

# PMP

## Estudio de Mercado Pepino de Mar en China

2015

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Guangzhou- ProChile

**pro|CHILE**  
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



**● TABLA DE CONTENIDO**

<b>II. RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>4</b>
1. Código arancelario SACH objeto del estudio .....	4
2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.....	4
3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.....	5
4. Algunos comentarios y recomendaciones de la Oficina Comercial .....	6
5. Análisis FODA de pepino de mar chileno .....	7
<b>III. Acceso al Mercado .....</b>	<b>10</b>
1. Código arancelario local en país de destino .....	10
2. Aranceles de Importación .....	10
3. Regulaciones y normativas de importación. ....	10
<b>IV. Potencial del Mercado .....</b>	<b>11</b>
1. Producción local y consumo .....	11
2. Formas de consumo.....	13
3. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto .....	15
4. Importaciones ( <i>valor, volumen y precios promedio</i> ) del producto últimos 3 (tres) años por país. Principales competidores y participación de Chile en el mercado. ....	16
<b>V. Canales de Distribución.....</b>	<b>17</b>
1. Diagramas de flujo en canales seleccionados.....	17
<b>VI. Consumidor/ Comprador .....</b>	<b>18</b>
1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas. ....	18
2. Influencias en decisiones de compra de tendencias.....	18
<b>VII. Benchmarking (Competidores) .....</b>	<b>19</b>
2. Principales marcas en el mercado ( <i>locales e importadas</i> ). ....	20
3. Precios de referencia ( <i>tablas comparativas</i> ). ....	21
4. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales:.....	22
5. Ferias de la industria en 2015: .....	23
<b>VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....</b>	<b>24</b>
<b>IX. Fuentes de información relevantes (<i>documentos y links</i>). .....</b>	<b>24</b>

*El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.*

## II. RESUMEN EJECUTIVO

### 1. Código arancelario SACH objeto del estudio

Código Sistema Armonizado Chileno SACH: \_

**0308 1100** Vivos, frescos o refrigerados

**0308 1900** Los demás (congelado, deshidratado etc.,)

**1605 6100** Pepino de Mar (preparados o conservados)

### 2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado

China cuenta entre los países que producen la mayor cantidad de pepinos de mar del mundo. La mayoría de los pepinos de mar son cultivados debido a la demanda creciente del mercado y muchos se venden hacia el mercado interior. Las zonas costeras consumen más que las zonas interiores mientras en el norte de China, donde ya hay un mercado maduro, se consume más que el sur debido a su larga historia de producir pepino de mar y sus marcas famosas.

Como el principal mercado de pepino de mar del mundo, el mercado chino ha experimentado alzas sostenibles durante los últimos años. Sin embargo, el total de las importaciones chinas de este producto disminuyeron desde 2013 a 2014 en un 28,93%.

Solo desde el año 2013 al 2014 hubo un aumento del 297.87% en las exportaciones chilenas de pepino de mar hacia Hongkong. La mayoría de los pepinos de mar originarios de Chile son re-exportados a China desde Hongkong.

En la actualidad, la tendencia del mercado de pepino de mar es el desarrollo hacia el establecimiento de marca debido a que la calidad de este producto varía y para los chinos las marcas reconocidas ofrecen pepino de mar de calidad. La mayoría de las marcas famosas y buenas se concentran en el norte de China, un mercado maduro de este producto, donde producen pepino de mar de calidad más alta y se venden mejor pero con precio más caro. Contrario ocurre en el sur de China ya que acaba de empezar a cultivar el producto y entrar en el mercado y los pepinos de mar que se venden son de una especie distinta a la preferida en por el consumidor Chino (Stichopus chloronotus) , por lo que es un mercado aún nuevo.

Otra tendencia es la disminución del precio cada año y el crecimiento de la venta a través de plataformas online, transformándose en un producto más accesible al público en general, no solamente para aquellos con alto poder adquisitivo.

Una variable que ha impactado también los precios y el consumo, es la intervención del gobierno chino, restringiendo el gasto de los funcionarios públicos en el lujo en general, afectando la venta de pepino de mar en canales de alta gama. Contribuyendo por otro lado al crecimiento de productos menos lujosos.

Durante siglos, los pepinos de mar han sido usados como alimento y en la industria farmacéutica, especialmente en los países asiáticos como China, Japón. Los consumidores chinos prefieren pepinos de mar cultivados de China debido a su tamaño más grande, grado más alto, más agujas en el cuerpo, entre otros. No obstante, también hay algunos consumidores que eligen pepinos de mar importados desde México aunque son de otra especie que es considerada de menor calidad. Para la mayoría de los consumidores, el uso de sustitutos generalmente no es un problema, ya que después de la cocina del pepino de mar, no hay mucha diferencia en la apariencia mientras que hay una diferencia en el sabor, siendo el sabor y textura factores altamente relevantes.

### 3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.

Se sugiere que el exportador chileno primero entienda que el mercado está centralizado en las provincias costeras sobre todo las del Norte y Hong Kong. Además, las provincias del Norte como Liaoning y Shandong son zonas con fuerte producción de pepinos de mar y con fuerte establecimiento de imagen y marca en todo el país, mientras el efecto de marca en el sur no es tan grande porque el mercado de este producto del sur todavía está en su primer período de desarrollo y está estableciendo su marca.

El exportador debe generar canales de información y promoción sobre el sector, enfatizando aspectos:

1. Entender lo que el consumidor espera del producto
  - A. Salud
  - B. Confiabilidad del producto
2. Calidad, sabor
3. Efecto de marca, ya que es importante para el consumidor chino, que presta atención al reconocimiento de marca de pepino de mar

4. Conocer en forma precisa las zonas de producción del pepino de mar en Chile.

Se sugiere considerar las siguientes estrategias:

1. Remoción de los intestinos debido al efecto negativo a la calidad del producto. La tecnología procesadora y marketing son claves a las percepciones generales de la calidad del producto.

2. Efectuar degustaciones y muestras del producto en punto de venta.

3. Entender e invertir en los canales de promoción chinos, los que tienen diferentes fortalezas a focalizarse y crear un conocimiento del pepino de mar chileno al consumidor chino.

- A. Cuentas oficiales de Wechat

- B. Sina-Weibo (sitio web chino, similar al twitter)

- C. Publicidad en TV

4. Cooperación con las páginas web con foco en el sector de pepinos de mar.

5. Apoyarse en todas las oficinas comerciales de China.

#### 4. Algunos comentarios y recomendaciones de la Oficina Comercial

- 1- El mercado de pepino de mar continuará aumentando en China y posiblemente en otros países.

- 2- Probablemente, la acuicultura de pepino de mar en China continuará aumentando rápidamente, especialmente la especie *Stichopus japonicus*, altamente apreciado.

- 3- Posiblemente los precios serán estables, pero la tendencia de la popularización del consumo en China llevará estos precios a disminuir.

- 4- La venta en E-Commerce seguirá desarrollando y los pepinos de mar deshidratados se pueden vender mejor en Internet.

- 5- Un importante trabajo de mejora del procesamiento del pepino de mar se hace necesario en América Latina, de forma de atender perfectamente las demandas de los mercados finales.

- 6- Una mayor presencia del exportador en China es aconsejable para el mejor conocimiento de los diversos mercados y nichos de mercado y de sus demandas específicas, permitiendo también la negociación directa con los principales comerciantes/importadores del sector.

7- Según los entrevistados, los importadores chinos normalmente importan pepinos de mar frescos, congelados, medio-deshidratados y salados en vez de completamente deshidratados porque dicho tipo de pepino de mar no es tan popular en el mercado chino debido a varias razones. Primero, la piel es poco atractiva. Segundo, los pepinos de mar en esta forma son más incómodos para los restaurantes y los hoteles cuando tienen que cocinarlos porque deben ponerlos en agua por tiempo largo antes de prepararlos.

8- Entrar en el mercado de pepino de mar es desafiante. Producto del desconocimiento de Chile y su oferta de pepino de mar, es recomendable que los exportadores lleven muestras para promocionar sus productos a los clientes potenciales y asistan a ferias en China para elevar su conocimiento e imagen como proveedores. Utilizar las promociones, la publicidad en línea y la ayuda de ProChile puede ser un camino bueno para tener éxito en acceder al mercado.

9- El mercado es capaz de absorber todos los tipos y calidades de pepino de mar debido a los diversos grados de poder adquisitivo. El mercado también se está desarrollando hacia el mercado de gama baja y puede ser una oportunidad para los pepinos de mar chilenos.

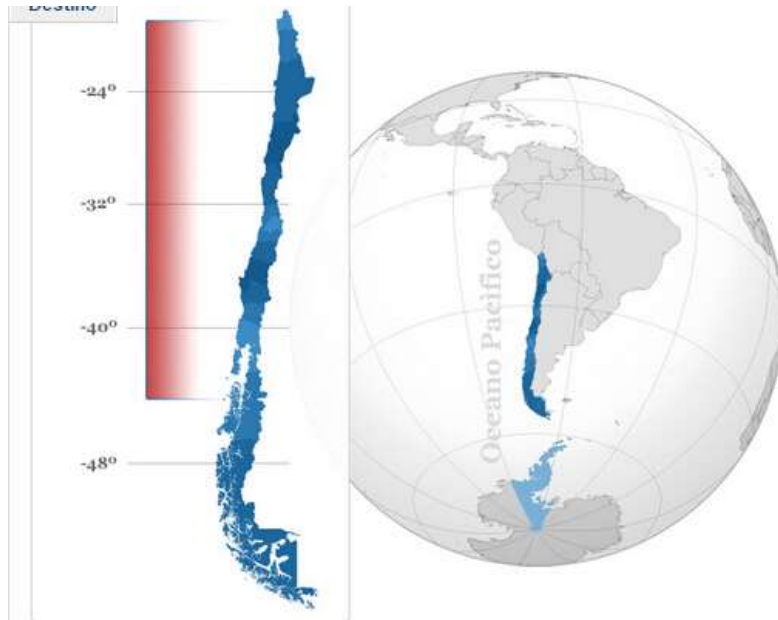
## 5. Análisis FODA de pepino de mar chileno

		FACTORES INTERNOS	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES EXTERNOS		<p>1. El ciclo reproductivo de la especie genera juveniles durante todo el año.</p> <p>2. Las aguas costeras que albergan el área de crecimiento del pepino de mar chileno aseguran calidad al producto.</p> <p>3. El producto en Chile es de extracción o captura (salvaje). No se cultiva.</p> <p>4. En comparación con el precio de otro tipo del producto, el chileno se vende más barato y puede satisfacer la demanda del mercado.</p>	<p>1. La pared delgada que cubre al cuerpo del pepino de mar que se extrae en aguas chilenas no satisface al consumidor chino, quien prefiere el pepino de mar con pared gruesa.</p> <p>2. El crecimiento lento no alcanza a la escala comercial del producto.</p> <p>3- Chile es un actor nuevo en este sector. El pepino de mar chileno tiene poca fama en el mercado chino.</p> <p>4. La falta de experiencia de</p>

		cooperar con China.
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>1. La creciente demanda en China impulsa a la importación de pepino de mar desde el mundo.</p> <p>2. El desarrollo del E-Commerce</p> <p>3. La disminución de importación desde otros países como Japón y México debido a la contaminación de las aguas.</p>	<p>Los exportadores pueden aprovechar la disponibilidad del recurso en Chile y el TLC para satisfacer la creciente demanda en China. El E-commerce está convirtiéndose en una vía nueva y masiva para promocionar productos chilenos como el pepino de mar.</p>	<p>1. Se necesita encontrar dietas adecuadas para superar la barrera de la preferencia por el producto chino.</p> <p>2. Hay que optimizar el crecimiento para producirlos a escala comercial.</p> <p>3. Se debe aprovechar la tendencia creciente de comprar productos por Internet en China a promover la venta y publicidad de pepino de mar.</p>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>1- El cultivo del pepino de mar en China ocupa una posición relevante en el mercado.</p> <p>2. Principales competidores como Islandia, EE.UU, han exportado este producto a China con alto volumen.</p> <p>3. Disminución de producción de pepino de mar en Chile</p>	<p>1. Se fija más en el mercado nuevo de China en vez del mercado tradicional en el norte sobre todo en Shandong, Liaoning.</p> <p>2. Destaca su entrada en el mercado de Japón y Corea de Sur.</p>	<p>1. Desarrollar actividades promoción con apoyo de ProChile.</p> <p>2. Participación en las ferias para dar a conocer y promover producto e imagen país como proveedor productos del mar.</p>



### 1.ZONA DE PESCA EN CHILE



### 2.ZONA DE PESCA EN CHINA



# III. Acceso al Mercado

## 1. Código arancelario local en país de destino

- 030811** Sea cucumber ( *Stichopus japonicus, holothurioidea*) live, fresh and chilled
- 030819** Sea cucumber, others, frozen, dried, salted or in brine
- 1605 61** Sea cucumber ( canned )

## 2. Aranceles de Importación

CÓDIGO ARANCELARIO	PAÍS FAVORABLE	NORMAL	IVA	DEVOLUCIÓN IMPUESTOS PARA PRODUCTOS EXPORTADOS
<b>030811</b>	0%	70%	13%	5%
<b>030819</b>	0%	80%	13%	13%

## 3. Regulaciones y normativas de importación.



1. Permiso de ingreso: Se necesita lograr el Estándar Nacional de la Seguridad de Alimentación y cumplir con los

requisitos de Administración Estatal de Inspección y Cuarentena (AQSIQ)<sup>1</sup>. Para los productos importados por la primera vez, se requiere realizar inspecciones de productos de acuerdo con el requerimiento del Departamento de Salud. Además se necesita lograr el Certificado de Cuarentena Zoonosanitaria de China<sup>2</sup>.

2. Registro de Productos y Etiquetas: Los exportadores deben proporcionar información empresarial para realizar el registro de productos y etiquetas según los requerimientos de AQSIQ<sup>3</sup>

① Los exportadores deben tener el certificado de seguridad para el registro empresarial en su propio país.

② Se necesitan documentos científicos como probación de la eliminación de riesgo de enfermedad si los productos son de las zonas potencialmente afectadas.

③ Las condiciones sanitarias de las empresas exportadoras deben corresponder al requerimiento de China.

④ Se requiere la recomendación del departamento específico del país exportador a la Administración de Certificación y Acreditación de China (CNCA)<sup>4</sup>.

3. Documentos: Se necesita presentar certificado de higiene, certificado de origen, declaración de material de embalaje de no- madera, lista de empaque, bill of landing, factura comercial y el contrato. Los exportadores deben consultar sobre los detalles de las regulaciones y su aplicación a sus clientes en la República de China, también deben tener en cuenta que el sistema regulatorio de China no es siempre predecible. Muchas regulaciones son poco detalladas y su interpretación puede variar de un puerto a otro y de un ministerio a otro.

## IV. Potencial del Mercado

### 1. Producción local y consumo

La producción de pepino de mar está aumentando año a año y la mayoría son pepinos de mar cultivados. Hasta el año 2013, la producción local llegó a casi 200 mil toneladas, y el volumen sigue incrementando hasta ahora. Liaoning, Shandong y Fujian cuentan entre las provincias que producen más pepino de mar, entre las cuales Shandong casi ocupa la mitad de la producción local de pepino de mar.

<sup>1</sup> <http://english.aqsiq.gov.cn/>

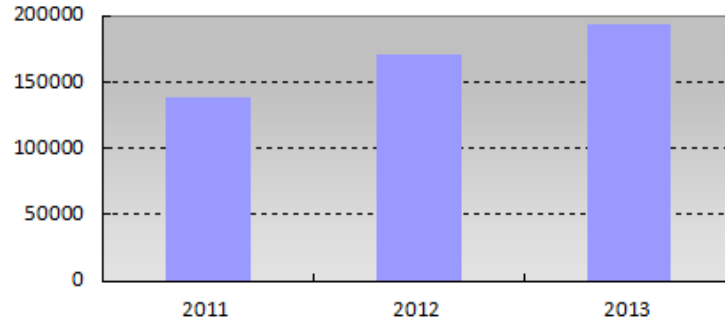
<sup>2</sup> <http://www.docin.com/p-1638533.html>

<sup>3</sup> [http://www.gov.cn/xgk/content\\_2201199.htm](http://www.gov.cn/xgk/content_2201199.htm)

<sup>4</sup> <http://english.cnca.gov.cn/>

Según el crédito al consumo de pepino de mar de las familias de clase media, una familia consume pepino de mar de unos RMB 10 mil (alrededor de \$1600 ) anualmente.

**TABLA: PRODUCCIÓN LOCAL (UNIDAD: TONELADA)**



**TABLA: PRODUCCIÓN EN CADA PROVINCIA (UNIDAD: TONELADA)**

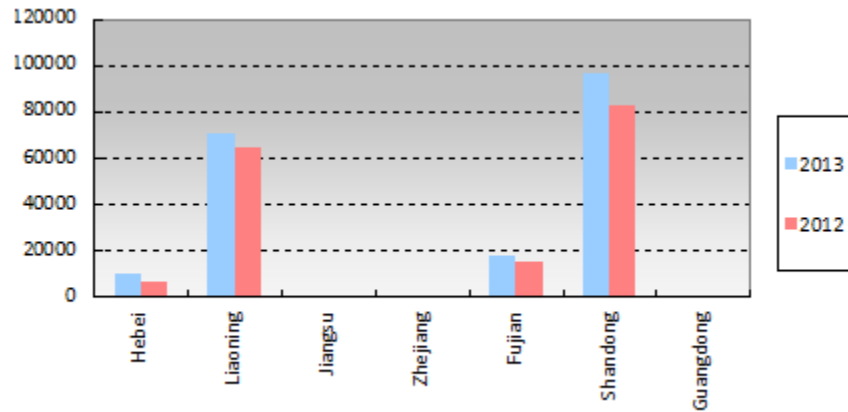
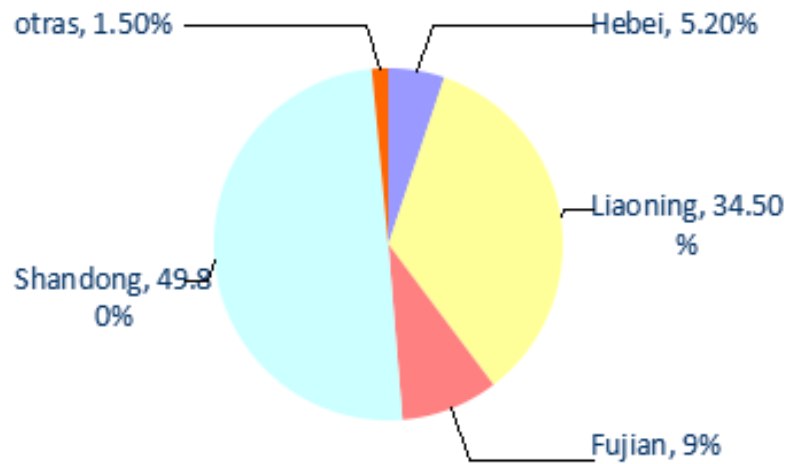


TABLA: PORCENTAJE DE PRODUCCIÓN DE PROVINCIA EN 2013



## 2. Formas de consumo

1- Pepino de mar seco o deshidratado, se vende en forma remojada en agua, principalmente para el canal HORECA, el mercado mayorista y minorista. Esta forma de pepino de mar se vende mucho en las tiendas medicinas de HongKong.



Pepino de mar seco o deshidratado de Zhangzidao 48g/599RMB Online

2- Pepino de mar congelado (sin secado y se puede comer fácilmente) para canal HORECA, el mercado mayorista y minorista.



Pepino de mar congelado de Shangpintang 880g/1299RMB

3- Se puede cocinar en sopa o platos



La sopa de pepino de mar



La sopa de pepino con arroz amarillo

4- Se usa el pepino de mar como medicina tradicional china, y después de pasar por un tratamiento profundo, se convierte en producto para el cuidado de la salud, en forma de cápsulas, líquido o polvo nutritivo.



Cápsulas de Xiaojin Sea Cucumber 15g/488RMB Online



Pepino de mar (seco) de TRT® 190g/3980 RMB      Polvo nutritivo de ZHEN-AO 450g/149RMB Online

### 3. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto

La temporada de mayor demanda y de más alto consumo del pepino de mar es durante los meses de octubre a marzo. Este aumento de consumo durante los meses de invierno es debido a la tradición china de consumir productos de alta calidad alimenticia, productos considerados de lujo para el mercado chino, durante las festividades chinas. En el invierno consumir pepinos de mar ayuda a mantener una buena salud durante todo el resto del año, además la gente compra artículos comestibles de lujo para la celebración del año nuevo que viene. Otras temporadas de aumento de consumo de productos comestibles de alta calidad son las fiestas de otoño, llamado “Mid Autumn Day” como regalos de empresas a sus clientes VIP.

4. Importaciones (valor, volumen y precios promedio) del producto últimos 3 (tres) años por país. Principales competidores y participación de Chile en el mercado.

TABLA: IMPORTACIÓN DE PEPINO DE MAR DE CHINA

China Estadísticas de Importación										
Artículo: 030819, Pepinos De Mar (Stichopus Japonicus, Holothurioidea), Los Demás										
Año calendario: 2012 - 2014										
País Socio	Unidad	2012		2013		2014		crecimiento en cantidad	crecimiento en USD	precio unitario
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad			
El Mundo	KG	11450670	1852874	18372257	1398561	8894506	993898	- 28.93	- 51.59	8.95
Estados Unidos	KG	2404409	45075	1700352	105022	2378627	144411	37.51	39.89	16.47
Corea Del Sur	KG	547236	9031	8747680	78329	2372596	21960	- 71.96	- 72.88	108.04
Canadá	KG	2261147	748500	2398760	623052	1943955	290501	- 53.37	- 18.96	6.69
Islandia	KG	1141536	662890	1086664	543896	1240270	506019	- 6.96	14.14	2.45
Japón	KG	2869282	11768	3948904	15066	583248	4646	- 69.16	- 85.23	125.54
Rusia	KG	194386	39020	205663	16022	238545	8423	- 47.43	15.99	28.32
México	KG	1290955	76611	135168	12540	58500	10095	- 19.50	- 56.72	5.79
Fidji	KG	11068	129	8860	427	32277	923	116.16	264.30	34.97
Australia	KG	236543	12597	48844	2715	22100	1332	- 50.94	- 54.75	16.59
Grecia	KG	0	0	0	0	12286	100	0.00	0.00	122.86
Hong Kong	KG	4174	2087	656	328	10920	5480	1564.63	1564.63	2

Source of Data: China Customs

TABLA: CANTIDAD DE EXPORTACIÓN DE PEPINO DE MAR A CHINA

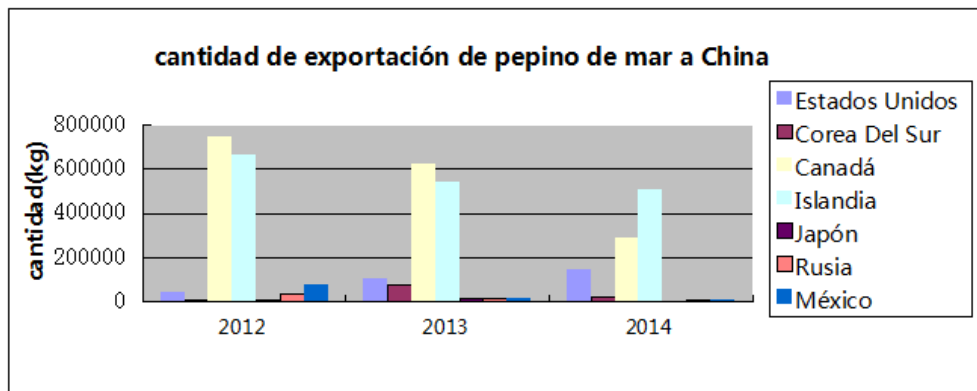
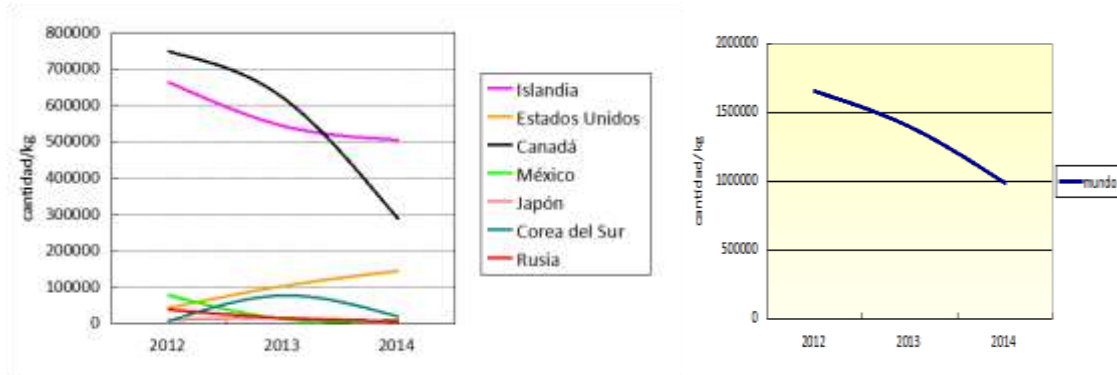




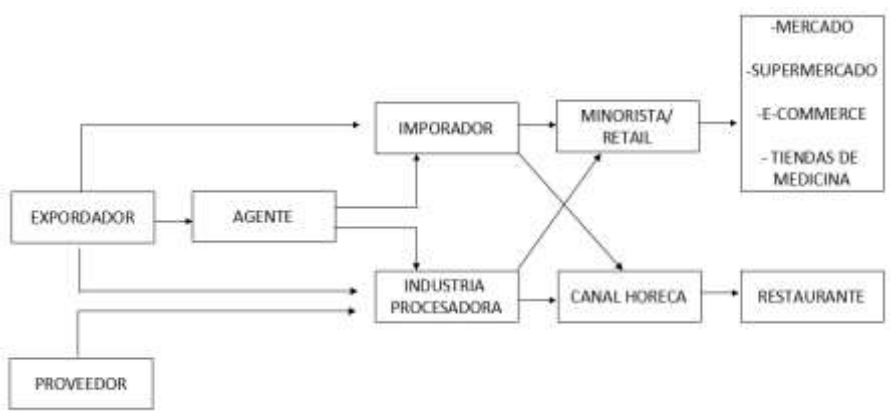
TABLA: TENDENCIA DE CANTIDAD DE EXPORTACIÓN DE PEPINO DE MAR A CHINA



## V. Canales de Distribución

### 1. Diagramas de flujo en canales seleccionados.

El sistema de distribución de pepino de mar ya es bien establecido en China debido a su larga historia de venta. Los principales canales dentro del sector son supermercados, servicios de alimentos, tiendas de medicina y canal Horeca.



# VI. Consumidor/ Comprador

## 1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

Los consumidores chinos cada vez están experimentando un alza en sus ingresos y en el consumo, prefiriendo comprar pepino de mar como regalo de lujo sobre todo durante los festivales o consumirlo en los restaurantes.

1. Hay una tendencia de comprar pepino de mar según la apariencia de este producto.
2. Existe una preferencia según regiones: las zonas costeras se inclinan a consumir más pepino de mar que las zonas interiores. En el norte consume más que el sur.
3. Los consumidores chinos prefieren pepino de mar doméstico/cultivado debido al tamaño más grande, más agujas en el cuerpo, entre otros. Sin embargo, la educación y promoción marketing pueden cambiar la percepción. Los exportadores y los importadores todavía necesitan gastar tiempo en marketing y promoción.
4. El pepino de mar completamente seco no es popular en el mercado chino debido a su uso complejo de cocinar en los restaurantes y los hoteles.
5. La preferencia por marca de pepino de mar aumenta en los consumidores. Las marcas más famosas en el mercado chino se concentran en las provincias como Shandong y Liaoning donde también producen pepino de mar y ocupan la mayoría del mercado chino de este producto.
6. Los consumidores en Hongkong, gustan de comprar pepino de mar de Shandong y de Japón y la mayoría se venden en los restaurantes y en las tiendas de medicina en envases de vidrio o cristal.

## 2. Influencias en decisiones de compra de tendencias

Las especies y los tamaños de los pepinos de mar influyen mucho en la selección del producto. En Mainland China, *Stichopus japonicus* de Liaoning es la especie más grande de pepino de mar y el producto líder en el mercado tradicional y se considera como el de nivel más alto. En cuanto al pepino de mar de Chile, cuenta entre los pepinos de mar salvajes más baratos en el mercado chino en la actualidad. Tras varios exámenes del contenido nutritivo, el pepino de mar chileno se ha probado que tiene alto contenido de saponinas holoturias. Sin embargo, su pared o sea su piel es dura y difícil de burbujear por eso cuando comen se sentirán áspero al gusto, siendo menos agradable para el consumidor final chino.

# VII. Benchmarking (Competidores)

## 1. Principales especies en el mercado

### Stichopus japonicus



Se produce principalmente en el parte norte de China: Yantai, Qingdao, Weihai, y Dalian

### Cucumaria japonica 1



### Cucumaria japonica 2



Se producen principalmente en el Mar de la China Meridional

### Thelenota ananas



Se importa principalmente desde Malasia y Japón



**Stichopus variegatus**

Se produce principalmente en el parte sur de China: Taiwan, Guangxi, y Hainan

**2. Principales marcas en el mercado (*locales e importadas*).**

**RANKING DE MARCAS DE PEPINO DE MAR EN CHINA EN 2015:**

RANKING	EMPRESA		LUGAR	PÁGINAS WEB
1	壹桥海参	Yiqiao Sea Cucumber	Dalian,Liaoning	<a href="http://mall.jd.com/index-38280.html">http://mall.jd.com/index-38280.html</a>
2	宫品海参	Gongpin Sea Cucumber	Weihai,Shandong	<a href="http://mall.jd.com/index-13376.html">http://mall.jd.com/index-13376.html</a>
3	獐子岛	Zhangzidao	Dalian,Liaoning	<a href="http://www.zhangzidao.com">http://www.zhangzidao.com</a>
4	皇纯海参	Huangchun Sea Cucumber	Weihai,Shandong	<a href="https://huangchun.tmall.com/">https://huangchun.tmall.com/</a>
5	好当家	Haodangjia	Weihai,Shangdong	<a href="http://www.jd.com/pinpai/12240-8036.html">http://www.jd.com/pinpai/12240-8036.html</a>
6	晓芹海参	Xiaoqin Sea Cucumber	Dalian,Liaoning	<a href="http://www.xiaoqin.com.cn">http://www.xiaoqin.com.cn</a>
7	东方海洋	Dongfang Haiyang	Yantai,Shandong	<a href="http://mall.jd.com/index-">http://mall.jd.com/index-</a>

				<a href="#">57339.html</a>
8	上品堂	Shangpintang	Dalian,Liaoning	<a href="http://shangpintang.jd.com">http://shangpintang.jd.com</a>
9	棒槌岛	Bangchuidao	Dalian,Liaoning	<a href="http://www.bangchuidao.com.cn">http://www.bangchuidao.com.cn</a> /
10	老尹家	Laoyinjia	Qingdao,Shandong	<a href="http://laoyinjia.jd.com">http://laoyinjia.jd.com</a>

### 3. Precios de referencia (tablas comparativas).

La especie más demandada por el principal mercado es *Stichopus japonicus* que se encuentra en el Océano Pacífico occidental, el mar Amarillo, el Mar de Japón, el Mar de Okhotsk. La mayoría de esta especie del producto es destinada para el consumo doméstico. Se vende aproximadamente USD 2-3 por unidad en situación fresca, USD 120-130/kg en salmuera y USD 400-500/kg en situación deshidratada. El precio en mercados minoristas en Hongkong China RAE es USD 970-2750/kg deshidratado.

**TABLA PRECIO DE KILO DE PEPINO DE MAR (FRESCO) EN CHINA**



La tabla muestra el precio mayorista de pepino de mar fresco en el mercado chino. El precio va disminuyendo desde 2011 hasta ahora por varias razones.

1- La creciente producción de pepino de mar. Después del cultivo en el sur, la producción aumenta obviamente y la oferta también ha aumentado.

2- A finales del año 2013, el gobierno chino decidió poner más restricciones en el consumo de los funcionarios quienes son consumidores importantes de comida de lujo, incluyendo el pepino de mar. Esto ha afectado a la demanda del producto porque se consume menos en los restaurantes.

**TABLA PRECIO DE KILO DE PEPINO DE MAR**

<b>PRECIOS FOB</b>			
Origen de China	Stichopus japonicus	\$1-900/kg	deshidratado
Origen de Chile	Palallus mollis	\$22-55/kg	deshidratado
Origen de México	Holoturia mexicana	\$20-50/kg	deshidratado
	Isostuchopus mexicano	\$33-34/kg	deshidratado
Origen de Japón	Stichopus japonicus	\$210-1200/kg	deshidratado
Origen de EE.UU	Cucumaria Frondosa	\$30-60/kg	deshidratado
	Holoturia mexicana		
Origen de Islandia	Cucumaria Frondosa	\$40-45/kg	deshidratado
Origen de Canadá	Cucumaria Frondosa	\$34-40/kg	deshidratado
<b>Precio de mayorista</b>			
Origen de China	Stichopus japonicus	\$250-450/kg	congelado
	Stichopus japonicus	\$500-1200/kg	deshidratado
<b>Precio de retail</b>			
Origen de China	Stichopus japonicus	\$300-1000/kg	deshidratado

#### 4. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales:

No se tiene conocimiento de campañas de marketing del producto por parte de países proveedores competidores. A continuación, se incluye un cuadro con los principales países proveedores de pepino de mar con número de empresas por país.

**Table 2.** Number and percentage of sea cucumber supplier firms by country

Country	No. of supplier firms	%	Country	No. of supplier firms	%
Indonesia	81	12.76	Australia	7	1.10
Malaysia	61	9.61	Cameroon	7	1.10
United States	55	8.66	Taiwan	7	1.10
Philippines	50	7.87	United Arab Emirates	7	1.10
China (Mainland)	42	6.61	Mauritania	5	0.79
Peru	32	5.04	Mauritius	5	0.79
Singapore	32	5.04	Morocco	4	0.63
Vietnam	26	4.09	Pakistan	4	0.63
Japan	25	3.94	Russian Federation	4	0.63
Sri Lanka	21	3.31	Spain	4	0.63
Egypt	19	2.99	New Zealand	3	0.47
Canada	18	2.83	Colombia	1	0.16
Mexico	18	2.83	Fiji	1	0.16
Maldives	17	2.68	Iceland	1	0.16
South Korea	17	2.68	Italy	1	0.16
Turkey	14	2.20	Mozambique	1	0.16
Hong Kong	13	2.05	United Kingdom	1	0.16
India	12	1.89	Uruguay	1	0.16
Thailand	9	1.42	<b>Total no. supplier firms</b>	<b>635</b>	

Source: Brown et al. (2010)

## 5. Ferias de la industria en 2015:

### 1. Seafood Expo Asia (Hong Kong) 2015

6-8 septiembre, 2016, en Wanchai, Hongkong <http://www.seafoodexpo.com/asia/> (English version)

### 2. China Fisheries & Seafood Expo 2015

2-4 noviembre, 2016, en Qingdao, Shandong <http://chinaseafoodexpo.com/> (English version)

### 3. 2015 China (Guangdong) International Modern Fishery and Marine Economy Expo

Noviembre, 2016 en Guangzhou, Guangdong <http://www.gzyubohui.com/> (Chinese version)

### 4. Taiwan International Fisheries & Seafood Show 2015

9-11 noviembre, 2016 en Gaoxiong, Taiwan [http://www.taiwanfishery.com/en\\_US/index.html](http://www.taiwanfishery.com/en_US/index.html) (English version)

### 5. China International (Guangzhou) Fishery & Seafood Expo

26-28 agosto, 2016, en Guangzhou, Guangdong <http://www.chinafishex.com/index.asp> (English version)

### 6. 2015 China (Shandong) Sea Cucumber Industry Expo

Noviembre, 2016, en Jinan, Shandong <http://www.zgscz.cn/> (Chinese version)

## VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.

La calidad del pepino de mar varía mucho debido a las diferentes especies existentes. El pepino de mar de alta calidad se produce principalmente en Liaoning China, la península de Shandong, Japón y Rusia debido a lo similar de la especie. Mientras que el pepino de mar de calidad media y baja se importa de países como Islandia, Canadá, Perú y Chile.

Las mayores importaciones de pepino de mar en China provienen desde Islandia, los Estados Unidos, Canadá, Japón y México pero importa diferentes especies del producto de cada lugar.

## IX. Fuentes de información relevantes (*documentos y links*).

- 1) The Ministry of Commerce, MOFCOM research. <http://nc.mofcom.gov.cn/>
- 2) Global Trade Atlas, <http://www.gtis.com/gta/>.
- 3) Trade Statistics for International Business Development, <http://www.trademap.org/index.aspx>
- 4) Estudio de Mercado de Pepino de Mar en China, Prochile
- 5) Visión del Mercado Mundial para el pepino de mar, Roland Wiefels
- 6) Sea Cucumber Market Brief Beijing ATO
- 7) Factibilidad de Exportación de Pepinos de mar A Hong Kong, Universidad de Chile
- 8) Alibaba. [www.alibaba.com](http://www.alibaba.com)
- 9) Taobao. [www.taobao.com](http://www.taobao.com)
- 10) El desarrollo y la situación de la cultivación de pepino de mar en China, Wang Dongshi
- 11) El análisis de la situación actual de la industria de pepino de mar en China, Xu Yongdong
- 12) Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine, <http://english.aqsiq.gov.cn/>
- 13) La regulación de la seguridad de importación de alimentación  
[http://www.aqsiq.gov.cn/xgk\\_13386/jlgg\\_12538/zjl/2011/201210/t20121015\\_235120.htm](http://www.aqsiq.gov.cn/xgk_13386/jlgg_12538/zjl/2011/201210/t20121015_235120.htm)



- 14) La regulación del registro de las empresas extranjeras de exportación de alimentación  
[http://www.gov.cn/xxgk/content\\_2201199.htm](http://www.gov.cn/xxgk/content_2201199.htm)
- 15) Certification and Accreditation Administration of the People's Republic of China (CNCA)  
<http://english.cnca.gov.cn/>
- 16) La regulación de cuarentena zoosanitaria de China, <http://www.docin.com/p-1638533.html>