

El mercado del pescado y del marisco en China

Noviembre 2017

Este estudio ha sido realizado por
Fabio Represas Novoa bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Cantón



Estudios de Mercado
RESUMEN EJECUTIVO

EL MERCADO DEL PESCADO Y DEL MARISCO EN CHINA

El futuro para el mercado del pescado y marisco presenta unas buenas perspectivas, con un valor esperado global de más de 60.000 millones de euros en 2020, importando China el pasado año 2016 más de 6.250 millones de euros en productos acuáticos. Los cambios en los hábitos de consumo de los ciudadanos chinos, diversos escándalos de seguridad alimentaria, así como un estilo de vida cada vez más urbano, están jugando un papel muy relevante a la hora de convertir el mercado del pescado congelado en China en uno de los más atractivos del mundo.

China produce más de un tercio del pescado consumido en el mundo, con 62,5 millones de toneladas en 2016, y si tomamos únicamente en cuenta la producción de la acuicultura, el gigante asiático produce dos tercios de los productos acuáticos consumidos alrededor del globo. La producción acuícola de agua marina está concentrada en las provincias costeras del sur de China (Zhejiang, Shandong, Fujian y Guangdong), mientras que la producción de agua dulce se concentra en las provincias centrales del sur (Jiangsu, Anhui, Jiangxi y Hubei), las cuales no tienen costa a excepción de Jiangsu.

El sector pesquero y acuícola en China han experimentado un crecimiento espectacular en las últimas décadas, habiéndose incrementado la producción pesquera en más de 13 veces desde la apertura de la economía en 1978, con una tasa de crecimiento del 7,6% anual. Este crecimiento ha estado impulsado por el rápido aumento de la demanda de productos pesqueros y por el apoyo por parte de las políticas gubernamentales.

Respecto al comercio exterior, China es el tercer país importador de productos acuáticos, con unas tasas de crecimiento medias del 10,5% durante los últimos 5 años. No obstante, las empresas exportadoras españolas deben conocer qué productos acuáticos son los que se permite su exportación a China, así como los trámites legales pertinentes para poder vender sus productos en el gigante asiático.

China se posiciona como un mercado estratégico para la exportación de pescado y marisco debido a su pujante clase media, a las cifras absolutas de consumo, y a su creciente demanda de pescados de importación por el fuerte interés en una dieta más diversificada y nutritiva. Sin embargo, debemos tener muy en cuenta la disparidad geográfica existente en China, ya que el gigante asiático es un conjunto de diferentes mercados heterogéneos, cada uno con sus propias características y particularidades. La mayoría de la población se aglomera en los núcleos urbanos de la zona costera y en las planicies fértiles del este, y en el caso del mercado de los productos acuáticos, las principales provincias consumidoras se sitúan en la zona sur de China (Hainan, Fujian, Zhejiang y Guangdong), junto con Shanghái en el centro del país.

Por otra parte, los pescados y mariscos procedentes del exterior son percibidos por el consumidor chino como un producto de mayor calidad y trazabilidad, siendo este factor especialmente importante debido a los últimos escándalos de seguridad alimentaria en el país. Las estrategias exitosas que han llevado a cabo otros países competidores (Noruega, Canadá, Estados Unidos),

EL MERCADO DEL PESCADO Y DEL MARISCO EN CHINA

han puesto el foco en las aguas limpias y en la salubridad de sus productos como estrategias de marketing. Asimismo, es importante aprovechar las épocas de mayor demanda de pescado y marisco en China, especialmente durante las festividades del Año Nuevo Chino.

Los principales puertos de entrada para la distribución del marisco en China los situaríamos en Shenzhen y Guangzhou en la zona sur del país, Shanghai en el centro, y Qingdao y Dalian en la zona norte, aunque como ya hemos comentado, las zonas de mayor consumo de pescado de importación se encuentran en las provincias del sur de China, donde también están presentes los mercados mayoristas más importantes, como son el Shenzhen Yantian Seafood Market y el Guangzhou's Huangsha Seafood Wholesale Market. Respecto a la estructura de la distribución de pescado y marisco en China, esta es muy competitiva y está altamente fragmentada, dominada por muchas pequeñas empresas. Los distribuidores habitualmente cuentan con stands en los mercados mayoristas y almacenan los productos antes de la distribución al resto de actores de la cadena de suministro (supermercados, canal Horeca, consumidor final).

Por otro lado, ciertas variedades de productos de alta gama, tales como el cangrejo rey o la langosta, también están experimentando un incremento en los valores de importación. Gracias a los temores por la seguridad alimentaria y la escasez doméstica, China ha reducido los aranceles de importación de una serie de productos pesqueros muy populares. Esta reducción arancelaria apunta hacia una mayor demanda a medida que bajan los precios internos. La bajada de los precios implica una mayor accesibilidad al pescado de importación para los consumidores chinos, los cuales ya son de por sí grandes demandantes de pescado y mariscos.

Asimismo, el tremendo auge del comercio electrónico y la facilidad con la que los consumidores chinos se han adaptado y realizan pagos en las plataformas de e-commerce, constituye un aspecto a tener muy presente a la hora de exportar productos por parte de las empresas españolas. Las plataformas de e-commerce más importantes para pescado y productos frescos son Yiguo y Tmall, propiedad del grupo Alibaba, y JD fresh, ubicada en la plataforma de JingDong (JD). En estas plataformas de comercio electrónico se pueden realizar nuevas ventas de productos y testear el mercado, comprobando con qué tipo de pescado o marisco se puede tener más éxito en el gigante asiático.

A pesar de que España no se encuentra entre los principales países proveedores a China de pescado y marisco, debido a la tendencia de rápido crecimiento del mercado y de consumidores de clase media, las empresas exportadoras españolas que desarrollen un plan de internacionalización e implementen las estrategias correctas, encontrarán en China un enorme y atractivo mercado para la exportación de sus productos.