

**OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN SHANGHÁI****FICHA MERCADO PRODUCTO
(CONCHA DE ABANICO)**

1. Nomenclatura arancelaria
0307.22.10.00 - VIEIRAS (CONCHAS DE ABANICO) (PECTEN JACOBÆUS)
2. Denominación o nombre comercial en el país de destino
扇贝 – shàn bèi
3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)
Aranceles: 0% (de acuerdo al Tratado de Libre Comercio)
4. Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)
El mercado está inclinado hacia productos naturales y de gran valor nutritivo. Además, los productos extranjeros están posicionados como productos de mejor calidad. Esto sumado a una mayor proporción de la clase media (en crecimiento), más instruida y con mayor ingreso, que está dispuesta a gastar más en productos saludables, hace que las conchas de abanico tengan un nicho relevante en el mercado chino. Al respecto, las conchas de abanico se caracterizan por ser una buena fuente de proteína y aminoácidos, nutrientes necesarios para mantener músculos sanos, reparar tejidos y promover la síntesis hormonal (desarrollo de hormonas). Además, aporta minerales como selenio y fósforo, microminerales importantes para los procesos metabólicos (actividad que transforma la materia en energía), y para el crecimiento y mantenimiento de huesos y dientes. Por otro lado, su consumo reduce los riesgos de padecer de problemas cardiovasculares, desarrolla el cerebro, mejora la función del riñón y contrarresta inflamaciones. Sin embargo, dada la actual crisis, existe un miedo latente por los productos del mar.
5. Estacionalidad de la producción local
China es el principal productor del mundo, con 1.9 millones de toneladas de producción por año (90% del total de la producción total). La mayor parte se consume localmente; sin embargo, se ha experimentado altos problemas de mortalidad (por el aumento de la temperatura de las aguas, reducción de lluvias y reducción en la cantidad de plancton).¹
6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)
Shanghái, Ningbo, Xiamen, Yantian y Guangzhou
7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena).
El principal actor son los importadores/distribuidores. Dado que debe tenerse cuidado respecto a la exposición al sol y al aire, los métodos de manejo deben garantizar que las conchas de abanico sean removidas y transportadas a las plantas empacadoras o procesadoras a la brevedad posible. El procesamiento suele consistir en el simple lavado y desconchado. Las conchas de abanico enteras se transportan refrigeradas a los mercados

¹ <http://www.fao.org/in-action/globefish/market-reports/resource-detail/en/c/1189970/> Fecha de consulta: 29 de marzo de 2020



locales, mientras que los callos (carne o músculo aductor) se congelan o enlatan. Al respecto, es necesario establecer medidas de control y apoyo en todo el proceso de venta, distribución y promoción del producto. Las grandes ciudades cuentan con la capacidad instalada necesaria para abastecer a toda la demanda de las cadenas de alimentación.

Por otro lado, el poder de negociación disminuye en la medida que se quiera llegar al retail (venta minorista). Es por esto que el retail aprovecha su poder de negociación para ejercer presión sobre los distribuidores. Sin embargo, las mejores ventajas se dan al trabajar con distribuidores locales dado que ellos conocen el mercado y tienen relaciones de confianza con los clientes. Estos cobran vital importancia en la cultura china cuando se hacen negocios.

8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)
Uniformidad del producto; experiencia en la producción; certificaciones internacionales y precio.
9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)
No hay presencia peruana en el mercado chino.
10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.
Dado el ingreso de este producto al mercado chino, es de suma importancia que los exportadores realicen prospección del mercado y participen en ferias para que reciban el input acorde a las necesidades del consumidor local.






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

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
Retail (Hema)	117gr	2.80	China	12 abril 2020	Snack	
Retail (Hema)	500gr	7.80	China	12 abril 2019	Snack	
Retail (Hema)	200gr	14.00	China	12 abril 2019	Snack	



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

Retail (Super City)	200gr	4.20	China	12 abril 2019	Snack	 <p>冻扇贝柱 ¥29.80 200g</p>
Retail (Super City)	200gr	8.20	China	12 abril 2019	Snack	 <p>扇贝粒 颗粒饱满 洁白如玉 鲜味十足 ¥58.00 200g</p>

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