
Estudio de Mercado Centolla en China

Marzo 2012

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Beijing

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	4
1. Arancel General:	4
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):	4
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	5
5. Barreras Para – Arancelarias	5
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	5
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	5
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	10
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	10
1. Estadísticas 2011 (Cifras al tercer trimestre de 2011)	10
2. Estadísticas 2010	10
3. Estadísticas 2009	11
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	11
1. Potencial del producto	11
1.1. Formas de consumo del producto	12
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)	12

1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).	12
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.	13
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	13
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución</i>	13
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i>	14
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i>	15
<i>IX. Características de Presentación del Producto</i>	16
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i>	17
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto</i>	18
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	19



PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

0306.1421

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Centolla (Lithodes antarcticus), congelada

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

0306.1490: Otros cangrejos congelados.



SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

Arancel General: 70%

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (*):

En virtud del Tratado de Libre Comercio firmado entre ambos países, la centolla (Lithodes antarcticus) tiene arancel preferencial que para el año 2012 corresponde a un 3%, cifra que irá bajando hasta ser arancel cero para el 2015.

Tabla de desgravación arancelaria bajo TLC Chile-China.

2012	3%
2013	2%
2014	1%
2015	0%

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Nación Más Favorecida (MFN)	Pakistán	Perú	Costa Rica	Asociación de Naciones del Sureste Asiático (ASEAN)	Nueva Zelanda
10%	5%	7%	0%	0 %	0%

4. OTROS IMPUESTOS:

IVA: 13%

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Los exportadores chilenos necesitan entregar el certificado de origen y el Certificado otorgado por Sernapesca en Chile. Los requisitos se deben chequear en los web de Administración General de Aduanas R.P. China, (www.customs.gov.cn) y Administración Estatal de Inspección y Cuarentena R.P. China (www.aqsiq.gov.cn).

A. Certificado oficial 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.

C. En el embarque, hay que incluir los siguientes puntos: nombre del producto, código, fecha de producción, forma de producción, forma de almacén, nombre de productora, destino China, etc.

Los exportadores deben informarse acerca de los detalles de las regulaciones y su implementación con sus clientes de la República Popular China, además deben tener en mente que el sistema regulatorio en China no es siempre predecible. Muchas regulaciones son poco detalladas y sus interpretaciones pueden diferir de puerto en puerto y de ministerio a ministerio.

Para normalizar la inspección, cuarentena, supervisión y administración de los productos acuáticos importados y exportados, AQSIQ la Administración Estatal de Inspección y Cuarentena R.P. China emitió las *Medidas Administrativas en la Inspección y Cuarentena de Importaciones y Exportaciones de Productos Acuáticos* bajo el marco legal existente (para una versión en chino, por favor ver el Decreto N° 131 en http://www.aqsiq.gov.cn/zwgk/jlgg/zjl/2011/201101/t20110120_176230.htm), que entró en vigor con fecha 30 de Junio de 2011.

AQSIQ estipuló específicamente en su decreto los requerimientos para el certificado de cuarentena de los productos del mar importados. Con el interés de un comercio relevante de productos del mar, AQSIQ ha decidido implementar las medidas empezando:

Inspección de Entrada y Cuarentena

Artículo 5. Las instituciones CIQ hacen la inspección y cuarentena de los productos acuáticos que entran, y cuando es necesario, organizan y forman tratamientos higiénicos y de remoción de riesgos en los productos de acuerdo a los requerimientos de inspección y cuarentena especificados en las provisiones de las leyes de Estado y las regulaciones administrativas y las estipulaciones de AQSIQ, así como en las provisiones de la inspección bilateral y los acuerdos de cuarentena, protocolos, memoranda y otros documentos firmados entre China y los países o regiones exportadoras.

Artículo 6. AQSIQ tiene un sistema de examen y aprobación para la cuarentena de productos acuáticos entrantes. Los dueños de los productos acuáticos que entran al país o sus agentes deben pasar por el examen de cuarentena y la aprobación de formalidades, y obtener el Permiso de Cuarentena de Entrada para Animales y Plantas antes de firmar los contratos de comercio. La importación de productos acuáticos sin el Permiso de Cuarentena de Entrada para Animales y Plantas está totalmente prohibida.

Artículo 7. Los departamentos de supervisión y administración autorizados por el estado, deben tener un sistema de registro para las empresas extranjeras de producción y procesamiento que producen productos acuáticos listados en el Catálogo de Importación de Comida para el Registro de Empresas. Debe estar prohibida la entrada de los productos acuáticos incluidos en este catálogo, si es que las empresas extranjeras de producción y procesamiento no están registradas.

Artículo 8. AQSIQ debe, si es necesario, enviar personal a los países o regiones exportadoras para conducir una inspección avanzada de los productos acuáticos que entran a China.

Artículo 9. Los productos acuáticos entrantes deben entrar a China a través de puertos autorizados por la AQSIQ. Los puertos de entrada para los productos acuáticos deben cumplir los siguientes requerimientos:

- (1) Deben tener bodegas apropiadas para la cantidad y escala de los productos acuáticos entrantes; las bodegas deben cumplir los Requerimientos de Inspección y Cuarentena para los Productos Acuáticos de Entrada y estar registrados con la oficina regional de CIQ que están encargados directamente de ellos.
- (2) Las instituciones CIQ en los puertos deben tener un personal profesional y técnico y las instalaciones requeridas para la inspección y cuarentena de los productos acuáticos entrantes.

Artículo 10. Antes de o cuando los productos acuáticos entran a China, el dueño o agente debe aplicar al CIQ en el puerto de entrada para inspección y cuarentena con el permiso de cuarentena para animales y plantas, la copia original del certificado de inspección y cuarentena emitido por la institución oficial del país o región exportadora, el certificado de lugar de origen, el contrato de comercio, la carta de crédito, la factura del cargamento, la factura y otros documentos relacionados. Los números de registro deben proveerse cuando se aplica para la inspección y cuarentena de los productos acuáticos incluidos en el Catálogo de Importación de Comida para el Registro de Empresas.

El certificado oficial de inspección y cuarentena acompañante emitido por el país o región, debe cumplir los Requerimientos Básicos para los Certificados Oficiales de Inspección y Cuarentena emitidos por los países o regiones exportadoras.

Artículo 11. Las instituciones de inspección y cuarentena deben conducir un examen preliminar de los documentos relevantes emitidos por los dueños del cargo o sus agentes, oficialmente aceptar la aplicación para la inspección y cuarentena si los documentos emitidos cumplen los requerimientos, y verificar la cantidad aprobada especificada en el Permiso de Cuarentena para Animales y Plantas Entrantes.

Las instituciones de inspección y cuarentena deben retornar o destruir la carga en cualquiera de los siguientes casos:

- (1) Cuando el solicitante falla en obtener el Permiso de Cuarentena para Animales y Plantas en el examen de cuarentena y formalidades de aprobación de acuerdo con la ley, o su Permiso de Cuarentena para Animales y Plantas es inválido;
- (2) El solicitante no tiene certificado de inspección y cuarentena emitido por la institución oficial del país o región exportadora, o este certificado no cumple con los requerimientos;
- (3) La empresa productora cuyos productos acuáticos están incluidos en el Catálogo de Importación de Comida para el Registro de Empresas falla en obtener dicho registro.

Artículo 12. Los medios de transporte que llevan productos acuáticos importados desde regiones afectadas con epidemia deben estar sujetos a cuarentena y tratamiento de esterilización bajo la supervisión de las instituciones de inspección y cuarentena en los puertos de entrada. Sin el permiso de las instituciones de inspección y cuarentena, ninguna unidad o individuo está autorizado a descargar productos acuáticos entrantes desde los medios de transporte.

Artículo 13. Las instituciones de inspección y cuarentena deben realizar inspección y cuarentena en el lugar de acuerdo con los siguientes requerimientos y recolectar muestras para pruebas de laboratorio si se requiere:

- (1) Chequear documentos e inspeccionar carga;
- (2) Inspeccionar si el embalaje cumple con los Requerimientos Básicos de Embalaje para productos Acuáticos;
- (3) Realizar cuarentena de planta para los productos acuáticos salados o secos que puedan probablemente expandir pestes de plantas.

Artículo 14. Los productos acuáticos en entrada deben ser retornados o destruidos en cualquiera de los siguientes casos, después de la inspección y cuarentena en el lugar:

- (1) La carga no coincide con los documentos o no cumple con los requerimientos de inspección y cuarentena;
- (2) La carga está podrida o deteriorada o contaminada con sustancias tóxicas o peligrosas;
- (3) El embalaje no cumple con los Requerimientos Básicos de Embalaje para productos Acuáticos.

Artículo 15. Los productos acuáticos de entrada que hayan pasado la inspección cuarentena en el lugar deben ser transportados y depositados en las bodegas de productos acuáticos, las que han sido inspeccionadas por las entidades pertinentes de inspección y cuarentena. No está permitido que sean transferidas o procesadas sin permiso.

Artículo 16. Con respecto a todos los productos acuáticos que han sido incluidos en el plan anual estatal para control de sustancia residual, las instituciones de inspección y cuarentena deben conducir pruebas de laboratorio para mantener los requerimientos de dicho plan, aparte de conducir otras pruebas de laboratorios sin fuera necesario.

Artículo 17. Las instituciones de inspección y cuarentena deben conducir pruebas de laboratorio de percepción, físicas, químicas y de microorganismos en las muestra como se requiere y determinar las pruebas específicas de acuerdo al grado de riesgo del producto acuático en entrada.

Artículo 18. Las instituciones de inspección y cuarentena en los puertos de entrada deben, basado en los resultados de las pruebas de laboratorio, conducir los siguientes tratamientos de acuerdo con las regulaciones de administración de visa:

- (1) Deben emitir un Certificado de Inspección y Cuarentena para Bienes de entrada para productos que hayan pasado la inspección y cuarentena;
- (2) Deben emitir una Nota de Inspección, Cuarentena y Eliminación de Bienes en Entrada para productos que no hayan pasado la inspección y cuarentena, y supervisar el tratamiento de remoción de riesgo o hacer que dichos productos sean retornados o destruidos.

Se anexa una traducción no oficial al inglés, elaborada por Food Agricultural Service de USDA:

<http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Rules%20of%20Inspection%20and%20Quarantine%20on%20Entry-Exit%20Aquatic%20Products%20Beijing%20China%20-%20Peoples%20Republic%20of%202-24-2011.pdf>

Requerimientos Básicos para el certificado Oficial de Inspección de Cuarentena para Países o Regiones Exportadoras de Productos Acuáticos.

1. Los siguientes deben ser indicados en el certificado:

- Nombre del producto (incluyendo el nombre científico)
- Lugar de Origen
- Lugar de Pesca
- Método de Proceso
- Nombre y Número de Registro de la Manufacturera y Procesadora
- Oficina de emisión del Certificado
- Lo siguientes deben ser también incluido: modo de transporte (nombre de la embarcación, número de vuelo, número de container, etc.), número de sello, remitente, receptor, cantidad/peso, y fecha de producción.

2. El certificado no puede ser alterado y el sello oficial y la firma del inspector oficial de cuarentena son requeridos. El destino debe estar indicado como La República Popular de China.

3. Una copia original del certificado es requerida por cada cargamento de productos acuáticos. En el certificado se requiere inglés y chino.

4. Esto debe estar indicado claramente en el certificado.

Esto es para certificar que:

Los productos pesqueros vienen de un establecimiento aprobado por una autoridad competente.

Los productos fueron producidos, empacados, almacenados, y transportados bajo condiciones sanitarias bajo la supervisión de una autoridad competente.

Los productos fueron inspeccionados y puestos en cuarentena por una autoridad competente y no fueron encontradas bacterias patogénicas, sustancias riesgosas o sustancias extrañas, las que están reguladas en la república Popular de China.

Los productos cumplen con los requerimientos veterinarios sanitarios y son adecuados para el consumo humano.

Fecha de Emisión:

Timbre:

Firma Oficial Veterinaria:

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

AQSIQ (General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People’s Republic of China) es la agencia donde se deben presentar los documentos para tramitar el ingreso, registro y producción de etiquetas y la que finalmente visa el ingreso del producto al mercado chino.

IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

1. ESTADÍSTICAS 2011 (CIFRAS AL TERCER TRIMESTRE DE 2011)

Principales Países de Origen	Cantidad (toneladas)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Canadá	11.074	75.143	59,69%
Estados Unidos	3.507	28.576	22,70%
Rusia	1.664	10.073	8,00%
Chile (Posición 6)	174	1.602	1,27%
Subtotal	16.419	115.394	91,66%
Total	19.686	125.892	100%

2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (toneladas)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Canadá	12.643	53.333	63,00%
Estados Unidos	3.840	12.081	14,27%
Rusia	2.542	5.890	6,95%
Chile (Posición 9)	117	1.084	1,28%
Subtotal	19.142	72.388	85,50%
Total	23.790	84.661	100%

3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (toneladas)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Canadá	10.305	40.641	43,40%
Rusia	5.681	17.734	18,94%
Estados Unidos	4.754	16.774	17,91%
Chile (Posición 10)	55	637	0,68%
Subtotal	20.777	75.786	80,93%
Total	26.708	93.641	100%

Fuente: TradeMap

V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Si bien el volumen de importaciones chinas de centolla ha tendido a permanecer constante estos últimos años, la importación desde Chile ha mostrado un gran avance desde el periodo 2006 - 2010, mostrando un incremento del 109%. Es más, las ventas de este producto hasta el tercer trimestre de 2011 superan en un 47% el total de ventas 2010. Pese a esto, el alto precio y el poco conocimiento de cómo cocinar la centolla han sido los dos obstáculos más importantes a vencer en el retail y consumo de este producto de lujo.

El mercado chino de productos del mar tiene muchas potencialidades. En 2010, China importó \$ 4.665 millones dólares principalmente de Rusia, Estados Unidos y Noruega. Así como ha venido pasando desde hace años, con el tiempo el volumen de importación debiera aumentar, porque en China se reúnen muchas compañías extranjeras que hacen cultivos y procesos en este país, así se explica que cerca de un 40% de lo importado sea re-exportado nuevamente a otros mercados.

Casi la mitad de la centolla que se importa en China tiene como destino ser procesada y después es re exportada a Corea, Japón y Estados Unidos.

En el mercado chino la centolla es muy popular, pero de alto precio. Sobre todo, la centolla chilena es muy conocida por los consumidores, especialmente por las características de su carne. Durante los días de festividades nacionales, la centolla se transforma en un importante “*delicatessen*” para celebrar y a su vez como regalo a familiares y amigos.

Las grandes ciudades de China que concentran los mayores ingresos, sin duda seguirán siendo los principales centros de consumo de centolla y el mercado seguirá creciendo en función de cómo crece el ingreso individual en la República Popular China.

Los productos de centolla son considerados generalmente de lujo. Sin embargo, recientemente han bajado los precios y el mejor estándar de vida ha hecho que la centolla sea más asequible a una mayor porción de la población.

En el año 2007, el consumo de alimentos del mar per cápita en China fue de 26,9 kilos, y se espera que siga creciendo como lo ha venido haciendo por lo menos hasta el año 2020. Existen muchas personas ricas en China a las que les gusta comer cosas deliciosas y saludables sin importar el alto precio.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

La centolla se vende generalmente en la sección de congelados, o en grupos, por ejemplo un grupo de patas y una tenaza de un lado con el “hombro” todavía pegado. Además se puede vender la centolla entera congelada o carne en latas en los supermercados. Los restaurantes o food service ocupan la mayoría del consumo de centolla comparado con el mercado de retail en China.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

En este caso, más que en portales de ventas generales, no es posible encontrar páginas dedicadas exclusivamente a la venta de centollas. Sin embargo es muy común encontrarlas en portales de ventas en general por internet como Taobao (www.taobao.com).

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

El importador de centolla usualmente busca diferenciarse de su competencia y surtir a sus clientes de productos distintos y novedosos, considerando que la opinión del cliente es la que confiere tal grado, por tanto es muy importante la imagen que tienen estos últimos sobre el país. El importador busca conocer a su proveedor para establecer relaciones de confianza, con miras a obtener garantías sobre el producto que está comprando. Por tanto también buscará que el proveedor le de esas garantías, relacionadas principalmente con la calidad que el producto tenga al llegar al cliente final.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

En el caso de la centolla, la disponibilidad del producto es lo que más influye en el consumo. Existe un marcado aumento en las importaciones de centolla en los meses que comprende el tercer trimestre del año. Cerca de la mitad de la centolla que se vende en el año lo hace en estas fechas, lo que coincide con las vísperas de la celebración de las fiestas patrias chinas, que comienzan la primera semana de octubre.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

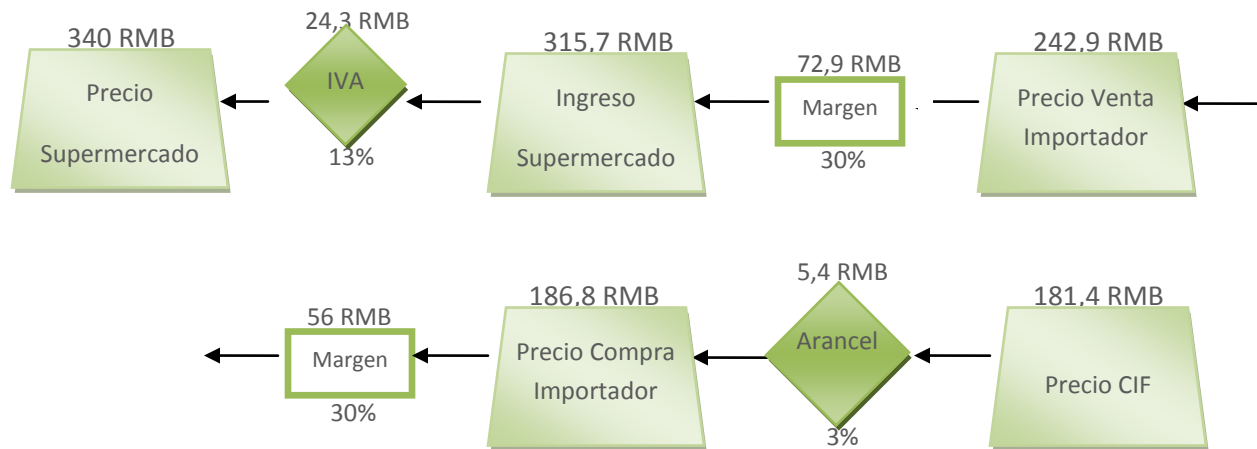
Como ocurre con muchos productos, la mayoría del consumo del país tiene lugar en las ciudades costeras que a su vez poseen los mayores niveles de ingreso. El caso de la centolla no es la excepción. Por tanto se recomienda al exportador abordar el mercado como un conjunto de mercados pequeños en que cada ciudad tiene sus propias preferencias y gustos. Es importante investigar bien al importador, saber si tiene presencia en una o varias ciudades y si tiene capacidad para abordar en profundidad el mercado. En este caso lo importante es saber si tiene capacidad de entrar en retailers importantes y en restaurants de lujo.

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La centolla importada comúnmente se vende directamente en canales de distribución minoristas o a distribuidores de restaurant de lujo. De los trámites de internación se suele ocupar el importador, por lo que el exportador debe estar abierto a entregar la documentación necesaria para completar tales trámites.

En el siguiente ejercicio se muestra como en cada eslabón de la cadena, si cada a ente busca un margen de un 30%, el precio de una unidad de centolla irá en aumento hasta el cliente final. Así también el precio aumenta por la aplicación del IVA (sobre el CIF) y aranceles. Para el caso se muestra en orden inverso, partiendo desde el cliente final hasta llegar al precio que tenía el producto al momento de ser desembarcado. En el caso de la centolla *Lithodes antarcticus*, el IVA es del 13% y el arancel es el 3% para 2012.

Así, por ejemplo, si un kilo de centolla cuesta en el supermercado 340 RMB, los cargos que lleva indexado ese precio son los siguientes:



Por tanto el precio CIF de un kilo de centolla chilena será de 181,4 RMB (28,8 US\$) aproximadamente. (Nota: Para simplificar el ejemplo se han omitido otros gastos y costos como por ejemplo gastos portuarios, documentación y transporte.)

VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Nombre	Origen	Presentación	Precio
Royal Ocean	Chile	1400gr en caja de regalo	498 RMB
Centolla chilena en Taobao	Chile	500gr	95 RMB
Centolla – Mercado de Dahongmen Jingshen	Noruega	Venta a granel, viva	200 - 260 RMB / kilo
Centolla – Mercado de Dahongmen Jingshen	Estados Unidos, Alaska	Venta a granel, viva	180 - 240 RMB / kilo
Centolla – Mercado de Dahongmen Jingshen	Chile	Venta a granel, congelada	130 / kilo

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

En algunos casos la centolla se vende junto con una explicación de sus características. También se enseña a los consumidores los procesos de limpiar y preparar centolla como se muestra en la siguiente foto. En otros casos, se vende la centolla preparada y se incluyen como adicionales los aliños.



Además, durante las festividades se suele vender carne de centolla junto con otros productos del mar en una caja lujosa. Esto es un regalo excelente para los familiares y amigos, de alto precio, pero de gran impacto social y que está de moda en el segmento AB de China Continental.

Hoteles y restaurantes recomiendan en su buffet cantidades ilimitadas de productos del mar, como centolla, locos, langosta, etc. como método de promoción para atraer a los clientes.

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO



En China, la centolla se comercializa congelada y entera, congelada en pedazos y carne enlatada. En mercados especializados en productos del mar también se pueden encontrar centollas vivas importadas de Alaska.

X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Se recomienda hacer contactos directos con potenciales importadores, por condiciones de nuestra oferta y precios en el mercado se trata de un producto de gran interés comercial.

Se sugiere hacer campañas genéricas selectivas en supermercados o tiendas boutique, además de algunos restaurantes seleccionados especializados en crustáceos promocionando el consumo de centolla chilena, que es diferente al producto consumido localmente.

Por otro lado es altamente recomendable participar en ferias especializadas. Se puede realizar un festival de alimentos del mar chileno en diferentes hoteles y restaurantes en algunas ciudades grandes y medianas de China. Después de todo, la centolla es un producto de lujo, y el retail sólo tiene una pequeña parte de la participación de mercado.

Para entrar al mercado chino, los productores chilenos tienen que participar en más exhibiciones profesionales y ferias, por ejemplo China Fisheries Qingdao, International Fishery and Seafood Expo Shanghai, SIAL China y FHC China para buscar agentes, representantes o importadores del área de alimentos del mar. Es importante también encontrar un agente quien se especialice en regulaciones, que esté familiarizado con las licencias y documentos requeridos para entrar los productos a China.

Servicios eficientes de logística y manejo constante de la cadena de frío son también un factor importante para la venta mayorista y retail de la centolla.

XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

16th FHC Food & Hotel China - www.fhcchina.com/en/index.asp

14 al 16 de noviembre de 2012

Shanghai New International Expo Centre (SNIEC), Shanghái

SIAL China - www.sialchina.com

9 al 12 de mayo de 2012

Shanghai New International Expo Centre (SNIEC), Shanghái

17th China Fisheries & Seafood Expo - <http://www.chinaseafoodexpo.com/>

6 al 8 de noviembre de 2012

Dalian World Expo Center, Dalian

Shanghai International Fisheries & Seafood Expo (SIFSE) - www.sifse.com/en/index.asp

7 al 9 de diciembre de 2012

Shanghai Ever Bright Exhibition Center, Shanghái

7th China Fishery Expo - www.fishexpo.cn

16 al 18 de septiembre de 2012

Fuzhou Strait International Conference & Exhibition Center, Fuzhou

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

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

Información de alimentos en conserva - <http://www.topcanchina.org/src/en/index.htm>

Información de comercios - <http://www.21food.com/>

Documento Elaborado por: Gonzalo Matamala o. – Director Prochile Beijing – gmatamala@prochilebj.cn
Sebastián Cruz – Ing. Comercial – scruz@prochilebj.cn