0.54%
S. Africa	361,320	180,914	0.46%
Japan	120,784	611,844	0.16%

Vietnam	68,530	13,747	0.09%
Malaysia	62,980	12,634	0.08%
Canada	36,560	25,552	0.05%
Morocco	20,000	64,000	0.03%
Taiwan	18,120	84,474	0.02%
Kampuchea	15,000	5,266	0.02%
TOTALES	77,852,381	36,891,045	100.00%

AÑO 2005

País de Origen	Cantidad Kgs	Valor US\$	%de participación en el mercado
Indonesia	33,011,994	12,256,822	53.44%
Chile 2°	14,343,853	8,245,524	23.22%
Philippines	7,890,646	2,970,448	12.77%
Peru	3,218,970	1,574,243	5.21%
Korea DPR	1,117,220	250,274	1.81%
S. Africa	554,755	280,731	0.90%
Vietnam	348,180	105,607	0.56%
Kampuchea	316,570	79,480	0.51%
Korea Rep	236,517	544,406	0.38%
Japan	147,151	317,686	0.24%
Malasya	142,300	28,952	0.23%
Taiwan	134,075	22,221	0.22%
Tanzania	129,192	31,766	0.21%
SUBTOTAL	61,591,423	26,708,160	99.71%
RESTO	179,207	118,632	0.29%
TOTALES	61,770,630	26,826,792	100%

POTENCIAL DEL PRODUCTO

Las algas son productos de alto consumo en los países asiáticos en diferentes presentaciones, ya sea en ensaladas, sopas y como productos del tipo bocado. La actual demanda es de carácter industrial, es decir para aquellos fabricantes de alimentos que en sus recetas utilizan algas como materia prima para sus productos. Además como insumo de diferentes productos industriales como aglutinante , etc.

Chile puede desarrollar fuertemente su oferta exportable en este sector y China, sin duda constituye un gran mercado para estos productos. Este producto es muy interesante desarrollar ya sea por la gran cantidad de mano de obra involucrada en el proceso de recolección a si como la factibilidad del desarrollo de cultivos.

PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$) Y MAYORISTA

Algas secas de Japón: US\$ 2.2 / 100 g

Algas secas de Corea: US\$ 2.7 / 100g

Algas locales: US\$ 0.85 / 1kg

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Este producto se transa como un commodity, y es fundamental lograr competitividad precio y calidad homogénea de manera de estandarizar el producto chileno de acuerdo a las exigencias y especificaciones del mercado. Este ultimo aspecto seria un elemento muy importante diferenciador del producto chileno y nos permitiría tener una mayor % de mercado de acuerdo a nuestra oferta exportable.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Agente - Importador- distribuidor-fabricante industrial / tiendas

Importador – fabricante industrial

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA



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

Se recomienda visitar principales importadores del producto y desarrollar una estrategia que considere el largo plazo. que parte por el conocimiento directo de la contraparte y desarrollo de confianzas.

Una alternativa es desarrollar esta relación a través de agentes locales, que estén el rubro y que desarrollen esta relación con los importadores locales

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

Food and Hotel China (FHC)

Anual

Ciudad Shanghai.

www.fhcchina.com

CHINA

Shanghai New International Expo Centre (SNIEC)
Pudong/Shanghai
Tel: +86-(0)21-62095209
Fax: +86-(0)21-62095210
Email: fhc@chinaallworld.com

Feria SIAL CHINA, anual

Del 19 al 21 de Mayo, 2009.
Shanghai New International Expo Centre
www.sialchina.com

China Fisheries

Qingdao International Convention Center
Address: Century Square, Hi-Tech Industrial Development Zone, Qingdao, China
<http://www.chinaseafoodexpo.com/>

Food Ingredients China 2009

March 25-27, 2009 shanghai
Shanghai Everbright Convention and Exhibition Centre (SECEC)
Address: No. 78, Caobao Road, Xuhui District, Shanghai, China
Shanghai International Exhibition Centre (INTEX)
Address: No. 77, Xingyi Road, Shanghai, China
and
Shanghaimart
Address: No. 99, Xingyi Road, Shanghai, China
http://www.chinafoodadditives.com/d_e.htm

OTRA INFORMACION RELEVANTE

Administración General de Aduanas R.P. China, www.customs.gov.cn

Ministerio de Comercio R.P. China, www.mofcom.gov.cn

Administración Estatal de Inspección y Cuarentena R.P. China, www.aqsiq.gov.cn

Ministerio de Agricultura R.P. China, Departamento de Pesca, www.cnfm.gov.cn

Sitio Web de contactos e informaciones www.fishchain.com

Sitio Web de información <http://www.china-fisheries.com/en/>