

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior**ANEXO 5****OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN SHANGHÁI, CHINA****FICHA MERCADO PRODUCTO
(CONSERVAS DE PESCADO)**

1. Nomenclatura arancelaria
Partida 1604: Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado
2. Denominación o nombre comercial en el país de destino
海鲜罐头 hǎixiān guàntou – conservas de pescado
3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)
Aranceles: 0 - 10%

HS6	ETIQUETA	MFN ¹	PERU
1604.20	DEMÁS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE PESCADO	8.50%	0.00%
1604.14	PREPARACIONES Y CONSERVAS DE ATUNES, LISTADOS Y BONITOS ENTEROS O EN PIEZAS (EXCLUIR PICADOS)	5.00%	0.00%
1604.19	PREPARACIONES O CONSERVAS DE PESCADO, ENTERO O EN PIEZAS (EXCEPTO PICADO, AHUMADO Y SALMON)...	5.00%	5.00%
1604.32	SUCEDÁNEOS DEL CAVIAR	5.00%	0.00%
1604.17	PREPARACIONES O CONSERVAS DE ANGIUILA, ENTERO O EN PIEZAS (EXCEPTO PICADO)	5.00%	5.00%
1604.13	PREPARACIONES O CONSERVAS DE SARDINAS...	5.00%	0.00%
1604.16	PREPARACIONES O CONSERVAS DE ANCHOVETAS...	5.00%	0.00%
1604.11	PREPARACIONES O CONSERVAS DE SALMON...	10.00%	10.00%
1604.15	PREPARACIONES O CONSERVAS DE CABALLA...	5.00%	0.00%
1604.31	CAVIAR	5.00%	0.00%
1604.12	PREPARACIONES O CONSERVAS DE ARENQUES...	5.00%	0.00%

Fuente: Trademap
Elaboración propia

Requisitos sanitarios y fitosanitarios

La autoridad en materia de inocuidad es el *General Administration of Customs*, GACC. La Autoridad ha definido requisitos organolépticos, índices físico-químicos, límites de sustancias contaminantes, límites de residuos de agentes químicos y de medicamentos veterinarios, aditivos alimentarios, entre otros.

4. Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)
De acuerdo al último estudio de mercado de conservas de pescado, marisco y vegetales en China de ICEX (2020), el mercado chino es el segundo mayor mercado de alimentos en el

¹ Uno de los principios básicos en el comercio internacional, el de Nación Más Favorecida (por sus siglas en inglés), donde si se concede a un país una ventaja especial (por ejemplo, la reducción del tipo arancelario aplicable a uno de sus productos), se tiene que hacer lo mismo con todos los demás miembros de la OMC. Existen exclusiones como los que se ven definidos dentro de un Tratado de Libre Comercio, como en este caso.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

mundo con una facturación superior a los USD 500 mil millones en 2019. Las conservas de pescado tienen una tendencia hacia la exportación por el reducido consumo local y una industria muy atomizada (concentración notablemente alta en las provincias costeras: sobresalen Fujian al sur y Shangdong al norte). A pesar que China es el mayor exportador de conservas de pescado y mariscos del mundo, la importación de los mismos sigue aumentando sobrepasando los USD 360 millones.

Los retos a enfrentar consisten en la percepción negativa hacia los productos enlatados (vs. los productos frescos, que son considerados como más sanos y nutritivos) y sobre la polarización del consumo de conservas de pescado que predomina en áreas urbanas (vs. áreas rurales) y las ciudades de primer nivel y las provincias costeras (vs. el resto del país).

Asimismo, destacan las distintas calidades y precios de producto; así como diferencias en el tipo de preparación y sabores añadidos (por ejemplo, diferencias entre el producto asiático adaptado a consumidores locales para un segmento de precios medio-bajo vs. el producto europeo muy poco adaptado para un segmento medio-alto).

Es importante considerar que, en el corto plazo, tanto por los cambios en la demanda hacia productos más convenientes y las medidas tomadas por el gobierno chino (cierre de piscifactorías y otros agentes externos que han afectado a la producción) auguran un incremento en la demanda de productos extranjeros.

5. Estacionalidad de la producción local
En China, las conservas de pescado se encuentran disponibles todo el año.
6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)
Tenemos los siguientes puertos: Shanghái (42 millones de TEU); Shenzhen (28 millones de TEU); Ningbo (26 millones de TEU); Guangzhou (22 millones de TEU); entre otros.
7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena).
Entre los canales de distribución, destaca claramente el canal físico, con especial interés en los supermercados e hipermercados. Del mismo modo, el canal Horeca (hoteles, restaurantes y cafeterías) representa una oportunidad, ya que más que como canal de venta, se puede considerar un canal de promoción y educación para el consumidor chino.

Asimismo, las ventas online se presentan como una vía adicional al mercado, pero con poca incidencia a pesar de la tendencia positiva en los últimos 5 años.

Principales supermercados:

- Carrefour: con 236 tiendas en China
- City Shop: 10 tiendas en Shanghái
- City Super: 5 tiendas en Shanghái
- Fresh Mart: 1 tienda en Shanghái
- Metro: 69 tiendas en China
- RT Mart: 219 tiendas en China
- Tesco: 108 tiendas en China



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)
Relación del importador con la marca dado que actuaría como un representante localmente, precio, experiencia en la producción del producto, certificaciones de calidad y seguridad alimentaria, entre otros.
9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)
No existe presencia del producto peruano.
10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.
Identificación de importadores y proveedores del sector pesquero para futuras negociaciones y entrada del producto. Se sugiere considerar la entrada a segmentos medios-altos en donde el producto tenga trazabilidad y certificación de sostenibilidad y/o de producto ecológico dado que el consumidor chino busca productos saludables, naturales y nutritivos certificados. Ya en el punto de venta, apuntar a realizar activaciones de marca-producto en supermercados (a través de una interacción directa con el producto para incentivar su compra). Se sugiere asimismo participar en ferias comerciales como SIAL y FHC.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Online: Tao bao	Lata	1.28	Corea del Sur	27 de enero de 2021	Atún coreano inmerso en agua de 100 gr x 6 latas	
Online: Hema	Lata	5.56	Tailandia	27 de enero de 2021	Atún de 95 gr x 3. Certificado de 4.5 estrellas	
Online: Hema	Lata	1.70	Corea	27 de enero de 2021	Atún con mayonesa coreano de 100 gr x 3	
Online: JD.com	Lata	1.52	China	27 de enero de 2021	Pez faja (hairtail) del mar Bohai del norte de China. Presentación: Estofado (10unids) y picante (10 unids)	



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

Online: JD.com	Lata	1.52	China	27 de enero de 2021	Pez faja (hairtail) del mar Bohai del norte de China. Presentación: Estofado con arroz (10unids) x 150 gr	
Online: JD.com	Lata	1.42	China	28 de enero de 2021	Atún en estofado de 185 gr x 6	
Online: JD.com	Lata	1.28	China	28 de enero de 2021	Pez faja (hairtail), flower fish y salmon de 150 gr x 12	
Online: JD.com	Lata	0.88	China	28 de enero de 2021	Pez faja (hairtail) de 150 gr x 10	
Online: JD.com	Lata	1.33	China	28 de enero de 2021	Caballa y salmon en salsa de tomate listos para comer de 425 gr x 2	



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Online: Hema	Lata	9.90	China	29 de enero de 2021	Pez faja (hairtail) en estofado de 180 gr	
Online: Hema	Lata	1.53	China	29 de enero de 2021	Atún de 185 gr x 3 en aceite sin preservantes	
Online: JD.com	Lata	1.01	China	29 de enero de 2021	Corvina de 150 gr x 6	
Online: JD.com	Lata	1.54	China	29 de enero de 2021	Corvina y pez faja (hairtail) de 150 gr x 10 listos para comer	

* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.