

El mercado de la carne de porcino fresca y congelada en China

El mercado de la carne de porcino fresca y congelada en China

Este estudio ha sido realizado por Emma Illán y actualizado por Laura Fernández bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Pekín

Julio 2010

ÍNDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	5
I. INTRODUCCIÓN	6
1. China, una visión general	6
2. El sector agroalimentario en China	8
II. DEFINICIÓN DEL SECTOR	10
1. Delimitación del sector	10
2. Clasificación arancelaria	11
III. ANÁLISIS DE LA OFERTA	12
1. Análisis cuantitativo	13
1.1. Tamaño de la oferta	13
1.2. Oferta local. Producción china.	14
1.3. Oferta internacional. Importaciones	17
2. Análisis cualitativo	25
2.1. Situación de los precios del sector porcino en China	25
2.2. Crisis del sector porcino	26
2.3. Medidas del Gobierno R.P. China	27
2.4. Obstáculos comerciales	29
IV. CHINA COMO COMPETIDOR MUNDIAL	31
1. Exportaciones chinas	31
V. ANÁLISIS DEL COMERCIO	36
1. Análisis cuantitativo	36
1.1. Esquema de los canales de distribución	36
1.2. Los distribuidores	37
1.3. Puntos de venta minoristas	43
1.4. Restauración	46
2. Análisis cualitativo	46
2.1. Estrategias de canal	46
2.2. Estrategias para el contacto comercial	47
2.3. Condiciones de acceso	48
2.4. Medidas de supervisión, inspección y cuarentena para productos cárnicos (G/SPS/N/CHN/207)	51
2.5. Estandar sanitario para carne fresca y congelada (GB2707-2005)	52
2.6. Conservación: Envase, embalaje y temperatura.	52
2.7. Registro de marca	52
3. Condiciones de suministro	53

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

3.1. Transporte transoceánico	53
3.2. Transporte interno. Deficiencias en la cadena de frío.	53
4. Tendencias en la distribución	55
5. Otras formas de entrada	56
6. Presentación del producto	57
7. Precio	58
8. Promoción y publicidad	60
VI. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	62
1. Tendencias generales de consumo	62
1.1. Factores sociodemográficos y económicos	62
2. Análisis del comportamiento del consumidor	64
2.1. Hábitos y formas de consumo	64
2.2. Hábitos de compra	64
2.3. Preferencias	65
VII. ANEXOS	66
1. PRODUCTOS curados DEL PORCINO: JAMÓN	66
1.1. Delimitación del producto y clasificación arancelaria	66
1.2. Producción local	67
1.3. Ciclo de vida	67
1.4. Competencia internacional	67
1.5. Obstáculos comerciales	68
1.6. Canales de distribución	68
1.7. Características del producto. Presentación	69
1.8. Precio del producto importado	69
1.9. Consumidor potencial	70
1.10. Actividades de promoción	70
2. Principales ferias	71
3. Principales mercados mayoristas	73
4. Listado de direcciones de interés	77
5. Medidas de supervisión, inspección y cuarentena para productos cárnicos	77
6. Bibliografía	91

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

Las exportaciones de porcino a La R.P.China están condicionadas a fuertes controles sanitarios por parte de AQSIQ (General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of P.R. China), y a los acuerdos bilaterales entre el país exportador y China materializados en la firma de protocolos.

La apertura del mercado chino a los cárnicos españoles se produjo el 15 de noviembre de 2007, con la tan esperada firma del protocolo, que acordaba la exportación de carne de porcino congelada y productos cárnicos del porcino deshuesados con una curación mínima de 313 días a China. A lo largo del estudio, se explicarán aspectos contenidos en el mismo, y que el exportador español tendrá que tener en cuenta.

Aunque existen muchas trabas a la exportación, no hay que olvidar que China es el mayor consumidor de carne de porcino del mundo. Tanto es así, que además de ser el principal productor mundial aún necesita importar para satisfacer sus necesidades de consumo.

Dada esta situación, las oportunidades que presenta el mercado de porcino en China son tanto de comercialización como de colaboración con productores chinos. Sin embargo, la firma de protocolos bilaterales por parte de más países supone una amenaza por la entrada de nuevos competidores al mercado.

Para dirigirse al mercado chino, se debe tener en cuenta no sólo su dimensión global, sino también que es un mercado fragmentado en zonas. Así, los exportadores de porcino españoles deben plantearse mercados en ciudades principales (Pekín, Shanghai y Cantón, que ofrecen ya en la actualidad una demanda real), y en ciudades llamadas “de segunda línea”, que son las que presentan un mayor potencial de crecimiento a medio plazo (Chongqing, Dalian, Qingdao, Tianjin o Chengdu).

El consumidor chino de porcino importado de España, será un consumidor que vive en zonas urbanas y con una renta media alta.

I ■ INTRODUCCIÓN

1. CHINA, UNA VISIÓN GENERAL

La evolución económica de China en los últimos años ha sido muy favorable, habiendo experimentado tasas constantes de crecimiento cercanas al 10%. Sin embargo, durante los años 2008 y 2009 el crecimiento real del PIB ha disminuido, pasando del 13% de 2007 al 9% en 2008 y al 8,4% en 2009. Esto se debe principalmente a la crisis en los mercados globales y la fuerte dependencia de la economía china de sus exportaciones. No obstante, el crecimiento ha sido siempre estable. Las primeras reformas económicas llevadas a cabo en 1978 supusieron el fin de una economía planificada dando paso paulatinamente a las fuerzas del mercado en la determinación de la actividad económica. Aunque en la actualidad se puede considerar a China como una economía de mercado, todavía existe un papel destacado del Estado en la planificación económica, especialmente en el medio rural.



Según datos de Banco Mundial, China ocupó durante el 2009 el puesto número 3 en cuanto al producto interior bruto. También, si tenemos en cuenta el PIB en términos de paridad del poder adquisitivo su posición se eleva al segundo lugar. Sin embargo, atendiendo al PIB per capita, el país continúa muy atrasado, en el puesto 122 debido a la desigual distribución de la renta.

La participación de China en el comercio mundial también ha aumentado como consecuencia de la incorporación a la OMC, situando al país como el tercero del mundo por volumen de comercio por detrás de EEUU y la UE-27, a pesar de que durante los últimos meses de 2010 y debido a la crisis global, venían decreciendo tanto las importaciones como las exportaciones. La competitividad de los productos chinos ha permitido convertir a China en una potencia exportadora. La evolución no ha sido sólo cuantitativa sino que además ha

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

ido acompañada de un aumento significativo en el valor añadido de los productos, muy favorecido por la presencia de capital foráneo.

En 2009, el saldo comercial de la balanza de pagos de China registró por primera vez desde 2001 una caída en el saldo superavitario.

Los flujos de inversión entrantes han sido considerables en los últimos años y evidentemente un elemento dinamizador de la economía muy importante. La instalación de filiales productivas por parte de corporaciones multinacionales atiende a dos motivos: por un lado la competitividad que lleva implícita la producción en el país orientada a la exportación y por otro, la importancia de China como mercado potencial.

Para tener una perspectiva sobre la situación económica de China hay que tener en cuenta que el modelo de crecimiento de los últimos años se ha basado en el impulso de la demanda exterior, la entrada de flujos de capital a modo de Inversión Extranjera Directa (IED) y la inversión pública en grandes proyectos de infraestructura. Hoy en día, uno de los grandes retos del gobierno es impulsar la demanda interna, de manera que la economía reduzca su dependencia del exterior. El principal problema al que se enfrenta para corregir este desequilibrio es la elevada tasa de ahorro de los hogares chinos. Para impulsar el consumo privado es imprescindible reducir la incertidumbre de la ciudadanía ante un futuro en el que los gastos de salud, educación y pensiones no están cubiertos para la mayoría.

Es fundamental pues, entender que el mercado chino ofrece múltiples áreas de oportunidad a medio y largo plazo ya que se encuentra en fase de crecimiento y apertura. Aún así, las empresas exportadoras se enfrentan a una competencia muy intensa así como a la inmadurez de los canales de distribución e insuficiencias logísticas en algunas zonas del país. Si bien la dimensión potencial de su mercado es una de las fortalezas del país, su fragmentación es una barrera que impide tratarlo como un todo. No se debe caer en el error de hablar de los más de 1.300 millones de habitantes como consumidores de productos importados. Como veremos en el análisis del consumidor la cifra podría estar más cercana a los 20 millones de familias o 340 millones de habitantes.

Pese a las dificultades que implican el acceso al mercado chino, éste presenta unas perspectivas muy favorables a largo plazo y es sin duda uno de los mercados con mayor potencial de crecimiento del mundo, si no el mayor. La entrada en China no sólo debe atender a la obtención de beneficios inmediatos sino a una estrategia definida y esfuerzo continuo a medio plazo para llegar a los resultados previstos a largo plazo.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

2. EL SECTOR AGROALIMENTARIO EN CHINA

De los 9.561.000 Km² de China sólo un 14,86% es tierra cultivable, el 34,07% es terreno forestal y de pastos, y el 51,07% restante son tierras improductivas. Por tanto es este 14,86% el que soporta la producción agrícola China y esto supone limitaciones a su producción. Además China se enfrenta a problemas de desertización en algunas zonas, junto a problemas de contaminación de aguas y salinización en muchas partes del territorio. China tiene el 22% de la población mundial, pero sólo el 7% de la superficie agraria del mundo.

Las principales producciones son de trigo, arroz, sorgo, té, maíz y soja, centradas básicamente en alimentar a nivel básico a la población. Otros cultivos destinados a la alimentación de ganado no cuentan con los mismos niveles de producción, lo que históricamente ha causado un déficit cárnico en su población, además de escasas producciones de productos lácteos.

El Gobierno chino ha definido como objetivo estratégico en el 11º Plan Quinquenal (2006-2010) el desarrollo de las rentas agrarias. Aún así, la estructura fragmentada del medio rural y las escasas posibilidades de aplicación de nuevas tecnologías dificultan el desarrollo del sector primario chino. No perdamos de vista que el sector primario absorbe el 43% del empleo en China y que el 55,1% de la población vive en el medio rural, según fuentes oficiales. Como puede observarse, existen fuerzas encontradas, entre la necesidad de hacer crecer las rentas agrarias y las posibilidades de transformación del campo y consiguientemente la industria cárnica china.

Si el sector agroalimentario está en transformación, no es más que por el reflejo de una sociedad y una economía en cambio. El crecimiento económico, la apertura a la economía mundial (bien representada por la entrada en la OMC), el desarrollo urbano y la incipiente clase media y alta, la influencia de las pautas de consumo de Occidente, han llevado a un cambio en la demanda de productos agroalimentarios, tanto en los productos que se consumen como en el modo de consumo.

Es esencial destacar entre las pautas de consumo de productos agroalimentarios en China, la importancia que dan a la salud en la alimentación y las políticas de promoción del gobierno.

La distribución, apoyada por una mejora de las infraestructuras, la mayor competencia, la entrada de productos y empresas internacionales también está en pleno proceso de cambio y modernización y favorece la aparición de nuevas pautas de consumo, que dan mayores oportunidades a la entrada de productos agroalimentarios españoles en el mercado chino. Todavía son muy limitados los niveles de introducción de productos agroalimentarios importados y están localizados en zonas muy específicas de la geografía china, pero la evolución como país hace vislumbrar una posible penetración en cada vez más puntos del territorio.

Los cambios en la distribución minorista son notables. Los tradicionales mercados al aire libre, esencia de las compras de la población china van cediendo terreno frente a las cadenas de hipermercados y tiendas especializadas, muchas de capital extranjero. Las tiendas de barrio también se enfrentan a la competencia de los supermercados, o las tiendas de conveniencia y comienzan a aflorar las franquicias.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Además de los cambios en la distribución minorista, existe tradición en la cultura china de consumir en los canales Horeca (hoteles, restaurantes y cafeterías), y son muchos los que acuden a restaurantes para “salir a comer”, pudiendo también explotarse el canal para la venta de nuestros productos.

También es capital entender lo fragmentado del mercado chino, en lo que respecta a infraestructuras, rentas y también en cuanto a costumbres y gustos, por lo que la penetración de nuestros productos deberá seguir una estrategia adaptada a la zona de China que se haya seleccionado como objetivo.

Según datos de las aduanas chinas, el sector agroalimentario sólo supone el 4'5% de las importaciones totales. Semillas y frutos oleaginosos, grasas y aceites, pescados y crustáceos, carne y despojos y frutas, constituyen el grueso de las importaciones chinas. En cuanto a las exportaciones, el porcentaje correspondiente a los productos agroalimentarios apenas alcanza el 3% y se concentra en pescados y crustáceos, hortalizas, preparados de hortalizas y preparados de carnes y pescados.

La principal partida agroalimentaria importada desde España es la de carne y despojos, seguida de pescados y crustáceos, grasas y aceites y bebidas, líquidos alcohólicos y vinagres. Las importaciones de cárnicos han aumentado sensiblemente desde 2007, como consecuencia de la firma en 2007 del protocolo para la exportación de carne de cerdo y productos curados durante un mínimo de 313 días, procedente de España. Estas cuatro partidas suponen casi el 80% de las exportaciones agroalimentarias de España a China.

Sin perder de vista lo anterior y siendo razonables, se puede ser optimista acerca del potencial de las exportaciones agroalimentarias de España a China, habiendo motivos para ello.

Los cambios que hemos descrito en China hacen que se consuman cada vez alimentos más variados y elaborados, y nos permitiría introducir algunos de los que producimos.

La entrada en la OMC supuso una caída de aranceles y el progresivo desarme de barreras no arancelarias. Algunos productos agroalimentarios españoles no puede ser exportado aún a China por necesitar protocolos que determinarán las condiciones en que se podrá hacer. Actualmente, ya se ha completado para cítricos, el 15 de noviembre de 2007 se firmó el protocolo para la exportación de carne de cerdo y productos curados del porcino procedente de España y también está en vigor el certificado para productos de la pesca y productos lácteos.

II. DEFINICIÓN DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El objetivo de este estudio de mercado es analizar el mercado de la carne de porcino fresca y congelada en China. Se prestará especial atención a la congelada, ya que es la única manera en la que España exporta la carne de porcino a China debido a la distancia geográfica que separa a ambos países.

Asociados a la carne de porcino, en la que se incluyen carne de cerdo en sus diferentes cortes, es importante considerar los despojos comestibles, partes del cerdo que aunque en España no tengan mucha aceptación, en otros países, entre ellos China, se consideran un manjar. Se hace mención además a las importaciones de tripas destinadas a la elaboración de embutidos, que aunque no están reguladas por el protocolo para la importación de porcino, las aduanas chinas, parte de estas importaciones las registran como “despojos”.

Merecen especial atención los productos derivados del cerdo, principalmente los curados. El jamón ibérico y serrano, se tratarán en un anexo de este estudio, ya que no se pueden establecer similitudes en cuanto a la comercialización de productos tan diferentes como la carne fresca y congelada con la curada. Nada tienen que ver en cuestiones como el precio, canales de distribución, condiciones de transporte y suministro, así como en el conocimiento por parte del consumidor sobre los productos.

La decisión de fijar el foco de análisis en la carne fresca y congelada así como en los despojos comestibles, se debe a la estructura tan particular del mercado de carne de cerdo, ya que China es el principal productor y consumidor del mundo. Sin embargo, durante los últimos años la producción descendió debido a la enfermedad conocida como “oreja azul” (Blue Ear Disease) que afectó a la cabaña porcina durante 2007 y al terremoto que devastó la provincia de Sichuán (parte oeste de China) en 2008. Ambos sucesos provocaron un aumento de precios y una disminución de la oferta nacional, que durante 2009 aumentó y se prevé que lo siga haciendo en 2010.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

La carne de porcino incluida en este estudio está definida en las siguientes partidas arancelarias.

- **0203:** Incluye la carne porcina tanto fresca como congelada. Como hemos dicho anteriormente, se tendrá en cuenta sobre todo la congelada por ser hasta el momento la única manera en la que España importa porcino a China, debido a la distancia geográfica.

Código	Definición del Producto
0203	Carne de animales de la especie porcina, fresca, refrigerada o congelada
Fresca o Refrigerada	
020311	En canales o medias canales
020312	Piernas, paletas, y sus trozos, sin deshuesar
020319	Las demás
Congelada	
0203 21	En canales o medias canales
0203 22	Piernas, paletas, y sus trozos, sin deshuesar
0203 29	Las demás

- **0206:** bajo la que se clasifican los despojos comestibles de porcino, entendiéndose por tales las partes blandas como el hígado, la lengua, el corazón, etc

Código	Definición del Producto
0206	Despojos comestibles de animales de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballar, asnal o mular, frescos, refrigerados o congelados
0206 30	De la especie porcina, frescos o refrigerados
Congelados	
0206 41	Hígados
0206 49	Los demás

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

- **0504:** bajo la que se clasifican los demás productos de origen animal, como son las tripas, vejigas y estómagos de animales, excepto los de pescado, enteros o en trozos, frescos, refrigerados, congelados, salados o en salmuera, secos o ahumados.

Código	Definición del Producto
0504	Despojos comestibles de animales de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballar, asnal o mular, frescos, refrigerados o congelados



ICEX

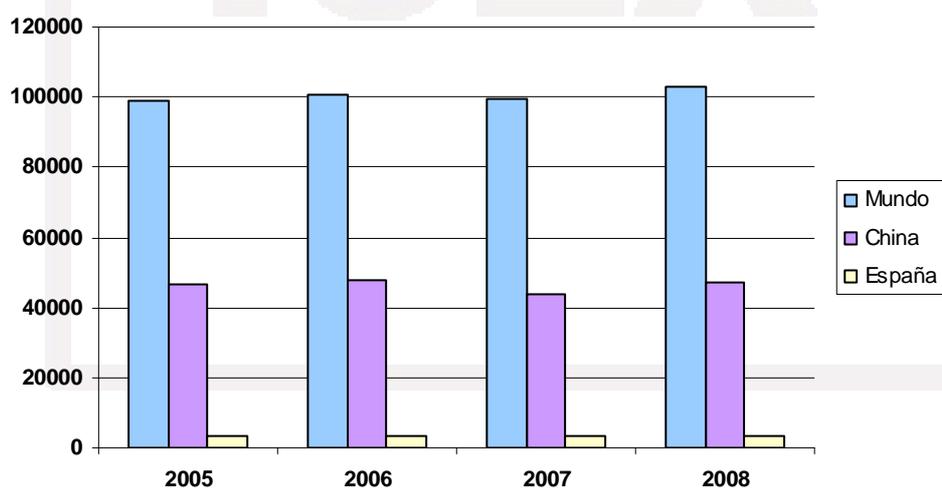
III. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño de la oferta

China es el mayor país productor y consumidor mundial de porcino. La producción china de este tipo de carne representó en 2008 el 48% de la producción mundial, según datos de la FAO. En 2008 la producción en China experimentó un crecimiento del 7,7% respecto al año anterior, llegando a 47,208,049 toneladas, cifra que con la crisis de 2007 había descendido algo más del 7%.

PRODUCCIÓN DE CARNE DE CERDO (MILES DE TONELADAS)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de FAOSTAT¹

Como muestra el gráfico, el incremento de la producción de la carne de cerdo en China, sigue una tendencia similar a la producción mundial. A pesar del bajo crecimiento actual,

¹ Los datos de 2009 aún no ha sido publicados por FAOSTAT a la hora de redactar este estudio.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

según el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), en 2009 se estima que la producción de cerdo en China haya crecido un 4 % respecto al año anterior y esto continúe en 2010 con un crecimiento del 5%.

CONSUMO APARENTE DE CARNE DE CERDO (1000 TM)

	2004	2005	2006	2007	2008	Cambio % 07-08
Producción	43410,02	45553,28	46504,53	42878,17	46205,02	7,76%
Importación	290,99	199,78	218,76	473,04	527,71	12%
Exportación	290,32	250,62	269,50	133,61	82,21	-38%
Consumo aparente	43410,69	45502,44	46453,79	43217,60	46650,52	7,94%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de National Statistics Bureau de la R.P China y World Trade Atlas

En el sector de cárnicos y más concretamente de carne de porcino, China juega un papel determinante como el principal productor mundial. Si comparamos las cifras de producción con las de importación y exportación, estas últimas tienen un menor peso e incluso han disminuido en los últimos años. Esta situación confirma que China destina la mayor parte de su producción al autoconsumo y no tiene un papel muy relevante como competidor mundial aunque con el aumento de la producción en 2010 se espera que aumenten las exportaciones en años sucesivos. Las importaciones han venido aumentando en los últimos años y se espera que esta tendencia continúe, por lo que existen oportunidades para los cárnicos procedentes de otros países en un futuro próximo en China.

Para hacer un análisis más preciso de la oferta de cárnicos de porcino en China, diferenciamos entre la oferta local y la oferta internacional. La razón principal para hacer esta división es la diferencia de precios entre la carne producida en China y la importada, y que hará que los principales factores de análisis no sean los mismos entre uno y otro tipo de carne. Prestaremos especial atención a la carne procedente de países con similitudes a España.

1.2. Oferta local. Producción china.

Los datos definitivos de producción de carne de cerdo de 2009 aún no están disponibles pero según USDA, durante 2009 se espera que la producción total de carne de cerdo en China se haya visto incrementada en un 5% respecto a los 46 millones de toneladas de 2008 y que este aumento continúe en 2010 mientras en el resto del mundo permanece estable.

Sin lugar a dudas, si comparamos la producción local por tipo de producto, la carne de cerdo es el principal producto producido y el que tiene un mayor peso en el sector cárnico chino. Aunque el volumen total de carne de cerdo sigue aumentando, el porcentaje de dicha carne respecto a la producción total ha disminuido levemente en los últimos años. A pesar de esta reducción gradual, la carne de cerdo sigue siendo la carne más consumida en China. La carne de cerdo representó en 2008 casi un 63,5 % del total, seguido por la carne de ternera y ovino que suponen el 8,4% y 5,2% respectivamente de la producción (según la FAO y el National Statistics Bureau).

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

PRODUCCIÓN TOTAL DE CARNE EN CHINA (1000TM)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Tenera	5424,50	5603,87	5680,99	5766,72	6134,09	6131,68
Cerdo	42386,41	43410,022	45553,28	46504,53	42878,169	46205,02
Ovino	3086,90	3329,23	3500,60	3638,37	3826,24	3803,50
Total de carne	64433,22	66087,22	69388,65	70890,41	68657,21	72787,42
Resto de carne	13535,41	13744,10	14653,79	14980,79	15818,71	16647,22
Participación del porcino respecto al total de carne (%)	65,78%	65,69%	65,65%	65,60%	62,45%	63,48%

Fuente: National Statistics Bureau

Las zonas productoras de carne de cerdo más importantes por volumen son Sichuan, Hunan, Henan, Shandong, Hubei, Guangdong (Cantón), Hebei, Yunnan, Guangxi y Liaoning . Las cantidades que en 2008 se produjeron en las principales provincias fueron las siguientes:

PRODUCCIÓN DE CARNE DE PORCINO POR PROVINCIAS (1000TM)

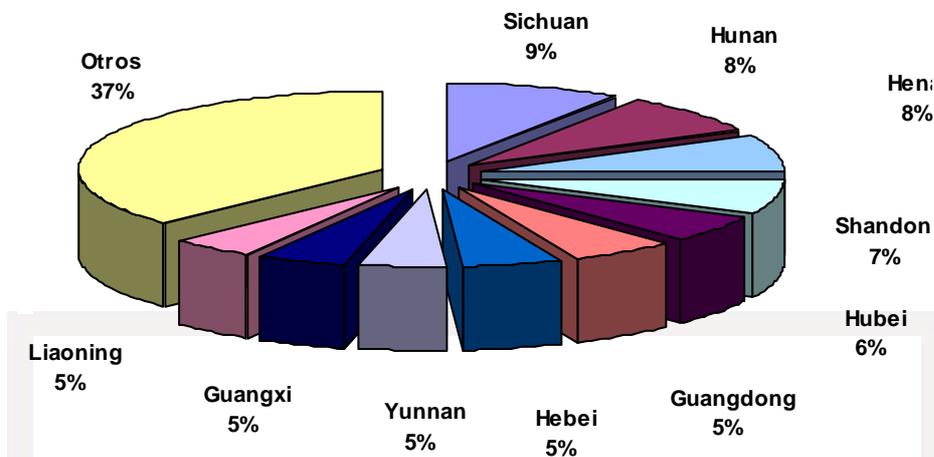
PROVINCIAS		2008
1	Sichuan	4362,4
2	Hunan	3702,3
3	Henan	3671,0
4	Shandong	3213,4
5	Hubei	2603,8
6	Guangdong	2539,6
7	Hebei	2457,8
8	Yunnan	2195,8
9	Guangxi	2183,6
10	Liaoning	2100
11	Otros	17175,0
Total		46205,02

Fuente: National Statistics Bureau

La producción está bastante distribuida entre provincias, formados estos núcleos de producción mayoritariamente por multitud de pequeños productores. El valor de "otros" incluye la producción de otras 21 provincias a lo largo de toda China.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

DISTRIBUCIÓN POR PROVINCIAS DE LA PRODUCCIÓN DE CARNE DE CERDO (2008)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de National Statistics Bureau

Según los datos de la China Meat Association, en 2008 había en China 1799 grandes mataderos y procesadoras de carne (entendiendo como grandes aquellos con ventas anuales superiores a los 5 millones RMB). Esta cifra disminuyó mucho desde el año 2006 debido a una concentración en el sector por la cual muchos mataderos, tanto grandes como pequeños, se cerraron o se fusionaron. Esto fue debido a la política del Gobierno de limitar el número de establecimientos para mejorar las condiciones sanitarias de la carne y la competitividad internacional.

Las principales empresas productoras chinas, como son el grupo Yurun y Shineway controlan todo el proceso productivo. Tienen su propio criadero de animales, y línea de procesado.

Estas grandes empresas poseen en la actualidad sistemas de producción que nada tienen que envidiar a empresas europeas, tanto para la producción de carne fresca como procesada, especialmente salchichas. Cuentan con tecnología en su mayoría importada de países como Alemania y Holanda. Más atención habría que prestar a las pequeñas empresas productoras que no pueden hacer frente a las inversiones en maquinaria y equipos de refrigeración importados, para que los medios productivos aseguren las mínimas medidas de control sanitario y de seguridad alimentaria.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

PRINCIPALES EMPRESAS CHINAS FABRICANTES DE CARNE DE PORCINO

Empresa	Origen	Cobertura Geográfica	Activos (RMB miles de millones)	Ingresos 2009 (RMB miles de millones)
Shuanghui Group (Shineway Group)	Henan	31 ciudades y provincias	7	40
LinYi Xincheng JinLuo Meat Products Co., Ltd.	Shandong	46 oficinas de ventas	5,5	22,2
China Yurun Group Co., Ltd	Jiangsu	Más de 100 filiales	3.9	37
Tangrenshen Group Company Limited	Hunan	45 subsidiarias	0,55	6
Delisi Group	Shandong	100 ciudades	1.22	6,37

Fuente: China Meat Association 2009

1.3. Oferta internacional. Importaciones

La presencia de carne importada en China, está condicionada a la firma de protocolos bilaterales de exportación de los países interesados en vender sus productos cárnicos a China.

Hasta el momento, los países autorizados por AQSIQ a exportar carne porcina mediante la firma de protocolos son: Estados Unidos, Canadá, Francia, Italia, Irlanda, Dinamarca y España, Alemania, Reino Unido, Holanda y Bélgica ya han firmado.

Cada país ha negociado diferentes protocolos que explicamos a continuación:

Estados Unidos: Actualmente y tras la aparición de casos de gripe A, se ha paralizado la exportación.

Francia: el protocolo fue firmado en el año 2000. El objeto del protocolo es la carne de cerdo para transformar, no incluyendo estómagos ni intestinos (excepto los utilizados como materia prima para embutidos). Actualmente está a la espera de la ampliación de los establecimientos autorizados para la exportación.

Italia: cuenta con dos protocolos diferentes. En ellos se contempla la exportación de porcino cocido y curado respectivamente, para jamón de Parma y jamón de San Danielle.

Dinamarca: tiene en vigor un protocolo para carne y subproductos (despojos), y otro para productos tratados térmicamente.

Irlanda: firmó su protocolo para la exportación de carne de cerdo en julio de 2006. En marzo de 2009 se paralizó la exportación porque se descubrieron dioxinas en la carne pero en junio se reanudó la exportación.

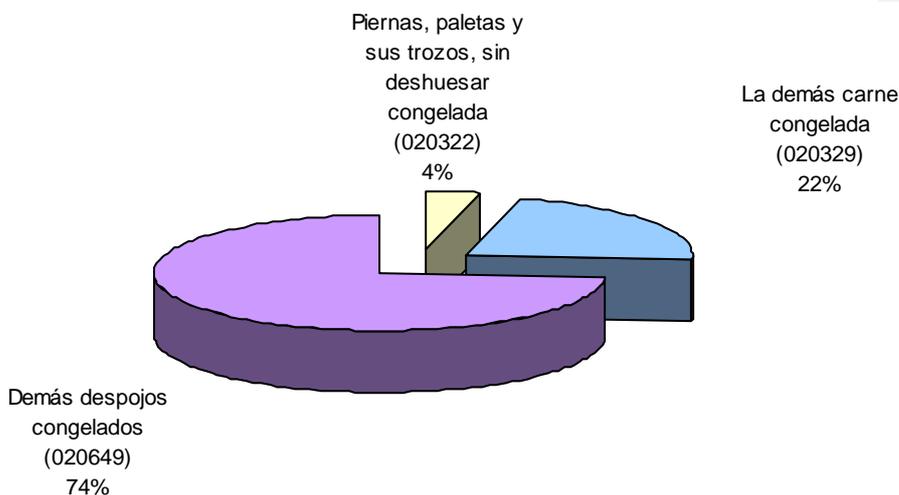
Otros países que están en diferentes fases en la negociación de dicho protocolo con las autoridades chinas (AQSIQ) son: Finlandia, Hungría, Eslovenia y Polonia.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

La situación de crisis descrita anteriormente en el sector de carne porcina en China, y la escasez de la misma provocó que AQSIQ agilizara las gestiones para el acceso al mercado de carne de cerdo, fresca o congelada; y no tanto curada y derivados. El proceso de negociaciones entre la parte española y china, se detalla en el apartado “Condiciones de acceso”. España es el único país que ha firmado un único protocolo para carne y productos curados.

Las importaciones más relevantes por tipo de producto, siempre considerando las partidas que hemos delimitado como objeto de estudio, en 2009 fueron:

IMPORTANCIA DE LAS IMPORTACIONES POR TIPO DE PRODUCTO (CARNE Y DESPOJOS) EN 2009



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del World Trade Atlas

La partida de despojos comestibles congelados (020649), en la que se engloban las partes blandas del cerdo (corazón, lengua, etc) es la más importada por China, y por tanto de gran interés para los países exportadores.

Las importaciones de la partida 020641, referente a hígados congelados, tienen una participación respecto al resto de productos casi despreciable, por lo que no aparece en el gráfico, ya que no representa ni el 0,001% de las mismas.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Se analizarán a continuación las **importaciones** de carne por partidas arancelarias por destino y su evolución en los últimos 5 años. En primer lugar se presentan las importaciones totales de carne y de despojos y más adelante se irá desglosando en detalle cada partida arancelaria.

IMPORTACIONES CHINAS DE CARNE PORCINO (0203) (MILLONES DE EUROS)

Países	2005	2006	2007	2008	2009	Cambio % 09/08
Mundo	23,2305	16,9786	87,3067	346,7368	97,9623	-71,75
Dinamarca	3,3174	0,5673	6,7923	48,1462	27,7318	-42,4
Canadá	15,6557	12,0895	19,5681	41,8765	24,3545	-41,84
Estados Unidos	3,8445	1,1379	48,7663	204,6851	17,8020	-91,3
España	0	0	0	0,1457	15,6093	10.611,21
Francia	0,3773	2,3467	11,6908	47,8889	11,6162	-75,74
Taiwan	0	0	0,3389	0,9753	0,8482	-13,03
China	0	0,8371	0	0	0	0
Bélgica	0,0006	0	0	0	0	0
Reino Unido	0	0	0	0	0	0
Alemania	0,0347	0	0	0,0148	0	-100
Hong Kong	0	0	0	0,0812	0	-100

Fuente: World Trade Atlas

En cuanto a cifras de importación de carne porcina tanto fresca como congelada (excluyendo los despojos), los principales países competidores en este mercado son Dinamarca con una participación de las importaciones totales del 28% en 2009, y Canadá, con una participación del 25%. Las importaciones chinas de carne de cerdo venían disminuyendo progresivamente desde 2003 hasta alcanzar mínimos históricos en 2006. Sin embargo a partir de 2007 se recuperan, llegando a casi 347 millones de euros en 2008 como respuesta a la escasez de carne nacional, debido a la crisis de 2007. En 2009 las importaciones se reducen un 71,75% debido a la recuperación de la cabaña porcina china. Cabe destacar que las importaciones procedentes de España comienzan tímidamente en 2008 tras la firma, a finales de 2007, del protocolo para la importación de porcino. En 2009, las importaciones españolas se regularizan, experimentando un incremento en valor de 10.611,21% por lo que la importación española a China comienza a consolidarse, alcanzando el 15,93% del total de las exportaciones.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

IMPORTACIONES CHINAS DE DESPOJOS (0206) (MILLONES DE EUROS)

Países	2005	2006	2007	2008	2009	Cambio % 09/08
Mundo	128,8753	113,7811	257,9426	385,4218	282,9062	-26,6
Dinamarca	30,3077	9,4097	47,6319	129,0302	111,4812	-13,6
Canadá	19,7399	14,4037	19,3761	33,2037	66,7485	101,03
Estados Unidos	51,4289	37,1747	59,0501	86,2772	43,9760	-49,03
Francia	15,8595	44,4986	119,0353	122,0286	39,2552	-67,83
España	0,0000	0,0122	0,0287	0,0000	13,2618	100
Australia	3,6532	3,9522	3,9678	4,1048	4,9578	20,78
Nueva Zelanda	2,1316	1,6308	1,6349	1,9027	1,6919	-11,08
Uruguay	1,9315	0,9242	3,8638	0,4834	1,3569	180,67
Alemania	0,0961	0,3443	1,1179	0,0645	0,1089	69,01
Brasil	3,0782	0,3245	0,0391	0,1011	0,0680	-32,75

Fuente: World Trade Atlas

Respecto a las cifras de importaciones chinas de despojos, es importante estudiar los valores de la partida 0206 aunque en esta se incluyan también despojos de animales de la especie bovina, ovina o caprina, ya que lo que España exporta a China de éstos despojos son despojos de porcino.

Cabe destacar en el caso de los despojos, que las importaciones han ido aumentando significativamente desde 2006 hasta llegar a los 385 millones de euros de 2007, cuando la escasez nacional hizo que aumentasen 128 millones de euros. En 2009 la cifra global de importaciones de despojos cae un 26%, debido como en los demás casos de la recuperación de la cabaña porcina tras la crisis de 2007.

En esta partida Dinamarca es también el principal país exportador, alcanzando un volumen de 111 millones de euros en 2009, el 39% del total de las importaciones. Canadá, Estados Unidos y Francia también están por delante de España. Aún así, la cifra de 13 millones de euros de España, que supone el 4,68% del total, es muy importante, ya que en 2008 no había habido exportaciones y en los años anteriores estas eran poco significativas.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

IMPORTACIONES DE TRIPAS DE ANIMALES (0504) MILLONES DE EUROS

Países	2005	2006	2007	2008	2009	Cambio % 09/08
Mundo	72,7660	53,1555	78,4224	93,6877	118,4283	20,81
Estados Unidos	28,4163	17,4063	33,7897	36,3949	42,4933	12,65
Países Bajos	8,1460	4,5854	4,8766	18,9273	34,1421	72,94
Australia	8,3221	5,1678	8,0103	8,0438	11,0304	30,95
España	0,0000	1,6194	3,3024	7,6643	9,2014	15,08
Nueva Zelanda	10,5937	7,7939	8,2671	7,3731	8,6694	6,61
Polonia	0,8315	3,6626	3,7054	3,4853	3,3615	-7,99
Dinamarca	5,7702	2,1471	2,6983	2,5256	2,3789	-10,6
Francia	2,2931	5,3783	7,8699	3,4246	2,1489	-40,46
Canadá	3,2896	2,0974	3,1809	1,6433	1,7051	-2,55
Bélgica	0,7020	0,3003	0,3034	1,9870	1,5086	-27,72
Suiza	0,0087	0,4058	0,8593	1,0581	0,6269	-43,05

Fuente: World Trade Atlas

Es importante incluir además las importaciones de tripas de animales aunque no estén reguladas por el protocolo para la importación de porcino a China. Esta partida incluye tripas de otros animales además de porcino (bovino, equino...) pero la mayor parte de lo que aquí se recoge son tripas de porcino para embutir.

Estas aumentan progresivamente desde 2006 y no disminuyeron ni siquiera en 2009 como el resto de partidas, cuyas importaciones cayeron tras la recuperación de la cabaña porcina en China. En 2009, las importaciones chinas de tripas aumentaron un 20,81% y el principal país exportador a China de tripas fue Estados Unidos cuyas importaciones supusieron un 35% del total. Las exportaciones de Dinamarca sin embargo, principal fuente de carne de porcino y despojos en China, no fueron muy significativas.

Las importaciones de esta partida son muy importantes para España, supusieron 9 millones de euros según esta estadística de aduanas chinas, pero la cifra alcanza los 22,6 millones de euros si observamos las estadísticas de aduanas españolas, como veremos en el apartado 1.4 Comparación de los datos de exportación de aduanas españolas e importación de aduanas chinas (página 24)

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Carne de porcino fresca o refrigerada

Las importaciones de la partida 020312, “piernas, paletas y sus trozos sin deshuesar” refrigeradas y 020319, “las demás partes frescas o refrigeradas” son inexistentes en 2009. Estos datos se justifican por la necesidad de que la carne importada sea congelada, ya que los plazos de transporte desde países como EEUU o los europeos descartan cualquier otra opción. En los últimos años las importaciones son escasas. De la partida 020312 sólo se han registrado 112.823 kilos procedentes de Estados Unidos en 2007 y de la partida 020319 sólo se importaron 40 kilos en 2007 también desde Estados Unidos.

Carne de porcino congelada

IMPORTACIONES CHINAS DE PIERNAS, PALETAS Y SUS TROZOS CONGELADOS SIN DESHUESAR (020322) (MILLONES DE EUROS)

Países	2005	2006	2007	2008	2009	Cambio % 09/08
Mundo	13,0198	9,9289	55,1907	148,3303	14,4205	-90,28
Canadá	12,0573	9,7685	12,4272	21,9120	9,7832	-55,35
Estados Unidos	0,9229	0,1455	42,1682	123,2742	3,4082	-97,24
Francia	0,0012	0,0149	0,4747	2,5689	0,8261	-67,84
Dinamarca	0,0383	0	0,1205	0,5750	0,3355	-41,65
España	0	0	0	0	0,0673	0

Fuente: World Trade Atlas

Respecto a las importaciones de la partida “piernas, paletas y sus trozos congelados sin deshuesar” congelados, Canadá es el principal suministrador y supone el 68% de las mismas. Éstas se han reducido en más de 130 millones de euros durante 2009, y cada vez son menos los países desde los que China importa. En 2009, dichas importaciones bajaron un 90% respecto al año anterior y las procedentes de España fueron poco significativas.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

IMPORTACIONES CHINAS DE LAS DEMÁS CARNES CONGELADAS (020329) (MILLONES DE EUROS)

Países	2005	2006	2007	2008	2009	%Cambio 09/08
Mundo	10,2098	7,0497	31,7724	198,0864	83,5416	-57,83
Dinamarca	3,2791	0,5673	6,6714	47,5712	27,3964	-42,41
España	0	0	0	0,1457	15,5420	10564,99
Canadá	3,5984	2,3209	7,0514	19,9644	14,5712	-27,01
Estados Unidos	2,9207	0,9924	6,5298	81,4108	14,3935	-82,32
Francia	0,3761	2,3317	11,0306	44,9998	10,7901	-76,02
Taiwan	0	0	0,3389	0,9753	0,8482	-13,03
China	0	0,8371	0	0	0	0
Bélgica	0,0006	0	0	0	0	0
Reino Unido	0	0	0	0	0	0
Alemania	0,0347	0	0	0,0148	0	-100
Hong Kong	0	0	0	0,0812	0	-100

Fuente: World Trade Atlas

Las importaciones chinas de las demás carnes de porcino congeladas proceden principalmente de Dinamarca, con un 33% y también desde 2008 de España, con un 19%. Durante 2009 las importaciones totales se reducen casi en un 60% respecto al año anterior, quedando en 83,54 millones de euros.

Despojos comestibles

IMPORTACIONES CHINAS DE OTROS DESPOJOS CONGELADOS (020649) (MILLONES DE EUROS)

Países	2005	2006	2007	2008	2009	% Cambio 09/08
Mundo	117,5879	106,3020	247,7094	375,5715	274,8069	-26,83
Dinamarca	30,3077	9,3225	47,6065	128,7461	111,4812	-13,41
Canadá	19,7399	14,4037	19,0702	32,5978	66,7238	104,69
Estados Unidos	51,3906	36,9283	58,6705	84,4792	43,9760	-47,94
Francia	15,8595	44,4984	119,0353	121,5523	39,2552	-67,71
España	0	0,0121	0,0286	0	13,2617	100
Alemania	0,0960	0,3443	1,1179	0,0644	0,1089	69,01
Reino Unido	0	0	0	0	0	0
Irlanda	0,1939	0,2740	1,3945	7,9091	0	-100
Italia	0	0	0,0341	0	0	0
Países Bajos	0	0,3107	0,3908	0	0	0
Hong Kong	0	0	0,0443	0,1610	0	-100

Fuente: World Trade Atlas

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

El valor de las importaciones de esta partida alcanza los casi 275 millones de euros, cifra muy superior a la de las importaciones de carne (97 millones de euros). Teniendo en cuenta que el precio por kilo de los despojos es muy inferior al de la carne, el volumen de las importaciones es también mucho mayor.

Los principales proveedores de los demás despojos congelados a China son Dinamarca, Canadá y Estados Unidos. Entre los tres acumulan el 80% de las importaciones. Cabe destacar el aumento de las importaciones desde Canadá, que supone un 104% más en 2009 y la bajada de Francia y Estados Unidos, que eran los principales exportadores de este producto en 2006. Las exportaciones desde España suponen algo más de 13 millones de euros en 2009, experimentando un considerable aumento en relación con años anteriores.

1.4. Comparación de los datos de exportación de aduanas españolas e importación de aduanas chinas.

EXPORTACIONES DE ESPAÑA A CHINA (MILLONES DE EUROS)

Producto	2009
Carne porcino (0203)	5.333.463
Despojos (0206)	1.438.400
Tripas de animales (0504)	22.638.639,18

Fuente: Datacomex

IMPORTACIONES CHINAS DE ESPAÑA (MILLONES DE EUROS)

Producto	2009
Carne porcino (0203)	15.609.300
Despojos (0206)	13.261.800
Tripas animales (0504)	9.201.400

Fuente: World Trade Atlas

Al estudiar comparativamente los datos de las aduanas de diferentes organismos y países suele haber algunas discordancias, pero en este caso las diferencias son muy llamativas.

Al observar la partida 0504, según los datos de las aduanas españolas, las exportaciones alcanzan los 22,6 millones de euros, mientras que según la aduana china sólo suponen 9 millones. Esto se debe a que parte de las tripas para embutir que España exporta dentro de la partida 0504 entran en China como despojos de la partida 0206. La diferencia que persiste se debe a las reexportaciones desde Hong Kong.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Situación de los precios del sector porcino en China

En 2007, los precios de la carne de cerdo experimentaron una subida espectacular debida principalmente al Síndrome Respiratorio y Reproductivo Porcino (PRRS), conocido también como oreja azul, de gran repercusión mundial.

El precio medio de carne de cerdo aumentó un 48% desde enero a agosto de 2007 respecto al mismo periodo de 2006, mientras que en julio y agosto de 2007 se incrementaron un 86 y 87 % respecto a los mismos meses en 2006. Hasta ese momento los precios de cerdo se habían mantenido más o menos constantes, exceptuando una subida en el tercer trimestre de 2003, causada en ese caso por la combinación de una fiebre que afectó a los cerdos y un brote de SARS (Síndrome Agudo Respiratorio Severo), así como a los altos costes de las materias primas. En ese caso alcanzó casi los 3USD/Kg, pero se controló rápidamente volviendo a niveles de 1.5USD/Kg a finales del mismo año.

En 2004 y debido a la gripe aviar (HPAI, Pathogenic avian influenza), la industria de la carne de cerdo atrajo a los consumidores que dejaron de comprar carne de ave, sustituyéndola por cerdo. Este incremento de demanda incentivó una mayor producción, provocando entonces un incremento en el stock de cerdos que llegó hasta los 685.4 millones de cabezas. Este exceso de oferta provocó una caída en los precios desde septiembre de 2005 hasta el mismo mes del 2006. Durante el periodo de bajos precios de 2006 debido al exceso de oferta y a la fiebre porcina, se aceleraron los sacrificios de cerdos hembras y machos, y fueron vendidos a bajo coste. Los inventarios se redujeron y una vez controlada la enfermedad porcina el consumo volvió a ascender en octubre de 2006. Los lentos sacrificios y la fuerte demanda provocada por las vacaciones de octubre de 2006 y las del año Nuevo Chino en febrero de 2007 motivaron la subida de precios que se mantuvo durante 2007.

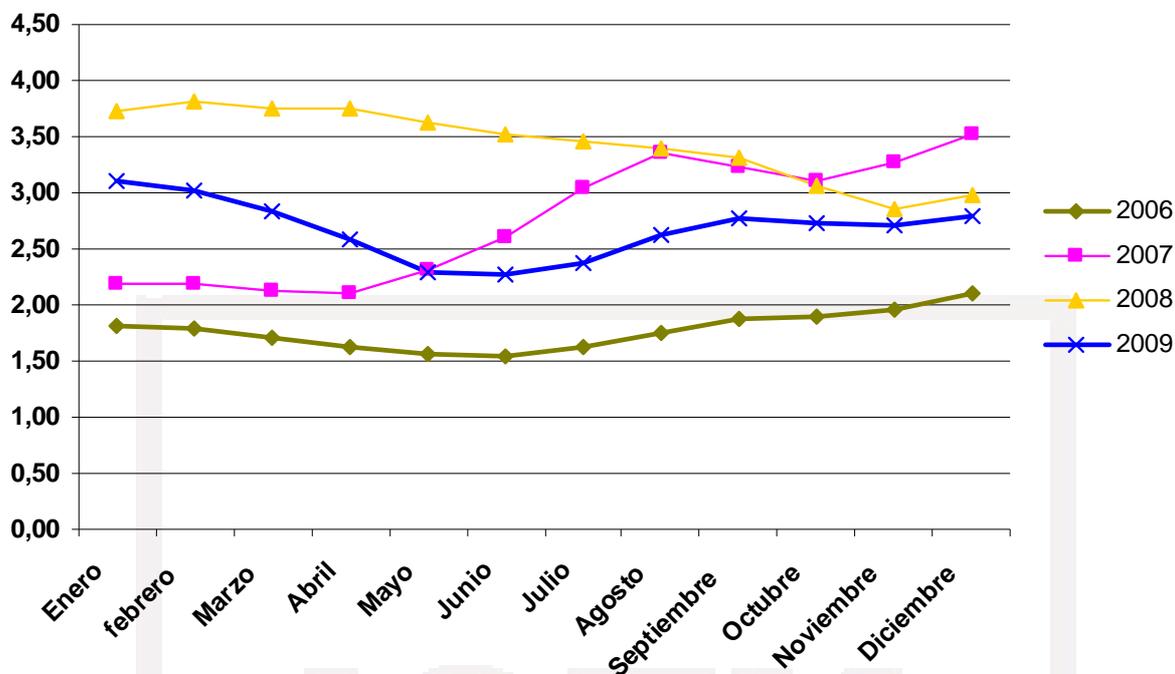
Durante 2008 el precio de la carne de cerdo alcanzó los precios más altos de los últimos años. Esto se debió a la reducción de la cabaña porcina provocada por los desastres naturales ocurridos durante ese año (tormentas de hielo en el sur de China, el terremoto de Sichuan) Sin embargo, las ayudas del gobierno y la obtención de buenas cosechas de grano, combinada con la progresiva desaparición de los casos de PRRS, hicieron que durante este año se consiguieran reducir los precios de la carne.

Aún así, mientras los precios del maíz y de otros productos usados en la alimentación de los cerdos fueron un 20% inferiores en 2008 respecto al mismo periodo de 2007, los precios de la carne sólo disminuyeron un 10%. Hay que tener en cuenta que la alimentación del cerdo representa casi más de la mitad del coste de la producción de este animal en las grandes granjas y más de la mitad en las pequeñas.

La bajada de los precios continuó durante 2009 y durante los primeros seis meses fueron un 28% más bajos que en el mismo periodo de 2008, a pesar de que la producción de grano disminuyó debido a la fuerte sequía. A finales de año el gobierno estableció medidas para evitar que los precios del grano continuasen subiendo debido a la baja producción y en enero de 2010 fijó el precio del maíz igual que el año anterior. Según el USDA, en 2010, superados los desastres naturales y con los precios de la alimentación estables debido a las medidas gubernamentales, la producción local continuará aumentando y los precios se reducirán, por lo que bajarán también las importaciones.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

PRECIOS MAYORISTAS DE CARNE DE CERDO EN CHINA (USD/KG) 1\$=RMB6.83



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Ministerio de Agricultura chino (MOA)

2.2. Crisis del sector porcino

2.2.1 Síndrome respiratorio y reproductivo porcino (PRRS)

El PRRS, también conocida como “oreja azul”, es una enfermedad infecciosa que se caracteriza por provocar un desorden reproductivo, nacimientos prematuros, abortos y partos donde el animal nace muerto, así como problemas respiratorios en los cochinitos.

El brote de esta enfermedad comenzó en la provincia de Jiangxi al este de China, y rápidamente se extendió a otras muchas provincias.

Según el Ministerio de Agricultura chino (MOA), desde el 1 de Enero al 19 de Agosto de 2007, la PRRS se había detectado en 33 provincias en 826 localizaciones con 257000 casos, 68000 muertes y 175000 sacrificios selectivos. Una vez infectado el animal, según USDA, el ratio de mortandad es del 100% y del 56 % respectivamente para cochinitos y cerdos de 80 días de engorde, mientras que para los abortos de las cerdas es sobre el 30%. Los efectos son aún más difíciles de erradicar debido a la baja calidad en la alimentación, el débil apoyo veterinario y la mano de obra poco cualificada en la mayoría de las granjas.

La crisis de la oreja azul tuvo un gran impacto en la producción de la carne de cerdo en China en 2007, disminuyendo ésta en un 7'8% y aumentando las importaciones un 120%,

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

hasta llegar a 473.040 Tm. Esto se debió a que el consumo no disminuyó tanto como la producción porque el cerdo es la carne básica en la dieta china.

2.2.2 Terremoto de Sichuan

En mayo de 2008 la provincia de Sichuan fue afectada por un terremoto de intensidad 8 grados en la escala Richter. Aunque el epicentro no coincidió con las mayores zonas productoras de porcino, algunas áreas importantes fueron dañadas y se perdieron casi 5 millones de cabezas. En la provincia de Sichuan es donde se concentra la mayor producción de cerdo en China, llegando a alcanzar el 12% del total. El terremoto se unió a las enfermedades de los últimos años y a las tormentas de nieve a principios de 2008, con lo que el impacto negativo en la producción fue mayor. A pesar de esto, como ya se comentó, los precios no subieron como se esperaba gracias a las ayudas del gobierno y a las buenas cosechas de grano, y se consiguieron reducir desde mediados de 2008.

2.3. Medidas del Gobierno R.P. China

Ante la crisis del porcino de 2007, el Gobierno reaccionó con la creación de leyes y medidas preventivas y de apoyo al sector, para que se recuperase lo antes posible de la crisis en la que se encontraba.

Tras la salida a la luz de casos de irregularidades en el sistema productivo chino y de los controles de seguridad en la producción en el sector de la alimentación en China, el Gobierno, mediante, su organismo competente, AQSIQ, tomó medidas a través del **11º Plan Quinquenal** (2006-2010) para la regulación y control de las empresas chinas, prestando una especial atención al sector cárnico. Este plan tiene entre sus principales objetivos:

- Centrar la atención en el impulso y desarrollo de la industria alimentaria.
- Regular la producción y las operaciones comerciales de la ganadería china.
- Asegurar la calidad y la seguridad de la producción ganadera, mediante la promulgación de estándares para la normalización del sector.
- Prestar especial atención a la carne refrigerada y procesada, y al desarrollo de las empresas tradicionales chinas elaboradoras de carne.
- Instalar y mejorar el proceso de certificación del sector de alimentación, desde la granja hasta el consumidor final para perfeccionar el sistema de certificación y acreditación de la industria.

Para hacer frente a la crisis en el sector de la carne de cerdo, se tomaron medidas específicas para ayudar y apoyar a uno de los sectores más importantes para la industria alimentaria china:

- **Medidas sobre la Administración de las Reservas Estatales de Carne:** el 13 de Agosto de 2007, el Ministerio de Comercio (MOFCOM) y el Ministerio de Finanzas

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

(MOF) anunciaron la creación de estas medidas que empezaron a ser efectivas el 15 de septiembre de 2007. Esta fue la primera vez que China ha elaborado una regulación en esta materia en los últimos años. En el futuro, las reservas estatales se podrán utilizar para suavizar los altos precios de la carne, desastres naturales, accidentes, crisis de salud pública u otros acontecimientos de fuerza mayor. Las reservas son tanto de animales vivos (para cerdos con un peso superior a 60 kilos) como de carne. Ambas, en el caso del cerdo, se renuevan cada 4 meses, respecto a los 8 meses para el resto de carnes. Las reservas estatales empezaron en 1979 principalmente para carne congelada de cerdo, aunque cada vez más y debido al cambio en el nivel de vida, los consumidores prefieren carne fresca frente a la congelada, por lo que las reservas de carne congelada han sido gradualmente sustituidas por reservas de animales vivos. Las reservas de carne congelada estimadas por el gobierno desde 2004 son de 600.000 toneladas (Anteriormente estaban alrededor de 150000 toneladas al año) Sin embargo, en 2009 las reservas de carne congelada se redujeron hasta 120.000 toneladas. Los motivos de esta reducción son por un lado controlar los precios, que habían bajado durante este año debido al exceso de oferta, y por otro el aumento de las reservas de cerdos vivos, que responde a que la población cada vez demanda productos de mayor calidad.

- **Animal Disease Quarantine Law:** esta nueva ley de cuarentena animal fue anunciada el 30 de agosto de 2007, y entró en vigor a partir del 1 de enero de 2008. El objetivo de estas medidas es que los ganaderos sean más conscientes en la erradicación de enfermedades animales rápidamente para evitar pérdidas económicas y animar así al control de enfermedades animales con importantes consecuencias para la economía del país.
- **Subvenciones:** esta política de subvenciones fue anunciada por el MOF en junio de 2007. La subvención inicial fue de 6.5 miles de millones de RMB², de los que 38 millones RMB fueron invertidos por el gobierno central y el resto por los gobiernos locales. Estas grandes cifras se tradujeron en 50 RMB por cerdo hembra producida y año en 2007 y alcanzaron los 100 RMB a mediados de 2009, justo antes de desaparecer en la mayoría de las regiones productoras. Las subvenciones también incluyen una cuota de seguro por animal producido de 60 RMB por un seguro por valor de 1,000 RMB. De estos 60 RMB, los ganaderos sólo pagan 12 RMB y el gobierno el resto. Aunque los beneficiarios de esta política opinan que esta ayuda es muy reducida, y que el seguro es muy complicado de obtener y no cubre a lechones y cerdos en edad de engorde, éste continuará durante 2010.
- **New Corporate Income Law:** en diciembre de 2007 se promulgó una nueva ley tributaria para las sociedades que entró en vigor en 2008. Esta regulación declaraba exentas del 25% de impuestos a aquellas empresas dedicadas a la cría de animales o procesado primario de carne. Esta nueva ley atrajo nuevas inversiones tanto chinas como extranjeras y surgieron empresas a través de joint ventures. Estas nuevas empresas comenzaron a obtener beneficios en 2009 ya que se necesitan al menos dos años para comenzar la producción.

² RMB 1= 0.119422 EUR (17 mayo 2010) Ver actualizaciones en www.xe.com

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

- **Intervención en los precios:** en febrero de 2008, tras la tormenta de hielo que azotó el centro y sur de China y causó interrupciones en los canales de distribución el gobierno fijó los precios máximos de la carne para evitar que se disparara. También de junio a diciembre de 2008, redujo del 12 al 6% los aranceles a la importación de carne de cerdo congelada para reducir la tendencia al alza de los precios.

2.4. Obstáculos comerciales

La apertura de este sector al exterior viene determinada por los acuerdos bilaterales entre países. La firma de protocolos constituye el mayor obstáculo a la comercialización de porcino en China.

Tras la firma del protocolo de España y China, las cláusulas de este acuerdo son las que determinan las condiciones en las que los productos de cerdo congelado y productos curados españoles entran en China.

2.4.1 Normas técnicas de fabricación y homologación de mataderos internacionales.

De acuerdo con el protocolo, los mataderos españoles, al igual que ha ocurrido con los de otros países, deben ser homologados por expertos chinos y autorizados para ser un matadero susceptible de exportar a China. Tal y como establece el protocolo:

Los mataderos y las salas de procesado de carne de cerdo y productos curados de cerdo para la exportación a la República Popular de China, deberán cumplir con los requisitos de salud veterinaria y de salud pública de China y las leyes y reglamentos europeos.

El registro se realiza de acuerdo con el Reglamento para la Administración de Registro de Extranjeros de Alimentos Establecimientos destinados a ser importados por la Administración de Certificación y Acreditación de la República Popular de China (CNCA). Los productos del porcino de establecimientos que no cuenten con este registro de la CNCA no podrán ser exportados a la República Popular de China.

La carne fresca de cerdo usada para los productos curados destinados a la exportación a la República Popular de China debe venir de los mataderos y plantas de transformación aprobadas por parte de China. La carne de cerdo y los productos de carne de cerdo curada destinados a la exportación a la República Popular de China se mantendrá separada del resto de la producción en el almacén frigorífico.

2.4.2 Conservación y transporte

En el caso de España, explicamos en el apartado “Condiciones de Acceso”, las cláusulas que el protocolo regula sobre el transporte y condiciones técnicas que deben cumplir los cárnicos españoles para entrar en territorio chino.

2.4.2 Aranceles

Como en todos los países, en China existen dos tipos de aranceles aplicables a todos los países: uno general (GEN) y otro preferencial (MFN) con países con los que China tiene

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

suscritos acuerdos comerciales. A España, como miembro de la OMC, se le aplica el arancel de la nación más favorecida (MFN), al igual que al resto de principales países competidores de productos cárnicos. Los derechos arancelarios se aplican sobre el valor CIF de las mercancías.

Además, los productos importados están gravados por el VAT o Impuesto sobre el Valor Añadido, que en el caso de los productos cárnicos es del 13%.

Código ³	Definición del Producto	Arancel	
		MFN	GEN
Fresca o Refrigerada 020311 020312 020319	En canales o medias canales Piernas, paletas, y sus trozos, sin deshuesar Las demás	20 %	70%
Congelada 0203 21 0203 22 0203 29	En canales o medias canales Piernas, paletas, y sus trozos, sin deshuesar Las demás	12 %	

0206 30	Despojos de la especie porcina, frescos o refrigerados	20 %	70%
Congelados 0206 41 0206 49	Hígados	20%	
	Los demás	12%	

En la web de Market Access Database (<http://mkacddb.eu.int/mkacddb2/indexPubli.htm>), podrá consultar las actualizaciones de aranceles.

³ [0203](#) Carne de animales de la especie porcina, fresca, refrigerada o congelada.

[0206](#) Despojos comestibles de animales de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballar, asnal o mular, frescos, refrigerados o congelados.

IV. CHINA COMO COMPETIDOR MUNDIAL

1. EXPORTACIONES CHINAS

China fue el cuarto mayor exportador mundial de carne de cerdo en 2009 tras la UE-27, Canadá y Brasil. Los principales mercados de destino son Hong Kong y Corea del Norte.

Aunque China es el mayor productor de carne de cerdo del mundo, no juega un significativo papel como exportador de carne de cerdo. Las exportaciones suponen tan sólo un 0,5% del total de su producción. Algunas de las razones de que las exportaciones chinas sean tan reducidas son:

- Muchas de las plantas productoras locales no están interesadas en exportar debido a que la demanda local y los precios son buenos.
- Los casos de enfermedades animales como la Blue Ear Disease, han ayudado a que las exportaciones chinas no sean las más demandadas desde el exterior.
- Además, AQSIQ aparentemente es más estricta con las inspecciones y los requisitos que debe cumplir el sistema de producción si la producción obtenida o parte de ella está destinada a ser exportada. Todos los productos alimenticios que van a ser exportados deben ser inspeccionados y marcados con el sello “QS” (Quality Safety) literalmente calidad, seguridad), por AQSIQ antes del embarco de la mercancía. Esta práctica también está motivada por las denuncias de países de la Unión Europea que han detectado carne ilegal exportada a su país o de tránsito en sus países procedentes de China. MOFCOM (Ministerio de Comercio de la R.P. China) AQSIQ y sus delegaciones locales (China’s General Custom Administration) actúan conjuntamente para parar estas exportaciones ilegales.
- La apreciación gradual del RMB frente al US dólar que venía produciéndose desde 2005 se detuvo en el segundo semestre de 2008, y desde entonces se ha mantenido en torno a 6,84RMB/1\$, estabilidad que favorece al sector exportador. Sin embargo, el euro no deja de perder valor frente al yuan, lo que perjudica las exportaciones chinas.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Por partida arancelaria, los principales destinos de las exportaciones chinas son:

Carne de porcino fresca o refrigerada

Este tipo de carne se ha destinado a países cercanos como Corea del Norte, pero desde 2003 sólo en 2008 hubo exportaciones de la partida 020311 “carne de cerdo fresca en canales o medias canales” con destino a Mongolia.

EXPORTACIONES CHINAS DE CARNE FRESCA O REFRIGERADA EN CANALES O MEDIAS CANALES (020311)

Países	2008	
	Millones de euros	KG
Mundo	0,0308	18.000
Mongolia	0,0308	18.000

Fuente: World Trade Atlas

En cuanto a la partida 020312 “piernas, paletas, y sus trozos, sin deshuesar frescos o refrigerados” no ha habido ninguna exportación desde 2006.

EXPORTACIONES CHINAS DEL RESTO DE CARNE DE PORCINO REFRIGERADA (020319) (MILLONES DE EUROS)

Países	2007		2008		2009	
	Millones de euros	Kilos	Millones de euros	Kilos	Millones de euros	Kilos
Mundo	18,1519	9.267.732	33,2929	13.686.229	36,5444	16.659.479
Hong Kong	17,6293	9.002.649	32,3487	13.307.134	35,6204	16.238.273
Macao	0,5226	265.083	0,9442	379.095	0,9239	421.206

En años anteriores al 2003, Rusia era uno de los principales importadores de carne china, pero con la implementación del sistema de cuotas a la importación de carne por el gobierno ruso las importaciones cayeron drásticamente y en la actualidad no importa desde China. Sin embargo, a partir de 2006 Hong Kong se ha convertido en el principal y casi único destino de las exportaciones chinas, tanto en cantidad como en valor, alcanzando la cifra de 35 millones de euros en 2009. Macao también importa carne de China, pero en unas cantidades mucho menores.

Hong Kong y Macao abrieron su mercado al cerdo fresco en agosto y noviembre de 2006 respectivamente. No cabe pensar en la exportación de carne fresca china si no es a zonas cercanas como son Hong Kong y Macao, debido a lo perecedero del producto.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Carne de porcino congelada

EXPORTACIONES CHINAS EN CANALES O MEDIAS CANALES CONGELADAS (020321) (MILLONES DE EUROS)

Países	2005	2006	2007	2008	2009	% Cambio 09/08
Mundo	28,7874	26,7986	21,2221	24,1959	22,3047	-7,82
Hong Kong	22,5348	22,7608	18,6681	20,0719	20,1364	0,32
Singapur	3,3578	3,2308	2,0225	4,1154	2,0991	-48,99
Angola	0	0	0	0	0,0608	0
Mongolia	0	0	0,0340	0	0,0082	0
Corea del Norte	0,9323	0,0187	0,4621	0	0	0

Fuente: World Trade Atlas

Las exportaciones chinas de la partida 020321 suponen más de 22 millones de euros aunque en los últimos 5 años han ido disminuyendo, con una caída del 7'82% en el último año. Hong Kong acumula el 90% del total de las importaciones, seguido por Singapur, cuyas importaciones de carne china han caído casi un 50% en 2009.

EXPORTACIONES CHINAS DE PIERNAS, PALETAS, Y SUS TROZOS, CONGELADAS SIN DESHUESAR (020322) (MILLONES DE EUROS)

Países	2005	2006	2007	2008	2009	% Cambio 09/08
Mundo	0,0036	0,0898	0,0033	0,0101	0,0283	179,96
Vietnam	0	0	0	0	0,0226	0
Hong Kong	0,0032	0,0887	0,0033	0,0101	0,0056	-44,37
Japón	0,0001	0	0	0	0	0
Macao	0	0,0010	0	0	0	0
Emiratos Árabes Unidos	0,0002	0	0	0	0	0

Fuente: World Trade Atlas

El valor total de las exportaciones de esta partida no es muy significativo pero la tendencia es creciente. Vietnam fue en 2009 el principal destino de las exportaciones, superando a Hong Kong que lo había sido durante los últimos 4 años.

En el caso de Japón, redujo las importaciones chinas debido al alto nivel de stock de sus propios cerdos.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

EXPORTACIONES CHINAS DE LAS DEMÁS CARNES CONGELADAS DESHUESADAS (020329) (MILLONES DE EUROS)

Países	2005	2006	2007	2008	2009	Cambio % 09/08
Mundo	296,0804	287,7404	168,0603	131,8586	130,3916	-1,11
Hong Kong	94,9189	99,1832	89,5992	93,8924	96,2627	2,52
Kyrgyztan	0,9922	18,5443	16,1534	18,4537	19,5818	6,11
Macao	5,8936	6,5984	5,8941	7,0618	7,1482	1,22
Singapur	13,2163	6,2309	1,8636	0,5695	3,2753	475,11
Albania	7,8612	7,2760	5,8724	0,6478	2,0206	211,91
Ucrania	6,0382	0,7653	0	0	0,7856	0,00
Angola	0,0962	2,5714	0,3210	0	0,3464	0,00
Brunei Darussalam	0,4223	0,2550	0,2421	0,1572	0,2449	55,78
Armenia	1,4348	0,6555	0,4303	0,6103	0,2303	-62,25
Turquía	0,0649	0,1513	0,1515	0,1010	0,2023	100,15
Tajikistán	0	0,3220	0	0,0765	0,1173	53,29

Fuente: World Trade Atlas

Sin duda, ésta es la carne de cerdo más exportada de China al mundo con algo más de 130 millones de euros. Sin embargo, la tendencia es decreciente, ya que ha descendido en más de 160 millones de euros en los últimos 5 años. Hong Kong es aquí el principal destino de las exportaciones, ya que un 73% de las mismas se dirigen allí.

Hong Kong sigue estando en este tipo de producto a la cabeza de los receptores de exportaciones chinas, Kyrgyztan, Macao y Singapur. Entre los 4 países, reciben casi el 97% de las exportaciones chinas.

Despojos

Desde 2002, no se ha producido ninguna exportación de despojos frescos, por lo que analizamos en este apartado los despojos congelados.

EXPORTACIONES CHINAS DE HÍGADOS CONGELADOS (020641) (MILLONES DE EUROS)

Países	2005	2006	2007	2008	2009	% Cambio 09/08
Mundo	0,2363	0,3995	0,0245	0,0119	0	-100
Hong Kong	0,0044	0,0078	0,0100	0,0119	0	-100
Japón	0	0	0	0	0	0
Macao	0,0011	0,0010	0	0	0	0
Tailandia	0,2306	0,3906	0,0144	0	0	0

Fuente: World Trade Atlas

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

En cuanto a las exportaciones de hígados congelados del 2005 al 2007 el principal país receptor era Tailandia, seguido por Hong Kong y Macao pero con cifras menos significativas, casi irrelevantes. Sólo Tailandia importaba el 97,78% de las exportaciones de China. Sin embargo, en 2008 sólo se exportó a Hong Kong y en 2009 no hubo ninguna.

EXPORTACIONES CHINAS DE LOS DEMÁS DESPOJOS CONGELADOS (020649) (MILLONES DE EUROS)

Países	2005	2006	2007	2008	2009	% Cambio 09/08
Mundo	0,0021	0,0025	0,0005	0,0025	0,0608	2271,01
Vietnam	0	0	0	0	0,0487	0
Singapur	0	0	0	0	0,0120	0
Hong Kong	0,0007	0,0014	0	0	0	0
Macao	0,0014	0,0011	0,0005	0,0025	0	0

Fuente: World Trade Atlas

Del resto de despojos congelados las exportaciones son escasas. Vietnam y Singapur sustituyen a Hong Kong y Macao como principales receptores de las exportaciones chinas de la partida 020649. En total las exportaciones aumentan pero las cifras siguen siendo pequeñas.

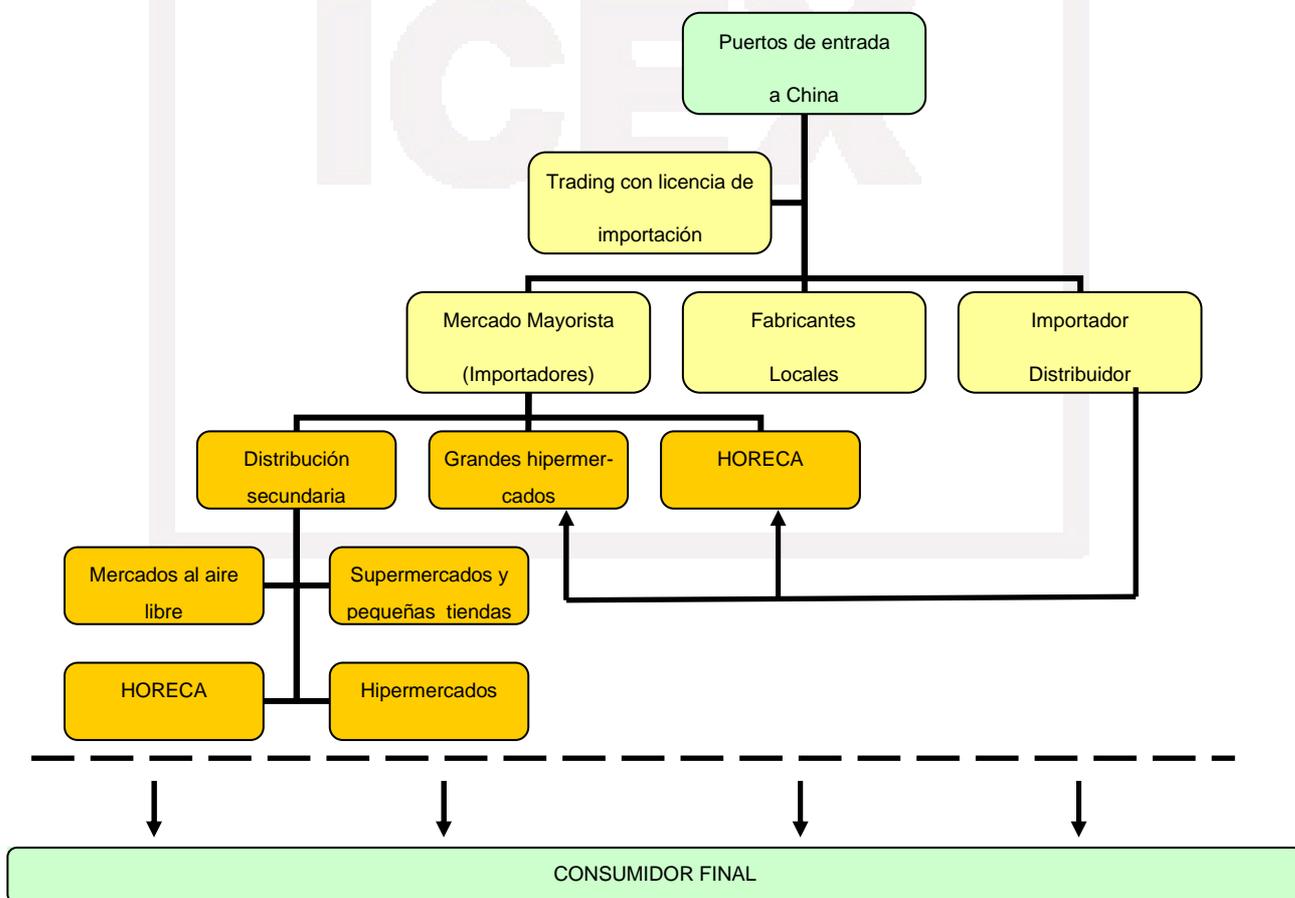
V ■ ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Esquema de los canales de distribución

Los canales de distribución de la carne suelen variar dependiendo de si esta es importada o nacional, aunque existen distribuidores que se encargan de ambos tipos.

ESQUEMA DE DISTRIBUCIÓN DE LA CARNE DE CERDO CONGELADA EN CHINA



Fuente: elaboración propia

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

1.2. Los distribuidores

Los distribuidores son el principal factor crítico de éxito en la comercialización de productos cárnicos importados.

Los distribuidores que no cuentan con licencia de importación deben recurrir a las “international trading companies” compañías de trading internacional. Sólo las empresas registradas como trading pueden obtener la licencia de importación para productos cárnicos. Aunque tengan licencia de importación, lo normal es que los importadores se apoyen en una agencia especializada, con lo que ahorran tiempo y dinero en los trámites de importación.

Podemos encontrar varios tipos de distribuidores:

- Importadores agrupados en mercados mayoristas donde se distribuye la carne a grandes establecimientos minoristas, como a Carrefour, al canal HORECA, y a un circuito de distribución secundario, donde la carne llega al consumidor mediante mercados al aire libre, supermercados y restaurantes locales.
- Grandes empresas de productos cárnicos chinas, que actuarían como distribuidores, que quieren ampliar su cartera de productos o que encuentran en la carne importada una solución a la escasez local. Ejemplo de ello son: COFCO, Shineway, Yurun...
- Importadores independientes que abastecen a restaurantes y a cadenas chinas. Cuentan con su propia cadena de contactos y clientes. En este grupo se incluyen los importadores específicos de productos importados, orientados principalmente a un mercado de calidad: canal HORECA, (grandes cadenas de hoteles y restaurantes), y supermercados especializados en productos importados, (Jenny Lou's...).

Debido al tamaño relativo de los distribuidores en comparación con las grandes cadenas de alimentación, la capacidad de negociación del distribuidor es reducida.

Aún así, las cadenas de alimentación mantienen una fuerte dependencia de sus distribuidores locales, y el mix de productos del establecimiento muchas veces está condicionado a la posibilidad de encontrar oferta de distribuidores con esas referencias.

Esto provoca que las cadenas de alimentación puedan ejercer una fuerte presión en sus distribuidores imponiendo condiciones que incluyen la devolución gratuita de productos no vendidos y altos cánones de entrada en nuevas referencias.

Por otro lado, los distribuidores tienen un amplio conocimiento local y una de las ventajas competitivas más importantes en China, las “guanxi” (literalmente traducido como “relaciones”). El resultado de esta disparidad de fuerzas entre las cadenas y los distribuidores hasta ahora se ha resuelto de la siguiente forma: las grandes cadenas dependen de los distribuidores locales para el abastecimiento de productos, pero las cadenas transmiten gran parte del riesgo de mercado a los distribuidores en forma de duras condiciones de acceso.

Desarrollar sistemas de distribución propios es altamente arriesgado y complejo, y se ha demostrado en muchas ocasiones económicamente ineficiente; por lo que muchas cadenas han desistido en su intento de centralizar la distribución de sus productos. Como siempre,

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

existen excepciones a esta regla: la cadena alemana Metro ha creado una compañía paralela para la distribución de productos importados, la cual a su vez abastece a otras grandes cadenas en diferentes ciudades.

Teniendo en cuenta los productos de porcino contemplados en el estudio, los canales de distribución se podrían explicar de la siguiente manera:

- Carne importada de calidad media: en este caso, se podrían llegar a dar varias formas de distribución. Por la escasez local de este tipo de alimento, puede llegar a sustituir a la carne local, aunque por precio nunca podría hacerlo. Hablamos de una carne de calidad media. En este caso, seguiría el canal más habitual para este tipo de producto en China: mediante mercado mayorista, donde los diferentes importadores comprarían para venderlos posteriormente entre su propia red de distribución, principalmente a supermercados e hipermercados. Esta situación de crisis local, tiene un futuro incierto, por lo que no podemos prever hasta cuándo la carne española tendría posibilidades mediante este canal.
- Carne de calidad: en este caso nos referimos a una carne de primera calidad dirigida a un nicho de mercado muy reducido que está dispuesto a pagar un precio muy elevado por una carne que no puede encontrar si no es importada. El principal canal será mediante distribuidor, y dirigido al canal HORECA principalmente y a establecimientos minoristas muy especializados en productos de importación.
- Despojos comestibles: estos productos sí pueden competir por precio con los locales y con los importados de otros países. El canal más adecuado sería venderlo mediante mercados mayoristas donde serían distribuidos posteriormente a supermercados, hipermercados, y restaurantes locales. Para este producto, sería muy recomendable encontrar un distribuidor que conozca el mercado y cuente con una red de distribución sólida para llegar rápidamente al consumidor final, ya que no es necesario dar a conocer el producto.

1.1.2 Principales distribuidores. Importancia de cada canal por zonas

Para dirigirse al mercado chino, se debe tener en cuenta no sólo su dimensión global, sino también que es un mercado fragmentado en zonas con sus propias peculiaridades.

En 2009 según World Trade Atlas, los principales puertos de entrada del porcino se concentraron en la zona sur, alcanzando un 50,01% del total de las importaciones. La zona de Shanghai atrajo el 17,55% de las importaciones y la zona norte el 32,43%.

A. Puertos de entrada

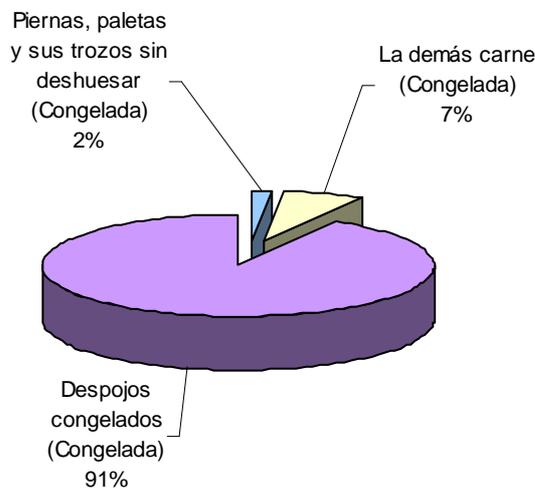
A diferencia de otros protocolos firmados por España con el Gobierno chino, (como en el caso de los cítricos), en el protocolo de porcino no hay ninguna restricción de puertos de entrada de la mercancía. En dicho protocolo, no hay ninguna mención sobre ello, por lo que la mercancía puede entrar por cualquier puerto.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Sin embargo, y como ocurre con la mayoría de productos importados las tres principales zonas o núcleos de distribución con las mejores infraestructuras y número de distribuidores son Pekín (zona norte), Shanghai y Guangzhou (zona sur). Aunque cada vez más y para el caso de la carne de porcino, estas zonas van más allá de estas tres ciudades, y su influencia salpica a ciudades de alrededor. La importancia de cada zona en las importaciones de los productos del porcino objeto de estudio es:

- **Zona Norte:** La ciudad motor de esta zona es sin duda Pekín, pero alrededor de ella existen otras ciudades como Dalian y Tianjin. Por productos, los despojos congelados son el producto que más se ha importado, y Dalian el principal puerto de entrada en esta zona. Según World Trade Atlas, las importaciones mediante los puertos del norte de las partidas contempladas en el estudio fueron de 117,41 millones de euros, el 32,43% del total de China. La zona norte comprende Pekín como principal zona de consumo y centro de redistribución.

CARNE Y DESPOJOS IMPORTADOS A TRAVÉS DE LOS PUERTOS DE LA ZONA NORTE DE CHINA (%) 2009

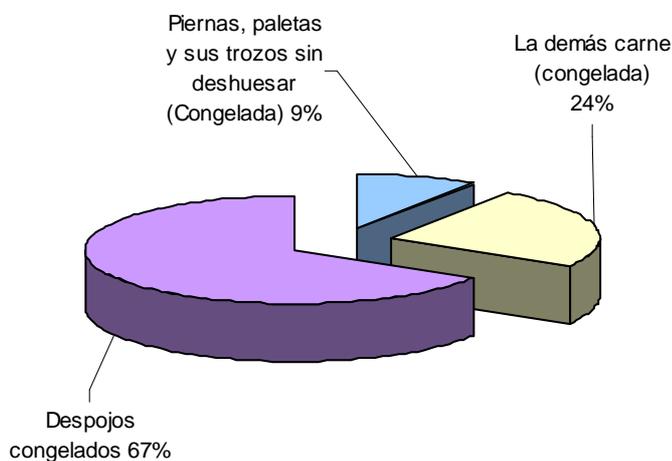


Fuente: elaboración propia a partir de datos del World Trade Atlas

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

- **Shanghai y alrededores:** Shanghai es la segunda ciudad china que importa más carne de cerdo, después de Guangzhou. En 2009, y según las aduanas chinas, a través de los puertos de Shanghai y la zona centro se importó el 17,55% del total de carne de cerdo. En total 63,54 millones de euros. La zona de influencia de Shanghai incluye la ciudad de Nanjing, capital de la provincia de Jiangsu, y que junto a la provincia de Zhejiang forman el clúster económico más próspero del país. Además es donde se concentran los principales distribuidores de productos importados.

CARNE Y DESPOJOS IMPORTADOS A TRAVÉS DE LOS PUERTOS DE SHANGHAI Y ALREDEDORES DE CHINA (%) 2009



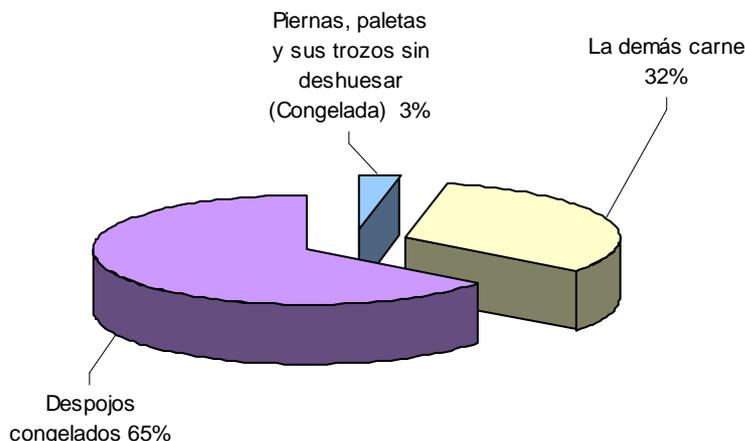
Fuente: elaboración propia a partir de datos del World Trade Atlas

- **Zona Sur:** La zona sur importó en 2009, 181,05 millones de euros, menos de la mitad que en 2008, cuando las importaciones de la zona sur alcanzaron los 400 millones de euros. La bajada en 2009 de las importaciones se produce en todo el país, no sólo en estos puertos. Esto debe ir acompañado con un descenso de las re-exportaciones desde Hong Kong, ya que ciudades como Guangzhou (Cantón) y Shenzhen son las principales receptoras.

El puerto de Cantón junto con el de Shanghai, es de los que cuentan con mayores infraestructuras y servicios imprescindibles para este tipo de productos, como es el almacenaje en instalaciones con temperatura controlada.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

CARNE Y DESPOJOS IMPORTADOS A TRAVÉS DE LOS PUERTOS DE LA ZONA SUR DE CHINA (%) 2009



Fuente: elaboración propia a través de datos del World Trade Atlas

B. Re-exportación de Hong Kong a China continental

Históricamente, y por la necesidad de que el país exportador tuviese un protocolo firmado con China continental para introducir carne de porcino, gran cantidad de productos pasaban de manera ilegal a través de Hong Kong. Actualmente las medidas de inspección para evitar este contrabando son cada vez mayores y los diferentes países han ido firmando paulatinamente protocolos para la exportación.

Sin embargo, este tráfico ilegal no debe confundirse con el tránsito perfectamente legal de mercancías a través de Hong Kong. En ocasiones las empresas transportan las mercancías al puerto de Hong Kong por los menores costes o por tener relaciones comerciales con empresas de Hong Kong.

En relación a la carne de porcino, este tránsito ha sido recientemente regulado en las Medidas de Inspección y Cuarentena de entrada y salida de los Productos Cárnicos (G/SPS/N/CHN/207), en el artículo 22. Las empresas que introduzcan sus mercancías por esta vía, han de estar igualmente autorizadas por el protocolo como si lo hiciesen directamente a China continental. Además la normativa especifica que cuando los productos cárnicos son descargados en Hong Kong o Macao pero su destino final es la China continental, el consignador debe solicitar que se realice una inspección preliminar por una institución designada por la Administración General china. Tras esta inspección la autoridad competente emitirá un certificado y pondrá un sello en la mercancía. Las aduanas chinas comprobarán que la mercancía posee este certificado antes de aceptarla. Ningún producto que no haya pasado esta inspección podrá entrar en la China continental a través de Hong Kong o Macao.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

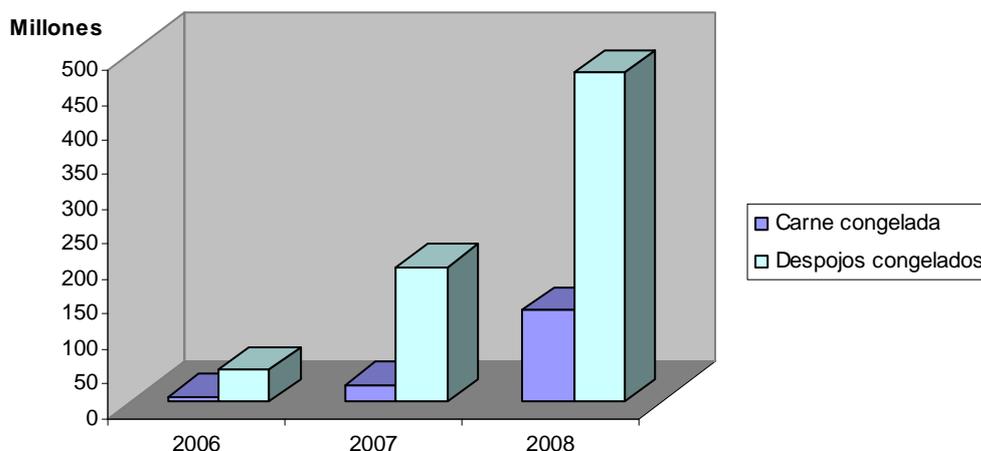
Las aduanas españolas, registraron en 2009 unas exportaciones a Hong Kong de 20.399,1 miles de euros en carne de cerdo congelada⁴.

En cuanto a despojos congelados⁵, la cifra de las exportaciones a Hong Kong alcanza los 29.186,2 miles de euros procedentes de España que en cantidad suponían unos 26.583,4 miles de kilos.

En 2008, las re-exportaciones de Hong Kong a China supusieron más del 77% del total de importaciones de porcino de China, según datos de las Naciones Unidas.

China sigue siendo el principal país de las recepciones de las re-exportaciones de Hong Kong, seguido de Macao, y otros países asiáticos, como Singapur o Filipinas.

RE-EXPORTACIONES DE HONG KONG A CHINA DE CARNE⁶ Y DESPOJOS DE CERDO CONGELADOS (MILLONES \$)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de COMTRADE. Últimos datos disponibles de 2008.

Los despojos congelados son el producto que tiene un mayor peso en las re-exportaciones de porcino a China, un 78 % en 2008.

⁴ 210,6 miles de euros (217.400 kilos) de la partida 020321; 4.084,3 miles de euros (6.941.800 kilos) de la partida 020322; 16.104,2 miles de euros (16.104.200 kilos) de la partida 020329

⁵ 295 miles de euros (208.600 kilos) de la partida 020641; 28.891,2 miles de euros (26.374.800 kilos) de la partida 020649.

⁶ Carne congelada (partidas 020321,020322, 020329), despojos congelados (partidas 020641,020649).

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

1.3. Puntos de venta minoristas

En 2009, la mayoría de las 100 mayores cadenas de ventas minoristas presentes en China son empresas de alimentación. Entre ellas encontramos grandes empresas nacionales como Lianhua o Hualian líderes mundiales como (Wal-Mart, Carrefour, Tesco, Wu- Mart)

PRINCIPALES EMPRESAS DE VENTAS MINORISTAS DE ALIMENTACIÓN EN CHINA 2009

Empresas Locales	Empresa Matriz	Tipos de establecimiento	Puntos de venta 2008	Ventas (miles de millones de RMB)
Lianhua	China	Super/Hipermercado/Conven	5599	67
Suguo Supermarket	China	Supermercado/Conveniencia	1852	33
Wumart Stores Group	China	Supermercado/Conveniencia	537	26
A. Best Supermarket Co., Ltd	China	Gran Almacén	109	17,2
Wuhan Zhongbai Storage Supermarket	China	Super/Hipermercado/Conven	139	10,5
Beijing JingKeLong Group	China	Supermercado	247	10
Beijing Hualian	China	Supermercado	77	9,5
Empresas Multinacionales				
RT-Mart	Taiwan JV	Hipermercado	121	40,4
Carrefour	Francia	Hipermercado	156	36,6
China Resources Vanguard	Hong Kong JV	Hipermercado	1074	34,7
Wal-Mart	Estados Unidos JV	Hipermercado	175	34
Trust-Mart	Taiwan JV	Hipermercado	104	16,5
Tesco	Reino Unido JV	Hipermercado	79	13,3
Lotus	Tailandia	Hipermercado	77	13
Metro	Alemania JV	Hipermercado	42	12

Fuente: China Chain Store & Franchise Association

1.3.1 Supermercados

Es el formato de cadena más extendido en China y su éxito se debe a que encaja con los hábitos de consumo del consumidor medio chino. Éste vive normalmente en casas de tamaño reducido, poco espacio frigorífico, y en grandes ciudades con transportes públicos poco desarrollados donde es difícil desplazarse.

Los supermercados tienen una fuerte penetración en las ciudades más desarrolladas, y el número de establecimientos sigue creciendo anualmente, aunque según diferentes estudios, están perdiendo cuota en favor de formatos más reducidos con ofertas más adaptadas como las tiendas de conveniencia o formatos de mayor tamaño como los hipermercados. Las previsiones de crecimiento de estas cadenas nacionales chinas, al igual que las de todo el sector son enormes.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

El número de referencias de productos importados en general y de la carne en particular en los supermercados, es el menor de todos los formatos debido principalmente a 3 razones:

- Necesidad de mantener un surtido centrado en productos económicos para atraer a consumidores extremadamente sensibles a las variaciones de precio.
- Aprovisionamiento a través de pequeños distribuidores locales.
- Reducido tamaño, por lo que los productos referenciados necesitan de una fuerte rotación para soportar los escasos márgenes con los que operan.

La venta de carne importada en estos supermercados es casi inexistente, y se hace complicado pensar en que los productos españoles puedan optar a este canal minorista.

1.2.2. Hipermercados

Los hipermercados son una buena opción para que un exportador de alimentos introduzca sus productos ya que muchos suelen tener una sección de productos importados. Es además en este tipo de establecimientos donde más cadenas internacionales están presentes y cuentan con una mayor superficie, por lo que pueden permitirse introducir nuevos productos, sacrificando la rotación por una mayor gama sin necesidad de incrementar excesivamente sus márgenes.

En el formato de hipermercados encontramos el mayor número y mayor cuota de mercado de cadenas internacionales. Además, según la China Franchise Association y otras fuentes, se describe este formato como el segmento de mayor crecimiento en los últimos años y se espera que continúe siendo así debido al importante éxito relativo que están consiguiendo de cara al consumidor.

En este segmento, RT- Mart es el líder nacional en ventas con 40 miles de millones de RMB, seguido por Carrefour, que con unas ventas algo menores, es quien más hipermercados tiene, con 156 locales. Metro Cash&Carry⁷, ha optado por centrarse en el nicho de mercado de la restauración y el catering por lo que es especialmente interesante para comercializar en el canal Horeca. La cadena Japonesa Ito Yokado se ha posicionado en el segmento premium, localizándose en el área de Beijing y Chengdu. Además de los citados encontramos a Wal-Mart, Tesco, Auchan (Alcampo), RT-Mart, Trust-Mart, CRC/Vanguard y Wu-mart entre otros. Las grandes cadenas chinas Lianhua, Hualian y Nonggongshang, también han abierto sus propios hipermercados para competir en este formato.

Los nuevos hipermercados se localizan necesariamente en las afueras de las grandes ciudades, pero el rápido crecimiento demográfico y residencial de las ciudades ha absorbido a muchos supermercados construidos hace escasamente 5 años al interior de nuevos centros urbanos.

Los hipermercados con experiencia en el mercado chino han aprendido a definir diferentes cestas de productos y servicios dependiendo de los niveles de evolución de los mercados en los que operan. Jean-Luc Chéreau, director de Carrefour China en 2007, definía esta

⁷ Los hipermercados de Metro, pertenecen al grupo Metro Group que operan en España con la marca Makro.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

estrategia como intentar estar siempre un cuarto de hora por delante del consumidor. “No posicionarse muy por delante, porque si los productos son muy avanzados no se venderá nada, pero si se llega muy tarde las personas no irán al establecimiento a comprarlos.”

1.2.3. Mercados tradicionales

Para la venta de carne, los puntos más tradicionales son los “wet markets”, establecimientos al aire libre para la venta no sólo de carne sino de productos frescos como frutas y verduras.

Aún en grandes ciudades, pero sobre todo en ciudades secundarias siguen siendo un factor muy importante en la venta de carne de porcino. El principal problema de estos mercados son los bajos controles sanitarios en las instalaciones y la ausencia muchas veces de sistemas de refrigeración.

Estos mercados representan en ocasiones la única alternativa para la compra de productos frescos, ya que la calidad de la oferta de carne en los supermercados es reducida, y los hipermercados están muy alejados del centro de la ciudad como para hacer en ellos las compras diarias.

1.2.4. Mercados mayoristas

Los mercados mayoristas crecieron rápidamente durante la década de los 80 y 90. Actualmente, suelen establecerse a las afueras de las ciudades y proveen de mercancías a todo el país. Se han establecido como un conducto muy eficiente para suministrar mercancías a las zonas rurales. La Asociación de Mercados Mayoristas (CAWA) informa que pretenden realizar importaciones directas en un futuro próximo.

La lista de los mercados mayoristas de carne más importantes de China se puede consultar en el Anexo 3.

1.2.5. Establecimientos especiales

Además de estos tres formatos de alimentación, existen otros formatos que actualmente se han convertido en nichos de mercado para productos importados. Los más relevantes son los dos siguientes:

Grandes Almacenes: Los grandes almacenes de gama alta se encuentran en los centros de las grandes ciudades y cuentan con una amplia oferta en cosméticos, moda, y equipamiento del hogar, además de servicios como agencias de viajes o bancos en el mismo complejo o en las inmediaciones. Ejemplos de grandes almacenes son el Pacific Century en Beijing o Isetan en Shanghai. Además de en estos dos centros neurálgicos, han proliferado también en muchas otras ciudades secundarias.

Muchos grandes almacenes cuentan en las plantas inferiores con supermercados de gama alta, con amplios pasillos y en las ciudades de mayor penetración de productos importados (Beijing, Shanghai y Guangzhou) suelen contar con carne importada. Estos supermercados están orientados a compradores ocasionales de alto poder adquisitivo y frecuencia ocasional.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

En los grandes almacenes o en las cercanías pueden existir también tiendas de productos gourmet donde podemos encontrar productos de porcino a precios muy superiores a los de los hipermercados.

Cadenas de productos importados: El gran número de expatriados de Beijing y Shanghai, junto con las históricas dificultades para la adquisición de muchos productos importados han favorecido la aparición de tiendas específicas para expatriados y chinos de muy alto poder adquisitivo. Un ejemplo son las tiendas de Jenny's, Jenny Lou's y April Gourmet en Beijing, y Feidan y Freshmart en Shanghai. Suelen ser pequeños establecimientos de no más de 300m² con un gran número de referencias de productos importados como vinos, quesos, cereales, chocolates y aceites de oliva, productos cárnicos... En el caso de Jenny Lou's, tienen su propio sistema de importación y distribución y cuentan con una sección de productos frescos con gran variedad de productos cárnicos. Entre ellos, lomo de carne de cerdo.

Los niveles de precios pueden llegar a duplicar el precio del mismo producto en un hipermercado.

1.4. Restauración

Muchos de los restaurantes occidentales y hoteles de lujo se abastecen en las grandes cadenas de alimentación de productos porcinos o en cash&carries como Metro. Los restaurantes occidentales tienen una amplia penetración en algunas zonas de grandes ciudades con comunidades de expatriados como Beijing y Shanghai pero son casi inexistentes en el interior, por lo que el público objetivo de restaurantes aunque creciente sigue siendo limitado. En este sentido, los restaurantes españoles en China, que constituirían un medio ideal para la promoción de los productos españoles, son muy escasos a día de hoy.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Estrategias de canal

La carne de cerdo es un alimento básico en la dieta de los consumidores chinos, por lo que este tipo de carne y los despojos comestibles son productos conocidos y con un ciclo de vida largo. El consumo de este tipo de carne no es una moda, es un valor seguro en este mercado. Sin embargo, la carne de cerdo importada, no es tan conocida ni su consumo tan extendido entre la población, aunque debido a la coyuntura del mercado local que la está demandando en importantes cantidades, el Gobierno chino está facilitando su entrada mediante la firma de nuevos protocolos con diversos países.

La carne de porcino congelada importada (sin incluir despojos), es más difícil de introducir por el diferencial de precios con la local, por lo que si queremos introducir este tipo de carne en el mercado y tener una presencia más duradera se recomienda realizar una distribución intensiva y dominar los canales de comercialización. La realización de acciones de publicidad debe ir dirigida a un consumidor de renta alta ofreciendo un producto con un valor añadido.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Recomendamos en este proceso:

1. Diferenciación del producto: ofrecer carne orgánica podría ser una alternativa. El consumo de los productos orgánicos está siendo impulsado por el temor del uso de sustancias nocivas para la salud en la producción de alimentos. El número de consumidores que pueden permitírselo es creciente, al igual que el número de tiendas especializadas en este tipo de productos, sobre todo en las grandes ciudades, Pekín, Shanghai y Guangzhou (Cantón). No obstante, debe tenerse en cuenta que ningún organismo europeo está autorizado a otorgar el sello de producto orgánico chino, por lo cual es necesario que inspectores chinos se desplacen a la empresa interesada para realizar a inspección. Los costes deben ser cubiertos por la empresa europea.

China no reconoce la certificación de producto orgánico de otros países, por lo que los productos importados tienen que obtener el certificado chino.

2. Encontrar un distribuidor sólido que asegure continuidad en el futuro. Existe el peligro de que una vez que se supere la crisis local, el producto importado se haga innecesario y rápidamente sea sustituido de nuevo por el local. Hay que apostar por tanto en ofrecer imagen y calidad.

3. Dirigir el producto a un canal específico para productos importados, ya sean supermercados o canal HORECA, donde se valore y asocie precios más altos con mayor calidad.

4. Garantizar el suministro: en términos de cantidad, calidad y tiempo durante todo el año.

En el caso de los despojos, éstos van más dirigidos a un consumidor más general, y son unos productos que en el momento de la venta en China, logran un precio muy competitivo. En este caso, su distribución se puede hacer y comparar más con el producto local, y ser distribuido mediante mercados mayoristas y vendido en supermercados, hipermercados y restaurantes de comida china. En este caso, su demanda sí puede estar muy condicionada a la coyuntura del sector en China, porque son fácilmente sustituibles.

2.2. Estrategias para el contacto comercial

Con independencia de las certificaciones y permisos para la exportación, no hay que perder de vista a qué mercado nos enfrentamos. Llegar a la firma de un contrato comercial en China no es fácil y requiere tener en cuenta muchos factores y trabajarlos adecuadamente. Entre otros deben considerarse los siguientes aspectos:

1. Enviar información comercial a los importadores. Es importante que conozcan el producto que se ofrece desde España, así como las características de la empresa. Es altamente recomendable que dicha información esté en chino. Sino, debe estar obligatoriamente en inglés.

2. Comprender la importancia de las relaciones. Los negocios en China se basan en gran medida en los contactos personales (conocidos como 'guanxi'), lo que requiere tiempo y dedicación. Para las empresas con un interés serio en China, el factor más relevante para su

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

éxito será la red de relaciones que se llegue a establecer en China. Por ello, un exportador no puede quedarse sólo en el contacto vía correo electrónico o telefónico.

3. Viajar a China

- Conocer el mercado permitirá contactar con los agentes relevantes del sector cárnico que nos ayude a conocer mejor el mercado.

- Participar en las ferias de cárnicos y en las generalistas de alimentación en China, así como en congresos del sector, donde se encuentra la oportunidad de conocer a los principales actores del sector (ver Anexo 2). Planificar previamente la feria, y reservar tiempo para posibles visitas a las instalaciones de las empresas chinas que contactemos en ella.

4. Seguimiento de los contactos: tras el viaje y la vuelta a España, se debe realizar un buen seguimiento de los contactos y no dejar el trabajo realizado en destino en el olvido.

5. Invitar al potencial importador a España: Cuando el exportador esté en una etapa de las negociaciones avanzada con el distribuidor, que el importador pudiera visitar las instalaciones del exportador en España, puede ser una medida para terminar de unir lazos tanto comerciales como de confianza.

2.3. Condiciones de acceso

2.3.1 Protocolo

Hasta noviembre de 2005, la R.P. China prohibía las importaciones de productos porcinos procedentes de España debido a los brotes de peste porcina que se dieron en el pasado en nuestro país. En esa fecha, y como consecuencia de las negociaciones habidas entre el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPyA) con la Administración General de Calidad, Supervisión, Inspección y Cuarentena de la R.P. China (AQSIQ) tuvo lugar el levantamiento de esta prohibición.

Sin embargo, dicho levantamiento no implicaba el inmediato inicio de las exportaciones, que requerían de un procedimiento reglado articulado a través de un protocolo de exportación de dichos productos a China, de un modelo de certificado sanitario que permitía a la parte China contar con las garantías que establece el protocolo y de la homologación de los establecimientos que estuviesen autorizados a exportar.

La firma, el 15 de noviembre de 2007, de un Protocolo entre la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de la República Popular de China (AQSIQ) y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España (MAPA) donde se recogen los requisitos veterinarios y sanitarios establecidos para la exportación de estos productos, significó el reconocimiento de España como país exportador de productos porcinos a la República Popular China.

Así se culminó la primera fase del proceso de apertura del mercado chino, tanto a la carne fresca y despojos comestibles de cerdo como a los productos cárnicos curados de larga maduración (de más de 313 días), deshuesados.

El procedimiento que establece la legislación china, según el Reglamento para la Administración del Registro de Establecimientos Alimentarios Extranjeros destinados a la

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

importación por la República Popular de China, prevé la obligatoriedad del registro de las distintas empresas por parte de la Administración de Certificación y Acreditación de la República Popular de China (CNCA).

De acuerdo con la legislación china y con las indicaciones de las autoridades chinas, los Ministerios de Agricultura, Pesca y Alimentación (actual Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino, MARM) y de Sanidad y Consumo, elaboraron un Procedimiento de Registro para las empresas que ya estaban incluidas en la “pre- lista” , y que fue remitida a las autoridades chinas.

El procedimiento, que se puede consultar en la página del MARM, preveía la cumplimentación por parte de los responsables de las industrias de una solicitud, y un cuestionario sobre las condiciones de cada uno de los establecimientos elaboradores que pretendieran su inclusión en el registro. Destaca la obligatoriedad de que todas las industrias cárnicas que interviniesen en el proceso de elaboración de los productos, estuviesen registradas para exportar a China, no solamente aquellas que elaborasen el producto final. Asimismo, podía registrarse más de una actividad para la misma empresa.

El plazo para la presentación de las solicitudes, acompañadas de los cuestionarios finalizó el 29 de febrero de 2008. El Ministerio español remitió (con fecha 29 de abril de 2008) a las autoridades chinas (CNCA) la de aquellas empresas que cumplían con los requisitos del Protocolo. La lista de empresas entregada a la CNCA se hizo pública a través de la AIE, Asociación de Exportadores de Carne de España. En base a esas solicitudes, la CNCA realizó en julio de 2008 una visita de sus inspectores a varias empresas españolas.

Como resultado de dicha visita, la CNCA autorizó a 8 establecimientos cárnicos españoles para exportar a China. Para el resto de empresas que fueron visitadas por los expertos de CNCA pero que no han sido aprobadas, la CNCA emitió un informe con los motivos de la no autorización, que el MARM hizo llegar a las empresas afectadas. Una vez subsanados los fallos, el MARM emitió un informe de subsanación que fue enviado a las autoridades chinas.

Como consecuencia de ello el 17 de Agosto de 2009 se aprobaron 3 nuevas empresas por parte del CNCA. La publicación de dichas empresas por parte de AQSIQ tuvo lugar el 20 noviembre de 2009, por lo que ya son 11 las empresas españolas que pueden exportar sus productos a China.

Se ha vuelto a presentar informe de subsanación de deficiencias de otras dos empresas que está pendiente de resolver.

En cuanto a las empresas que no fueron visitadas, se ha vuelto a solicitar a las autoridades chinas una nueva visita, aún no confirmada por la parte china.

La lista de establecimientos aprobados fue publicada por la CNCA y posteriormente ratificada por AQSIQ, y está disponible en los links:

<http://www.cnca.gov.cn/rjwzcyjgb/qwfbcx/jkspqy/images/20080811/5457.pdf>

http://jckspaqi.aqsiq.gov.cn/zwgk/dzwyxspjyxk/spxz/200810/t20081028_95246.htm

Por supuesto, esta información también está disponible en la web del MARM:

<http://cexgan.mapa.es/Establecimientos/ListaporcinoChina-11-08-08.pdf>

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

En la lista figura qué productos se autoriza a exportar a cada empresa. Es importante señalar que los despojos comestibles autorizados para la exportación a la R.P. China no incluyen en ningún caso las patas, los estómagos, ni las tripas (salvo las tripas usadas como materia prima para el procesamiento de embutidos).

Paralelamente, también se llegó a un acuerdo con las autoridades chinas sobre el modelo de certificado que acompaña a las exportaciones. Así, en resumen, la autoridad sanitaria de la R.P. China (AQSIQ) ha confirmado que España ya ha cumplido todos los trámites formales necesarios, de modo que se pueden llevar a cabo las exportaciones de carne y productos cárnicos desde España a la R.P. China con las tres condiciones siguientes:

1. Que las mercancías exportadas procedan de alguno de los 11 establecimientos españoles autorizados por AQSIQ
2. Que la empresa importadora china tengan licencia de cuarentena de animales y vegetales.

Las empresas españolas exportadoras deberán consultar a su cliente en China si disponen de esta licencia.

3. Que la empresa importadora china esté incluida en la lista publicada por AQSIQ de empresas autorizadas a importar. Dicho listado está disponible en chino en el siguiente link:

http://jckspaqi.aqsiq.gov.cn/zwgk/dzwyxspjyxk/spxz/200901/t20090120_104238.htm

4. Además, desde el 1 de enero de 2010, para ciertas partidas de carne de cerdo, el importador deberá solicitar una licencia automática. Las partidas afectadas son todas las subpartidas de la 0203, y las 020630, 020641 y la 020649. Cabe señalar que por tanto, que no hay necesidad de solicitar la licencia automática para las importaciones de jamón y paleta deshuesados (partida 0210), tal y como se explicará en el Anexo 1.

Después de esto, el importador chino debe solicitar el permiso de cuarentena a AQSIQ, cuya concesión suele demorarse 20 días.

Cualquier detalle sobre este procedimiento será comunicado puntualmente por el MARM utilizando como cauce las asociaciones representativas del sector, y la página web de “Comercio Exterior Ganadero del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino”

(<http://www.mapa.es/es/ganaderia/pags/CEXGAN/cexgan.htm>).

Desde la aparición de la gripe A H1N1 en Abril de 2009, AQSIQ está exigiendo que al certificado acordado en el protocolo, se le añada una declaración complementaria al certificado sanitario referido a la gripe A H1N1. Esta solución ha evitado que haya habido que modificar o renegociar el protocolo firmado entre ambos países.

2.3.2 Documentación aduanera

Para la exportación de carne de porcino a China, además del Protocolo Fitosanitario es necesario para el despacho de aduanas de cualquier producto de las partidas arancelarias que estamos tratando en este estudio la presentación de la siguiente documentación en las aduanas chinas:

Documentación común a todas las mercancías:

1. Factura Comercial

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

2. Factura Pro forma
3. Albarán (Packing list)
4. Certificado de origen
5. Conocimiento de embarque (marítimo o aéreo)
6. Declaración de Aduanas de importación (Customs Declaration for Imported Commodities)
7. Licencia de Negocio: Documento que certifica que la empresa importadora tiene licencia para operar en el mercado chino. Es responsabilidad de la empresa importadora contar con este documento para poder recepcionar la mercancía.
8. Registro de marca: No es un procedimiento obligatorio, pero es especialmente recomendable.

Documentación propia de estos productos:

9. Certificados de inspección: según establece el protocolo, cada contenedor de carne y productos cárnicos de porcino destinados a la exportación a la República Popular de China irá acompañado por al menos un certificado sanitario veterinario original, con una declaración de que el envío cumple las leyes y reglamentos españoles sobre sanidad veterinaria y salud pública, así como los del protocolo. El certificado sanitario se deberá emitir en chino, español e inglés.
10. Por otra parte, el importador debe tener Permiso de Importación de Alimentos sujetos a Cuarentena concedido por AQSIQ y estar incluido en la lista de empresas autorizadas.
11. Desde el 1 de enero de 2010, para ciertas partidas de carne de cerdo, el importador deberá solicitar una licencia automática. Las partidas afectadas son todas las subpartidas de la 0203, y las 020630, 020641 y la 020649. Cabe señalar que por tanto, que no hay necesidad de solicitar la licencia automática para las importaciones de jamón y paleta deshuesados (partida 0210), tal y como se explicará en el Anexo 1.

Llegado el momento de iniciar las exportaciones, su transitario le asesorará en este sentido. Además, en la web de Market Access en el enlace <http://mkaccdb.eu.int/mkaccdb2/indexPubli.htm> podrá encontrar información detallada sobre estos documentos.

2.4. Medidas de supervisión, inspección y cuarentena para productos cárnicos. Notificación SPS CHN207

No hay fecha concreta de aplicación para esta nueva regulación cuyo periodo de alegaciones terminó el 20 de junio. El objetivo de esta norma es establecer un mayor control de las importaciones y exportaciones, aumentar los requisitos sanitarios y elaborar un registro más exhaustivo de este comercio. Así, una de las principales novedades de esta norma es que establece la obligación de registro para todo exportador, agente o importador. Esto no se aplica a los establecimientos autorizados, ya registrados, que no deben hacer un doble registro.

Se adjunta la traducción al inglés de la regulación en el Anexo 5.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

2.5. Estandar sanitario para carne fresca y congelada (GB2707-2005)

El estándar promulgado por el gobierno chino versa sobre las especificaciones higiénicas y los métodos de testado, así como los requerimientos para la producción y procesado, etiquetado, envasado, transporte y almacenamiento de todo tipo de productos cárnicos. El estándar se aplica tanto para carne local como para la importada, por lo que los exportadores deben asegurarse de que los importadores chinos cumplan su contenido.

Se puede encontrar una traducción no oficial del mismo en la web de USDA, en el enlace <http://www.fas.usda.gov/scriptsw/attacherep/default.asp> El código es CH6005.

2.6. Conservación: Envase, embalaje y temperatura.

De manera complementaria al Estándar del gobierno chino, la carne de porcino procedente de España, debe cumplir con los requisitos expuestos en el protocolo bilateral para la exportación a China.

Envase y Embalaje: Según consta en el protocolo, la carne y productos cárnicos de porcino exportado serán envasados en materiales de envase nuevos, que cumplan las normas higiénicas internacionales. Los nombres, peso del producto, nombre y dirección del fabricante, su número de registro, condiciones de almacenamiento, fecha de producción deberán figurar en una etiqueta en el embalaje exterior, en chino y en inglés. La superficie del embalaje llevará una marca sanitaria oficial, que garantiza que ha pasado la inspección veterinaria oficial. El nombre del producto y el número de registro del matadero / establecimiento figurará en el envase interno.

Durante el embalaje, almacenamiento y transporte, la carne y/o productos cárnicos de porcino que se exporten a la República Popular de China cumplirán los requisitos de higiene veterinaria, y se evitará que sean contaminados con sustancias venenosas y perjudiciales.

Después de ser cargado con los productos, el contenedor deberá ser precintado con el precinto oficial de la inspección veterinaria, bajo supervisión del veterinario oficial de España. El número del precinto se debe indicar en el certificado sanitario. El embalaje de los productos no puede ser desembalado o modificado durante el transporte.

Temperatura: La carne y/o productos cárnicos de porcino congelados se deben almacenar a una temperatura interna por debajo de -18° C. Estas condiciones requeridas de temperatura deben mantenerse en el proceso de almacenamiento y transporte.

La temperatura es un factor crítico, y será comentado en el apartado “condiciones de suministro”.

2.7. Registro de marca

Si se apuesta por la entrada en el mercado chino, es recomendable, incluso antes de comenzar a vender, registrar la marca de los productos, ya que según la legislación china, el primero que registra una marca, adquiere los derechos sobre ella. Para ampliar información sobre los requisitos para el registro de marca en China se recomienda solicitar la guía de negocios: “China, Propiedad Intelectual y Transferencia de Tecnología”

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

http://www.icex.es/icex/cda/controller/pagelCEX/0,6558,5518394_5519226_5560528_40128_36_0_-1,00.html editada por ICEX y la Oficina Económica y Comercial de España en Shanghai⁸.

3. CONDICIONES DE SUMINISTRO

3.1. Transporte transoceánico

El transporte marítimo desde España a China puede tardar alrededor de 35 días, dependiendo del puerto de destino. Dado el gran tráfico actual de mercancías entre China y España, hay varias empresas que ofrecen servicios transporte con la posibilidad de envíos semanales.

A modo de ejemplo, se proporcionan las tarifas y tiempos aproximados de un envío de contenedor refrigerado desde España (puerto de Valencia) a varios puertos de China. Este presupuesto sólo incluye el flete marítimo desde el puerto español a diferentes puertos de China y el “handling fee”.

En esta tarifa, no están incluidos otros costes, tales como despacho de aduanas en España y en China, almacenaje, impuestos y aranceles, transporte desde puerto a ciudades del interior de China, seguro de transporte, etc. Presupuesto de Flete Marítimo desde puerto español a diferentes puertos de China en container refrigerado (USD)

PRESUPUESTO DE FLETE MARÍTIMO DE PUERTO ESPAÑOL A DIFERENTES PUERTOS DE CHINA EN CONTENEDOR REFRIGERADO

Puerto de destino	SHANGHAI		HUANGPU (Guangzhou)		XINGANG (Tianjin)	
Días de Tránsito	34 días		37 días		39 días	
Tonelaje del contenedor refrigerado	20´	40´	20´	40´	20´	40´
PRECIO TOTAL(USD)	3029,67	4410,77	3171,54	4414,78	3131,69	4220,85

Fuente: Maersk Line

3.2. Transporte interno. Deficiencias en la cadena de frío.

Debido a la necesidad de refrigeración de la carne, la comercialización de carne importada en zonas del interior de China es más escasa, debido a las carencias del sistema logístico. La ausencia de temperatura controlada en camiones y almacenes y la escasez general de conocimientos de los límites de refrigeración son problemas muy comunes en muchas de las principales ciudades chinas. Por tanto se recomienda cubrir en una primera fase las ciudades

⁸ Para más información contacten con las Oficinas Económicas y Comerciales en China (<http://china.oficinascomerciales.es>)

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

principales, que cuentan con las mejores infraestructuras del país, como son Pekín, Shanghai y Guangzhou (Cantón). Además, en Pekín mejoraron mucho las instalaciones y las buenas prácticas tras las olimpiadas de 2008, y se espera que esto ocurra también en Shanghai con la Expo 2010. Estas mejoras irán calando poco a poco en el resto del territorio, comenzando por las ciudades de segunda línea.

Además, el gobierno aprobó en febrero de 2009 un paquete de estímulo económico para el sector de la logística con el objetivo de mejorar una de las industrias claves en el desarrollo del país.

Esta falta de infraestructura, en la cadena de frío, plantea problemas para las empresas occidentales de cárnicos interesadas en la comercialización de sus productos en China pero ofrece una oportunidad para las empresas de logística. Actualmente, hay una gran necesidad de empresas que actúen como proveedor logístico externo y cubran un área extensa del país, ya que la mayoría operan en una zona limitada.

La cadena de frío que debe recorrer la carne una vez en China abarca desde la llegada del contenedor al puerto y la refrigeración para el transporte de mercancías en camiones refrigerados, hasta el almacenamiento de mercancías en los almacenes de frío o en las cámaras refrigeradoras o congeladores en el punto de venta. Una ruptura en la cadena puede dar lugar a pérdida de calidad y de cualidades del porcino, y por tanto no sólo pérdidas económicas por los alimentos en mal estado sino problemas de salud pública.

En 2009 sólo el 10% de los productos cárnicos se transportan en vehículos refrigerados, frente al casi 90% en países desarrollados.

Uno de los principales problemas es que muchos de los fabricantes y distribuidores de carne en China, no son conscientes de la importancia de que el transporte y conservación se produzcan en perfectas condiciones. Quien sí lo ha entendido, ha conseguido una gran fortaleza. Es el caso de la empresa Luohe Shineway Industry Group Co., una de las mayores empresas cárnicas de China, que cuenta con camiones e instalaciones refrigeradas. Han conseguido una gestión eficiente de sus recursos logísticos eliminando los viajes de vuelta de sus camiones vacíos. Más de 700 de los camiones refrigerados de esta empresa cruzan China, con un 90% de la tasa de utilización. Sobre un 60% del negocio se encarga de entregar los propios productos de Shineway.

Hoy en día China tiene alrededor de 30.000 camiones refrigerados y 250 millones de pies cúbicos de almacenamiento en frío. Esto supone sólo el 0'3% del total del transporte de carga por carretera del país. Para servir a la creciente clase media china con niveles de seguridad eficaces, China necesitaría 365.000 camiones refrigerados y cinco mil millones de pies cúbicos de almacenamiento en frío hasta 2017, cuando la clase media china se espera que gaste alrededor de 650 millones de dólares estadounidenses en alimentos.

Y es que en el momento en que uno de los eslabones de la cadena falla, el trabajo previo de congelación pierde toda su efectividad. Este es el caso de la mayoría de los establecimientos minoristas que presentan la carne importada en su gran mayoría aparentemente fresca, aunque en realidad es descongelada. En los supermercados de China por los hábitos de consumo, la carne se presenta de manera descongelada. Es muy poca la carne congelada que se vende en el sector minorista.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

El desarrollo de la industria alimentaria en china ha sido más rápido que el de los sistemas logísticos, por lo que en la actualidad hay un gran desequilibrio en el país. Los proveedores de servicios integrados son escasos y los establecimientos en los que se vende la carne suelen ser pequeños, lo que supone que sea más difícil acceder a ellos. Esto termina provocando pérdidas de producto y ha llevado al gobierno a estudiar medidas que mejoren la situación, como el Plan de Estímulo para el sector de la logística aprobado en febrero de 2009.

4. TENDENCIAS EN LA DISTRIBUCIÓN

La tendencia cada vez más, es la sustitución de la venta de carne de porcino en mercados al aire libre por la de hipermercados y supermercados. Esto es porque los consumidores están cada vez más concienciados con la salud y la seguridad alimentaria, y estos lugares les inspiran una mayor confianza.

En 2007 en concreto, y como consecuencia de la demanda de productos porcinos por el problema existente en la industria china, los importadores y los propios fabricantes locales (los de mayor dimensión), comenzaron a interesarse en importar mayor cantidad de productos cárnicos, no sólo para ampliar su oferta, sino también para mejorar su imagen de cara a sus clientes.

Aunque todavía incipientes, están apareciendo nuevas formas de distribución minorista de carne tanto nacional como importada:

- Carnicerías: Se presentan como la evolución natural de los puestos al aire libre, sistema de distribución tradicional de productos frescos en general. El consumidor final percibe que la carne se vende más fresca en estos establecimientos que en los comercios minoristas tradicionales, pero las condiciones de higiene son mucho mejores que las de los mercados al aire libre. Nos referimos a carnicerías tal y como las conocemos en España. En China, incluso en las grandes ciudades, no hay demasiadas tiendas especializadas en carne con las adecuadas condiciones de conservación. Por el contrario son muchos los pequeños establecimientos que se pueden encontrar en cualquier ciudad con carne para vender al consumidor. En estos establecimientos, las instalaciones de frío son inexistentes.

- Internet: algunas cadenas de hipermercados como Carrefour oferta parte de sus productos para la compra on-line (<http://www.carrefour.com.cn>). Carrefour actualmente comercializa en Pekín y Shanghai sus productos por Internet, Lotus ya comercializa en la zona de Shanghai (<http://www.ourlotus.com>) e Ito Yokado vende sus productos por Internet en Chengdu, provincia de Sichuan. También Suguo supermarket vende en Nanjing, provincia de Jiangsu. Este método de compra, no está aún muy extendido en China, y menos aún para productos frescos como la carne. De las cadenas de hipermercados anteriores, tan sólo Carrefour comercializa por internet productos frescos y entre ellos la carne. También algunas tiendas de productos importados tienen este servicio de compra por Internet como Jenny Lou's.

5. OTRAS FORMAS DE ENTRADA

Más allá de las exportaciones directas, existen otras formas de entrada al mercado chino, muy utilizadas por empresas extranjeras e incluso españolas. Las más importantes son:

- Oficina de representación

Es la forma más simple y rápida para una empresa extranjera de establecerse y tener presencia en China. Es la iniciativa menos arriesgada en comparación con otras alternativas, usada en una etapa inicial del desarrollo del comercio con China, cuyo objetivo debe ser el conocimiento del mercado. Mediante una oficina de representación no se pueden realizar actividades comerciales como la firma de contratos de ventas.

- Joint Venture

La Joint Venture, en este caso, sería la unión de una empresa española con un socio chino, creando una nueva entidad o relación contractual compartiendo inversión, costes, responsabilidades en la administración y beneficios y ventas.

Ésta es la forma preferida por un significativo número de empresas extranjeras que quieren desarrollar una actividad en China a largo plazo y con un fuerte compromiso. Proporciona una profunda comprensión y buen conocimiento de las autoridades locales, los proveedores de carne fresca, distribuidores y minoristas. La colaboración con una empresa local con una marca reconocida por el mercado, también puede proporcionar ventajas sobre otros competidores extranjeros.

Hormel Foods Corp, empresa estadounidense, entró en el mercado chino en 1994 mediante una Joint Venture con Beijing Sanyuan Group, para producir carne de alta calidad. Entró en el mercado con la idea de vender en el sector minorista pero la fuerte demanda de productos cárnicos de calidad hizo que centrara su estrategia en China en la venta de este tipo de cárnicos a restaurantes y hoteles de estilo occidental, (el 40% de sus ventas en 2005) principalmente en Pekín y Shanghai. Actualmente es uno de los principales proveedores en este canal.

Conscientes de que el mercado de carne en China está muy fragmentado y muy regionalizado, ha basado su estrategia en ofrecer un producto de calidad y en informar a los consumidores sobre los productos de estilo occidental (además de carne fresca comercializa principalmente salchichas cocidas y productos frescos).

Cuenta con dos plantas de producción en China, una en Beijing y otra en Shanghai y ha dedicado grandes esfuerzos a crear su propia cadena de distribución al por menor. Actualmente se puede encontrar sus productos en supermercados e hipermercados en más de 20 ciudades por toda China (capitales de provincia y ciudades costeras, núcleos de mayor desarrollo).

Aunque la empresa ha estado presente durante muchos años en China, su volumen de producción sigue siendo bajo en comparación con los grandes productores nacionales

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

de carnes refrigeradas. Sin embargo, en la restauración, Hormel es el líder de carne de calidad y con una marca bien establecida. BEIJING HORMEL FOODS CO LTD.

- Empresa 100% extranjera

Como su propio nombre indica, son empresas constituidas 100% con capital extranjero. En China, este tipo de empresas se conciben principalmente para empresas productivas, orientadas a la exportación y a la introducción de tecnología avanzada.

Por su complejidad y extensión es imposible tratar en este estudio éstas y otras formas de inversión en detalle, por lo que para ampliar más información se sugiere consultar “Invertir en China” elaborada por las oficinas comerciales en China⁹.

6. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

La carne de porcino se encuentra en los hipermercados y supermercados en el área de productos frescos. Esta zona del hipermercado suele estar compartida con otros tipos de carne, principalmente pollo, pescado y verdura.

En los supermercados e hipermercados la carne se encuentra en cámaras frigoríficas, lo que no ocurre en el mercado al aire libre donde, como ya se ha dicho, la calidad en la conservación es bastante deficiente.

El espacio de productos frescos del cerdo, supone casi las $\frac{3}{4}$ partes de la exposición del resto de carne, principalmente carne de pollo.

La carne de porcino fresca se presenta en piezas para comprar en peso o en bandejas de plástico en diferentes formatos en la proporción del 50%. Una de las peculiaridades que podemos encontrar en China, es que la carne está accesible físicamente a los clientes, es decir, que es el propio consumidor el que escoge la pieza que quiere comprar, ya que la cámara refrigerada no está cerrada por el lado de los consumidores. Esta práctica resta frescura e higiene a la carne.

En las tiendas de productos importados y de mayor calidad, cuidan más la presentación y la gran parte de la carne se presenta envasada y en formatos predefinidos.

Las bandejas en las que se presenta la carne, tienen un peso entre 150 y 350 gramos. A parte de despojos, sobre todo, tripas, hígados y patas de cerdo, la carne se presenta en diferentes formas: troceada, laminada, en tacos y picada. También se vende en este tipo de formato el lomo de cerdo completo.

En los establecimientos se puede ver cómo la persona encargada de su manipulación, corta los trozos aún congelados de carne para preparar las bandejas y venderlo posteriormente en los formatos descritos.

⁹ Para más información contacten con las Oficinas Económicas y Comerciales de España en China (<http://china.oficinascomerciales.es>)

7. PRECIO

Al hablar de la variable precio, una vez más debemos diferenciar entre la carne de cerdo y los despojos, ya que existe gran diferencia entre ambos y el diferencial entre producto importado y local es muy dispar, siendo este margen mucho más estrecho en el caso de los despojos del cerdo.

- Por precio, la carne en canal y media canal congelada importada desde España, no podrá competir con la china. Si como hemos comentado antes, se opta por una diferenciación del producto, por ejemplo, carne orgánica, podrá dirigirse a un nicho de clase alta, que valore la calidad y esté dispuesto a pagar por un producto importado orgánico que puede suponer un incremento del precio de un 50%, respecto al importado no orgánico.
- Los despojos comestibles importados congelados pueden llegar a competir por precio con los despojos locales. En España, partes del cerdo como corazón, lengua, tripa, oreja, o intestino no son demandados para su consumo, pero en China son un plato exquisito y muy consumido. La exportación a China puede ser una buena forma de comercializar productos que no tienen salida en España, y que pueden suponer un importante volumen de negocio en el mercado chino.

Según FAOSTAT, y como media de la carne de cerdo en general en 2007 el precio al productor era de 3,38447 dólares el kilo, y el valor unitario de las importaciones a China, 1,54651 dólares el kilo. El precio de la producción local duplicaba el de las importaciones debido a la merma de la cabaña porcina en China por la crisis de la oreja azul y el terremoto de Sichuan.

Según las aduanas chinas, el precio medio de importación de los productos del cerdo que se está analizando ha sido en 2009:

- Carne fresca (020322): 1,08 euros/kilo.
- Carne congelada (020329): 0,69 euros/kilo.

La media de las importaciones españolas de esta partida fue de 0,62 euros/kilo, cerca de la media total pero muy lejos de los 2,04 euros/kilo de las procedentes de Taiwán.

- Despojos frescos (020630): no hay importaciones en 2009
- Hígados congelados (020641): 0,51 euros/kilo.
- Los demás despojos congelados (020649): 0,70 euros/kilo.

Los importados de España fueron a 0'65 euros/kilo

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Este precio (CNF) incluye el transporte hasta los principales puertos de destino de China. Para calcular una aproximación del precio de venta de la carne de porcino importada, habría que añadirle una serie de costes adicionales en destino:

- Arancel sobre precio CNF según producto (ver tabla página 26)
- Impuesto sobre el valor añadido (VAT). Un 13 % sobre el precio CNF y arancel.
- Otros costes: transporte interno, almacenamiento, seguro voluntario de mercancías, comisión agencia importación...
- Margen de mayorista y minorista: según los distribuidores locales , para el caso del producto chino sobre un 20%, que puede llegar hasta un 50% e incluso más el caso de producto importado.

En cuanto a precios de venta al público:

- En ocasiones, los establecimientos dirigidos al consumidor de clase media pueden registrar precios de carne local superiores a los de otros establecimientos dirigidos a consumidores de renta alta. Por otra parte, en los establecimientos de clase media, la gama de porcino fresco o congelado importado siempre es más reducida, reservándose casi exclusivamente a supermercados con productos de importación y cadenas de supermercados extranjeros con amplia gama de productos tanto local como importado (tipo Carrefour).
- En los mercados al aire libre no hay un precio fijo, si no que el precio se negocia individualmente con cada consumidor, por lo que no se han podido registrar los precios en este tipo de canal.

En una de las cadenas de tiendas de productos importados más conocida y con mayor variedad de productos importados en Pekín, venden sin embargo, carne de cerdo local, a un precio de 48 RMB el kilo. Mucho más caro de lo que se puede vender en cualquier establecimiento que no lleve el sello de "importado". Aprovechan la imagen del supermercado, para vender carne local a un mayor precio.

PRECIO DE PRODUCTOS PORCINOS LOCALES EN ESTABLECIMIENTO LOCAL

PIEZA	RMB / (kilo)	
	Calidad media	Primera calidad (Cerdo Negro)
猪前腿肉 / Carne de paleta	15.00	16.00
猪后腿肉 / Carne del jamón	17.00	17.60
五花肉 / Entreverada	17.00	19.00

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

绞肉 / Carne picada	13.50	18.50
猪肋排 / Chuleta	23	24
纯精肉 / Carne magra	14.50	20.00
带皮猪前肘 / Codillo de paleta con piel	11.80	14.50
带皮猪后腿 / Jamón con piel	12.00	13.20
梅条 / Lomo	19.00	20.00
猪心 / Corazón	15.00	16.00
猪肝 / Hígado	9.00	10.60
猪肚 / Tripa	20.00	21.00
猪尾 / Rabo	18.50	20.00
耳片 / Oreja	25.00	26.00
猪尾 / Rabo	24.00	25.00

Fuente: elaboración propia con datos del mercado mayorista Da Yang (Distrito de Chaoyang) Marzo 2010

8. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Para la carne de cerdo congelada importada, dirigida a un público dispuesto a pagar un alto precio, y sensible a la marca, podrá ayudar una campaña de promoción para hacerse conocer en el mercado, y diferenciarse de la competencia.

Una campaña televisiva o en medios de comunicación masivos, en ocasiones puede quedar fuera del alcance de muchas las PYMES españolas, pero hay otras formas de publicidad más asequibles para ellas, como la elaboración de una página web de calidad y la inserción de anuncios en internet.

A la hora de comenzar la exportación, se sugiere comenzar eligiendo de manera muy cuidadosa el segmento al que se va a dirigir el producto, vendiendo calidad y marca. Conseguir llegar a estos medios de la mano de asociaciones u organismos y empresas estatales como COFCO, tendría mucha mayor repercusión que una promoción independiente.

Las promociones en los puntos de venta también son una forma rentable de apoyar la carne de cerdo española y construir relaciones con los distribuidores y minoristas (en el caso de los despojos, la más apropiada).

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

A la hora de planificar estas acciones, no hay que olvidar que nos enfrentamos a un país con grandes diferencias culturales e idiomáticas. Cualquier anuncio o publicidad se debería hacer tanto en chino mandarín (idioma oficial), como en inglés, ya que la población de expatriados de todo el mundo en China también son público objetivo. Sin duda, la participación en ferias del sector, como se ha recomendado anteriormente, es una ayuda promocional no sólo para dar a conocer sus productos sino también para recabar información del mercado y de lo que están haciendo los competidores. La participación en las ferias debe entenderse como una labor de promoción integrada en un plan de acceso al mercado. Se recomienda una labor comercial pro-activa previa a la feria. Para las empresas que estén todavía en el proceso de decisión sobre su estrategia internacional puede ser interesante asistir como visitante.

The image shows the logo for ICEX, which consists of the letters 'ICEX' in a bold, sans-serif font. The logo is centered within a large, light gray rectangular border that has a slightly thicker inner line, creating a frame effect. The text and border are rendered in a light gray color, making them subtle against the white background.

VI. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DE CONSUMO

Cuando nos enfrentamos a una masa de consumidores como con la que cuenta China, debemos adoptar muchas precauciones y ser conscientes de que el tópico de que China es un mercado de 1300 millones de consumidores no se corresponde con la realidad. Las perspectivas de crecimiento del público objetivo de productos alimenticios importados en un mercado emergente como el chino siempre van asociadas a las expectativas de crecimiento de la clase media y la evolución cultural del país, que se analizan a continuación.

1.1. Factores sociodemográficos y económicos

Dos de los principales patrones de consumo que deben tenerse en cuenta son la edad y localización del consumidor, diferenciando entre consumo rural y urbano, muy influido este último por el factor de renta disponible.

1.1.1 Edad de los consumidores

- Nacidos después del 91: los consumidores han tenido posibilidad de un contacto directo con productos importados desde su adolescencia.
- Generación de transición (entre 16 y 45 años): podría llegar a estar dispuesta a adoptar nuevos elementos “occidentales” en su dieta. Es el grupo más numeroso y aprovechando la carencia de porcino local, es el grupo que se puede intentar atraer hacia el consumo de porcino importado.
- La generación de las personas mayores de 45 años han vivido la mayor parte de su vida con hábitos alimenticios puramente chinos, y que presumiblemente serán difíciles de modificar durante el resto de su vida.

1.1.2 Diferencia campo-ciudad y renta disponible

Si limitamos la edad mínima de la primera compra a los 25 años y en su límite superior a una persona de 40 años, el mercado de personas predispuestas a adquirir productos importados

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

estaría cercano a los 340 millones de habitantes, según estadísticas oficiales chinas, aunque esto requiere matizaciones, como veremos a continuación.

El principal consumo de la carne española, y en general de la carne importada, como se comentó anteriormente se va a llevar a cabo por la población urbana, ya que entre otras razones, la carencia de logística de frío va a imposibilitar la llegada a incluso zonas urbanas del interior y rurales.

El 55,1% de la población es rural y el 44,9% restante es urbana. Se estima, a la luz de los intensos flujos migratorios, que en 2035 el 70% de la población vivirá en las áreas urbanas. Es en las ciudades donde se encuentran las áreas de mayor crecimiento económico del país y aunque el acceso a los productos importados sigue siendo muy reducido en muchas de ellas, las nuevas tendencias de consumo están llegando a través de las cadenas de alimentación, a diferentes centros urbanos.

Actualmente se estima que el número de consumidores con capacidad para adquirir productos importados está en torno a 20 millones de familias o 340 millones de habitantes.

Además de este público objetivo local, existen otros nichos de mercado como los expatriados, y los chinos educados en el extranjero que se concentran en localizaciones específicas del país. Estos grupos de mercado tienen un perfil muy diferente al de los nuevos consumidores chinos, ya que normalmente son conocedores del producto y cuentan con las referencias de los respectivos países donde han vivido, para comparar tanto las calidades como los precios de los productos. El crecimiento de estos nichos es muy inferior al potencial de desarrollo del mercado chino. Para carnes de cerdo de máxima calidad, habría que centrar las estrategias de posicionamiento en este tipo de consumidor, dejando abierta la posibilidad de acceder al público general chino en el futuro. Aunque actualmente los grupos anteriormente citados pueden suponer un mercado importante, el verdadero potencial del mercado está relacionado con el desarrollo de la clase media china.

Las grandes diferencias geográficas hacen que la renta disponible se encuentre concentrada en determinados lugares del país. Como regla general la renta disponible es más alta en las ciudades costeras que en las del interior. Los núcleos urbanos con mayor porcentaje de personas susceptible al consumo de productos importados son los de Beijing y Shanghai; también las provincias de Guangdong, (Cantón) Zhejiang, Jiangsu, Shandong y Fujian presentan porcentajes superiores al resto del país.

Consecuencias de estos cambios demográficos y económicos en el consumo de carne de cerdo:

- El proceso de urbanización está motivando un incremento en la comida de origen animal. Mayores ingresos en concordancia con el incremento de la economía.
- Según el Ministerio de Agricultura, los consumidores de zonas urbanas consumieron una media de 19 kilos de cerdo por persona en 2008 y representaban el 60% del consumo de carne. La media anual de gasto en consumo de carne por persona son 896,87 RMB por persona.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

- El incremento de salarios, favorece el crecimiento del consumo de la carne de cerdo. El sector cárnico crece un 3-5 % anualmente, debido a la fuerte demanda de carne, las políticas favorables del gobierno, y la adopción de nuevas tecnologías.
- A pesar de la anterior afirmación, la relación entre ingresos del consumidor y el precio del cerdo es muy pequeña, la menor entre todos los tipos de carne. Es decir, que el precio del cerdo y el nivel de ingresos no determinan la cantidad demandada de producto local porque el cerdo es un producto básico en la dieta china. Además, el cerdo es la carne menos cara si la comparamos con otras, y las preferencias de los consumidores están claramente orientadas a la carne de cerdo. Sin embargo, si hablamos de carne importada, sí que debemos pensar en un consumidor que esté dispuesto a pagar más por una carne de más calidad.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1. Hábitos y formas de consumo

Como en muchos otros aspectos de la sociedad en China, y aunque aún muy condicionada por fuertes costumbres de consumo, las nuevas generaciones de consumidores empiezan a adoptar un patrón de consumo con ciertas similitudes al patrón occidental.

- La dieta china, tiene una fuerte base vegetariana (cereales, hortalizas y frutas) completada en muchas zonas con pesca, carne de porcino y ave.
- La carne de porcino es un alimento que se consume durante todo el año. El momento de menor consumo, es en verano, en épocas de mayor calor, cuando se ve sustituido por alimentos como el marisco y vegetales....
- La principal forma de consumo es en comidas cocinadas en casa, con platos abundantes. Aunque cada vez con más frecuencia, los consumidores chinos de rentas medias altas, comen fuera de casa. Esto se debe a un cambio en el estilo de vida: el consumidor prefiere pasar más tiempo fuera y trabajando que en la cocina. Hay cuatro tipos de establecimientos principales: los restaurantes de comida china, fast food, cafés y bares de estilo occidental y restaurantes de lujo.
- El consumo de la carne de porcino, aumenta aún más durante las vacaciones chinas, febrero (año nuevo chino), mayo y octubre, donde las familias se reúnen y comen en casa los principales platos chinos.

2.2. Hábitos de compra

Aunque la tendencia está cambiando, aún son muchos los consumidores que van diariamente a los mercados abiertos (wet markets) a comprar la comida del día, principalmente personas de más de 60 años. Verduras, carne, leche, fruta..., todos ellos, productos perecederos con un ciclo de consumo muy corto. En estos establecimientos se vende carne sin refrigerar, pues carecen de los equipos necesarios.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Sin embargo, uno de los grupos demográficos más dinámico, los consumidores jóvenes y de clase alta, empiezan a sustituir las compras en los mercados abiertos y en las tiendas tradicionales, por compras en los supermercados e hipermercados.

Aunque en ambos casos, los consumidores chinos acostumbran a hacer compras de carne pequeñas y frecuentes. En promedio, el consumidor chino hace la compra una o dos veces a la semana. Estas compras dan al consumidor la percepción de que lo que compra es más fresco.

2.3. Preferencias

El consumidor chino prefiere el consumo de carne de porcino fresca, más que congelada, por lo que es raro encontrar carne congelada en los supermercados e hipermercados. Aunque como hemos explicado anteriormente, la diferencia entre fresca y congelada es simplemente una cuestión de apariencia, ya que en realidad la que se compra en supermercados e hipermercado como fresca es descongelada.

Cada vez más, el consumidor es muy selectivo, y se preocupa por el consumo de alta calidad, y le empieza a dar importancia a los certificados de calidad en los alimentos.

La seguridad, es otro de los temas a los que el consumidor presta mucha atención, y puede ser ahora un buen momento para atraer al consumidor sensible a este factor para que consuma carne importada, por las deficiencias del sector logístico.

VII. ANEXOS

1. PRODUCTOS CURADOS DEL PORCINO: JAMÓN

El jamón es sin duda uno de los productos más emblemáticos de la gastronomía española.

1.1. Delimitación del producto y clasificación arancelaria

Según el protocolo firmado tanto para carne como productos curados del cerdo, se definen los productos curados susceptibles de exportación a China, como “la carne de cerdo deshuesada que ha sido procesado durante al menos 313 días con procedimientos específicos”.

Esta definición, por tanto, limita en la práctica la exportación al jamón.

Cuando hablamos de jamón es conveniente resaltar que no todos los jamones elaborados en España son iguales. En una primera y básica clasificación cabe señalar la existencia de dos tipos de jamón curado, claramente diferenciados, cuya singularidad la marca la raza de los cerdos de los que proviene: jamón procedente de **cerdo ibérico** y jamón procedente de **cerdo blanco**.

Tras esta primera catalogación puramente genética, que ya confiere unos atributos inherentes muy señalados, existen otros factores: tipo de crianza, alimentación, periodos y sistemas de curación y maduración, zonas productivas etc. que, aún partiendo de unos parámetros de elaboración prácticamente iguales, tienen una gran incidencia sobre el producto final y convierten el jamón curado, ibérico o serrano, en un producto con posibilidades casi ilimitadas en cuanto a diversidad de aromas, sabores y texturas.

Por lo tanto, atendiendo a la raza de procedencia, a la parte del cerdo utilizada (la paleta procede de las extremidades delanteras del cerdo, y el jamón de las traseras) y a la alimentación del animal se puede clasificar el jamón curado de la siguiente manera:

- Jamón curado de cerdo blanco
- Paleta curada de cerdo blanco
- Jamón ibérico: bellota, recebo, pienso

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

- Paleta Ibérica: bellota, recebo, pienso

No existen distintas partidas arancelarias que distingan el jamón serrano del ibérico, por lo que éstos se agrupan conjuntamente con el resto de tipos de jamón curado y/o ahumado. No obstante, se hace una diferenciación entre el jamón con hueso y deshuesado, así como las paletas. Por tanto la partida arancelaria contemplada es:

0210.19.020: Las demás (jamones, paletas y sus trozos deshuesados) La única susceptible de ser exportada desde España a China, porque así lo requiere el protocolo.

1.2. Producción local

La producción doméstica de jamón curado en China es escasa, debido a que se trata de un producto que requiere ciertas especificaciones tales como el periodo de curación y el clima entre otros. Se puede señalar de forma anecdótica la existencia de algunos fabricantes chinos, producen propiamente su jamón serrano.

En la provincia de Zhejiang se produce el jamón conocido como “Jinhua ham”, curado y salado. El método de producción, a partir de cerdo negro, es muy rudimentario y tradicional, muy lejos de los sistemas de producción en España. El proceso de fabricación de los jamones es de 9 meses de curación. El proceso de producción se divide en varias fases: corte, salado, lavado, secado al sol, proceso de reposo para el envejecimiento. Aunque por apariencia se pueda parecer al jamón español, en China se consume cocinado, en sopas y guisos, no como el jamón en España.

1.3. Ciclo de vida

El jamón curado como lo conocemos en España es un producto muy desconocido en China tanto por distribuidores como por los consumidores. Es un producto en una fase de introducción en este mercado.

En esta fase inicial de comercialización se deberá hacer esfuerzos de publicidad y promoción no sólo para informar del producto sino también de su forma de consumo. La mayor parte de los consumidores que conocen el jamón español, creen que es carne cruda. Se recomienda acceder al mercado apostando por el producto, darlo a conocer y desarrollarlo. El esfuerzo en la promoción de ventas debe ser intensivo para penetrar en el mercado ya que no se compra lo que no se conoce.

1.4. Competencia internacional

Por las cualidades del producto, son pocos los competidores a los que se enfrentan los productos españoles, siendo los principales los productos curados italianos, aunque finalmente el prosciutto italiano poco tenga que ver con el jamón español. Italia ha sido el único país que ha firmado el protocolo para productos curados antes que España.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Las marcas con mayor presencia en el mercado chino, son las italianas Casa de Módena y Beretta.

Mención especial merece la estrategia de acceso al mercado chino que ha realizado la empresa italiana Salumificio Fratelli Beretta, la cual firmó un acuerdo de colaboración con la empresa china Nanjing Yurun Group, en febrero de 2007. El acuerdo supuso una inversión conjunta de 10 millones de dólares para establecer una Joint Venture.

Con esta cooperación, la empresa italiana aporta la tecnología de producción de productos curados. Como resultado de ello, Yurun amplía su cartera de productos gracias a una tecnología que aún no se conoce demasiado en China y Beretta aprovecha de la red de distribución y del nombre de Yurun, una de las más importantes empresas de productos porcinos en China.

Debe señalarse sin embargo que tanto el jamón italiano como el español son productos novedosos para el consumidor chino, que puede confundir.

Aparte de esto, España es el sexto productor porcino mundial y los productos de cerdo ibérico son exclusivamente nacionales y, por lo tanto, sin posibilidad de competencia. La fortaleza de la oferta española reside en el cerdo ibérico de excelente calidad, precio más elevado y posicionamiento en el sector gourmet. En este sector es donde podemos individualizarnos y diferenciarnos de los productos porcinos que ofrecen otros países competidores.

1.5. Obstáculos comerciales

En cuanto a los “obstáculos comerciales” (ver página 29) y “condiciones de acceso” (página 48), remitimos a lo previamente dicho para la exportación de porcino congelada, ya que el protocolo contempla las mismas condiciones tanto para porcino congelado como para productos de porcino curados. Sin embargo, cabe destacar que en este caso no es necesario solicitar la licencia automática.

El arancel para el jamón no es el mismo que para la carne, sino que supone un 25%. En cuanto al IVA es también un 13% y la documentación necesaria para el despacho de aduanas coincide con la partida 0203.

1.6. Canales de distribución

Antes de comenzar con las acciones de publicidad, debemos asegurarnos de que el producto está en los puntos de venta, de lo contrario podría beneficiar a los competidores.

La distribución tiene que ser muy selectiva, orientando el producto a supermercados de productos importados (gourmet o delicatessen), grandes almacenes, y canal HORECA de comida internacional y de calidad. Cada vez son más restaurantes españoles de calidad en China, sobre todo en las grandes ciudades Pekín, Shanghai, y de otras nacionalidades que conocen el jamón español.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Para llegar a estos establecimientos, debemos asegurarnos de encontrar un distribuidor conocedor del producto y sus cualidades.

1.7. Características del producto. Presentación

El jamón curado italiano, se presenta principalmente en lonchas por paquetes de 100 gramos y al vacío, con envoltorio transparente para poder ver el contenido.

El estándar en vigor para el etiquetado de este tipo de productos, es el que se aplica a los alimentos en general, "National Standard of Labeling for Prepackaged Food" GB 7718-2004. Además ha habido una notificación a la OMC modificando esta norma, la CHN 733, que entrará en vigor próximamente.

La otra modalidad de presentación del producto, aunque menos común que la anterior, es la pieza de jamón entera deshuesada, para comprar al peso.

El jamón español también se puede adquirir por paquetes de 100 gramos o para laminar, en tiendas especializadas.

1.8. Precio del producto importado

El precio de venta del jamón español en Pekín para laminar es:

Jamón ibérico: 120-130 RMB (100 gramos)

Paleta ibérica: 85-90 RMB (100 gramos)

Jamón serrano: 42 RMB (100 gramos)

En paquetes de lonchas de 100 gramos puede llegar a aumentar el precio hasta un 40%.

Por otro lado, el precio de venta del jamón curado italiano es:

Prosciutto crudo laminado:

- 32-35 RMB (100 gramos)

Prosciutto San Danielle:

- 90 RMB (100 gramos)

Prosciutto de Parma para laminar:

- 40 RMB (100 gramos)

En un supermercado local en la ciudad de Nanjing, se encontraron productos curados locales, el antes comentado jamón de Jinhua, que en apariencia se asemejaba al jamón serrano.

- 46 yuanes (1 kilo). Trozos de entre 0,3 y 0,4 kilos.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

1.9. Consumidor potencial

El público objetivo de este producto será el consumidor chino de renta alta y con hábitos de consumo cada vez más occidentalizados, y los expatriados. Este nicho de mercado cada vez es más numeroso principalmente en Pekín, Shanghai y Cantón, como se ha explicado en el apartado IX. Análisis de la demanda.

El consumidor medio chino será difícil que opte por el consumo de este producto, por su elevado precio y por desconocimiento, al menos a corto y medio plazo.

1.10. Actividades de promoción

Como líneas generales para la correcta introducción del producto y para estimular la toma de conciencia en compradores iniciales y distribuidores se recomienda hacer un gran esfuerzo en publicidad y promoción. Un factor relevante es que por desconocimiento, la mayor parte de consumidores chinos creen que el jamón español es carne cruda, puesto que no están familiarizados con el proceso de curación. Habría que hacer hincapié en este aspecto en la promoción, para vencer su reticencia inicial a comer productos crudos.

Se deberán hacer acciones promocionales dirigidas tanto a intermediarios (eslabones de la cadena que preceden al consumidor final) como al consumidor final.

Los dos puntos más importantes sobre los que se debe informar son:

1.10.1. Cualidades del producto

- Tras la elección del distribuidor, el exportador español no puede obviar la labor de información sobre el producto y su conservación, si quiere que sea entendido adecuadamente. Es necesario velar por la extrema calidad del producto para crear una buena imagen del jamón español. El hecho de que sea un producto novedoso, unido a su alto precio, generarán una cierta reticencia inicial que sólo se podrá superar ofreciendo un producto de extrema calidad.
- El consumidor final por lo general tampoco está familiarizado con este producto, y aún menos sería capaz de diferenciarlo de otros productos similares como el jamón italiano. Además, se presentarán conjuntamente en el lineal del punto de venta, lo que dificulta aún más la diferenciación. Una buena manera de evitar el riesgo de confusión del consumidor es poner etiquetas o carteles informativos sobre la peculiaridad y la exclusividad del jamón curado español de forma visible en la superficie de venta. Cada vez es mayor la preocupación de la población china por la salud. En este sentido se debe incidir en que tanto la cría del animal como el proceso de curación del jamón español se realiza de manera natural y sin el uso de sustancias artificiales. Asimismo, sería conveniente resaltar los aspectos beneficiosos que el consumo del jamón tiene para la salud (teniendo en cuenta las leyes chinas para la publicación de este tipo de contenidos).

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

1.10.2. Formas de promoción

- Mediante cursos de formación a expertos del sector, como responsables de cocina de importantes hoteles y restaurantes se podrá mostrar las formas de corte, presentación y consumo del jamón, factores nada banales.
- La organización de recepciones en hoteles y restaurantes que demanden productos de alta calidad, como el jamón ibérico. Oportunidad de asociar el jamón español con otros productos como vino, queso y aceite y vender el concepto de “tapas” o “cultura gastronómica española”.
- Con campañas de publicidad en televisión, internet y revistas de alimentación y publicaciones del sector gourmet, se puede lograr un conocimiento global del producto para el consumidor. Además de cualidades del producto, se puede proporcionar recetas elaboradas con jamón, opiniones de expertos, y potenciar la imagen y marca del jamón. Se debe educar en el consumo, y diferenciarlo claramente del resto de productos. Por ejemplo, en China, existe un tipo de carne fresca que se vende cortada en láminas (parecido a como se corta el jamón), pero tiene un uso radicalmente diferente, ya que ésta se utiliza para un plato chino llamado “hot pot”, en el que la carne se cocina junto con verduras en una olla con caldo.
- Concursos de corte de jamón.

2. PRINCIPALES FERIAS

Las ferias más importantes para la comercialización de productos cárnicos en general y del porcino en particular son: China International Meat Industry Exhibition (CIMIE), SIAL y Food and Hotel. La CIMIE está especializada en productos cárnicos.

Tanto SIAL como Food and Hotel en su edición de Shanghai son las dos ferias más importantes de alimentación general en China. Los pabellones no están divididos por tipos de productos sino por nacionalidades, por lo que las empresas de productos del porcino se encuentran repartidas entre los diferentes pabellones.

Food and Hotel, también cuenta con una edición en Beijing mucho más pequeña que la de Shanghai, y con carácter generalista. Esta feria está enfocada a empresas en el área de influencia de Beijing, ya que el resto suelen visitar la edición de Shanghai.

En la página Web de ICEX (www.icex.es) se puede encontrar información detallada sobre las siguientes ferias:

SIAL CHINA (mayo)

<http://www.sialchina.com/>

SIAL China, se le celebra anualmente desde el año 2000, en la ciudad de Shanghai. La feria tiene un importante carácter internacional aunque la participación china ha crecido

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

notablemente en los últimos años. En la feria encontramos empresas de alimentación de todo tipo: lácteos, vinos, cárnicos, cafés, aguas, bebidas, aceites vegetales, dulces... Las empresas de aceite de oliva, cárnicos y vinos, fueron en 2010 las más representadas en el pabellón de España.

El Plan China contó con un pabellón oficial español, en el que participaron 39 empresas y asociaciones españolas.

Próxima edición: mayo de 2011. (Shanghai)

FOOD AND HOTEL BEIJING (junio)

<http://www.fhcbeijing.com.cn/>

Food and Hotel Beijing guarda la misma línea que Food and Hotel Shanghai, pero con un tamaño mucho menor. En la edición de 2009 participaron 18 empresas españolas más un stand informativo del Plan China y otro institucional de la Cámara de Burgos. Es una feria de alimentación generalista. Pese a su reducido tamaño, es la feria más profesional de alimentación del Norte de China.

En la edición de 2009, participaron un total de 119 empresas, el 51% de las mismas de origen chino.

Es una feria que se celebra desde 2006 con carácter bianual. Próxima edición: junio de 2011. (Pekín)

CHINA INTERNATIONAL MEAT INDUSTRY EXHIBITION (itinerante y variable)

<http://www.cimie.com/>

En la edición de 2009¹⁰ contó con una superficie de 40000 m² y más de 700 expositores. De ellos, el 60,8% fueron expositores chinos y el 39,2% restante extranjeros. Entre ellos, además de productos cárnicos, estaban representadas las industrias asociadas: aditivos, maquinaria, envases y embalajes.

La presencia internacional estaba representada por los pabellones de Estados Unidos, Países Bajos, Australia, Dinamarca, Irlanda y Alemania.

Próxima edición: junio - julio de 2011 (Beijing Exhibition Center)

FOOD AND HOTEL CHINA (noviembre)

<http://www.fhcchina.com/>

En la edición de 2009, participaron más de 100 empresas españolas. Es considerada la feria más importante de alimentación en China y tiene un carácter profesional.

En 2009 contó con 849 empresas procedentes de 61 países y 28 pabellones nacionales.

¹⁰ Los datos de la edición de 2010 aún no están disponibles a la fecha de elaboración de este estudio.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Próxima edición: 11-13 de noviembre de 2010 (Shanghai).

3. PRINCIPALES MERCADOS MAYORISTAS

○ Pekín

MERCADO DE PRODUCTOS CÁRNICOS Y PESCA DEL SUROESTE DE BEIJING

北京市西南郊肉类水产品市场

Dirección: No. 85, Nan San Huan West Road, Fengtai District, Beijing

地址 北京市丰台区南三环西路85号

Tel: 010-63469576

Persona de contacto: Yang Zhe (杨哲)

BEIJING BA LIQIAO FARM PRODUCERS

北京八里桥农贸市场

Dirección: N° 4, Golden Dragon Street, Tonghui North Road, Tongzhou District, Beijing

Código Postal: 101100

Tel.: +86-10-60518236

Fax: +86-10-60512766

E-mail: zel@bjblq.com

www.bjblq.com

Persona de contacto: Zhao Erlie (赵尔烈)

MERCADO MAYORISTA XINFADI

北京新发地批发市场

北京市丰台区京开高速路新发地桥西侧

West of Xinfadi Qiao, Jing-kai, Highway Fengtai District, Beijing

Tel: +86-10-83726816, +86-10-83722317

Director General: Sr. Zhang Yuxi

www.xinfadi.com.cn

MERCADO DE MAYORISTAS DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS EN DAZHONGSI

北京回龙观大钟寺农副产品批发市场

地址: 北京市昌平区回龙观小区北侧

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Dirección: North of Huilongguan Xiao Qu, Changping District, Beijing

Descripción: Verdura, fruta, salsa, pescaría, marisco, cereales, aceite, carne, huevo, y etc.

总经理: 刘廷江

Directo General: Sr. Liu Yanjiang

Tel. y Fax: 010- 81719855

www.cbdzs.com

E-mail: cbcs@cbdzs.com

o Shanghai

SHANGHAI MEAT WHOLESALE MARKET

上海肉类批发市场(上海南浦大桥食品批发交易市场)

地址 上海市外马路218号(200011)

Add: No.1218, Waima Road, Shanghai 200011

Tel/Fax: +86-21-63774261

SHANGHAI CAO'AN MARKET (MEAT DEP.)

上海曹安路市场(肉类部)

地址 上海市武宁路255号(200333)

Add: No.2255 Wuning Road, Shanghai 200333

Tel: +86-21-62657373 ext.3010, 3022, 3081

Fax: +86-21-51040224, 52818429

联系人: 归经理 沈经理

Contact: Mr. GUI, Mr. SHEN

Web: www.shclz.com.cn

SHANGHAI WUSONG MEAT WHOLESALE MARKET

上海吴淞肉类批发市场

地址 上海市宝山区吴淞安大路41号(200940)

Add: No.241 An Da Road, Wusong, Baoshan District, Shanghai 200940

Tel: +86-21-5644000

联系人: 范中高

Contact: Fan Zhonggao

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

SHANGHAI LONGHUA MEAT WHOLESALE MARKET

上海市龙辉肉类批发市场

地址 上海市徐汇区龙吴路88号

Add: No.388 Longwu Road, Shanghai

Tel: +86-21-64038400

SHANGHAI DACHANG MEAT WHOLESALE MARKET

上海大场肉类批发市场

地址 上海市南大路30号(200436)

Add: No.333 Nanda Road, Shanghai 200436

Tel/Fax: +86-21-56682264

SHANGHAI SANJIAODI CORP. DABAISHU FOOD TRADING MARKET

上海三角地总公司大柏树食品交易市场

地址 上海市虹口区中山北一路55号(200083)

Add: No.555 Zhongshan Bei yi Road, Hongkou District, Shanghai 200083

Tel: +86-21-65421126

SHANGHAI MINXIN PIGS BUTCHERS & WHOLESALE CENTRE

上海闵莘生猪屠宰批发中心

地址：上海市闵行区北桥镇放鹤路2134号（201109）

Add: No.2134 Fanghe Road, Beiqiao Town, Minhang District, Shanghai 201109

Tel: +86-21-64901927

○ Cantón

EMPRESA DE PRODUCTOS CONGELADOS DE CANTÓN

广东省广弘食品集团冻品交易中心

Dirección: No. 5, Shuichang Road, West town, Guangzhou

地址 广州市西村水厂路5号

Tel: 020- 81058394

Persona de contacto: Li Xiaoming (黎晓明)

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

○ Liaoning

FILIAL DE PRODUCTOS CÁRNICOS DE LA EMPRESA DE ALIMENTACIÓN DE SHENYANG

辽宁省沈阳食品公司肉食城分公司

Dirección: No. 17 Construcción Building, No. 115, Zongzhan Road, Heping District, Shenyang, Liaoning

地址: 沈阳市和平区总站路115号建筑大厦17楼

Tel: 024- 31601706

Persona de contacto. Sun Maoxin (孙茂新)

EMPRESA DE PRODUCTOS COCINADOS DE DALIAN

辽宁省大连熟食品交易中心

Dirección: No. 568, Southwest Road, Shahekou District, Dalian, Liaoning

地址: 大连市沙河口区西南路568号

Tel: 0411- 84385122

Persona de contacto: Li Zhenmei (李振梅)

○ Jiangsu

WUXI FOOD SHOPPING CITY

无锡食品商城

Dirección: No. 88, Tongsha Road, Wuxi de Provincia de Jiangsu

地址: 江苏省无锡市通沙路88号

Tel: 0510- 82265059

Persona de contacto: Xin Miao (辛淼)

4. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

General Administration for Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the P.R. of China (AQSIQ), 9 Ma Dian East Rd., Hai Dian District, CN-100088 Beijing, teléfono: +86 10 82262114, fax : +86 10 82260011; <http://www.aqsig.gov.cn>

CHINA MEAT ASSOCIATION

Contacto: Li xue

Cargo: International Marketing Manager

Dirección: Room 1138, No.1 Building, No.2 Yuetan. Beixiao Street, Xicheng District, Beijing, 100037 China

Teléfono: (86-10) 51951805

Fax: (86-10) 51661769

Email: xue.li@info-cma.org

Web: www.cimie.com; www.chinameat.org

Varias entrevistas para la obtención de información para el estudio de mercado. Interesados en conocer empresas y asociaciones españolas de cárnicos para futuras actuaciones.

5. MEDIDAS DE SUPERVISIÓN, INSPECCIÓN Y CUARENTENA PARA PRODUCTOS CÁRNICOS (NOTIFICACIÓN SPS CHN207)

Measures for Supervision and Administration of the Inspection and Quarantine of Entry and Exit Meat Products

(Draft for examination)

Chapter 1 General Provisions

Article 1 **[Purpose and Basis]** The present Measures are formulated in accordance with the Law of the People's Republic of China on Import and Export Commodity Inspection and the regulations for the implementation thereof, the Law of the People's Republic of China on Entry and Exit Animal and Plant Quarantine and the regulations for the implementation thereof, the Frontier Health and Quarantine Law of the People's Republic of China and the detailed rules for the implementation thereof, the Food Safety Law of the People's Republic of China and the detailed rules for the implementation thereof, the Special Rules of the State Council on Strengthening the Supervision and Management of the Safety of Food and Other Products and other relevant laws and regulations for the purpose of reinforcing the inspection, quarantine and supervision of entry and exit meat products, ensuring the quality safety of entry and exit meat products, preventing epidemic diseases of animals from

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

entering into or leaving China and protecting the work safety of agriculture and animal husbandry as well as human health

Article 2 [Applicable Scope] The present Measures shall be applicable to the inspection, quarantine and supervision of entry and exit meat products.

Article 3 [Definition of Meat Products] The term “meat products” as mentioned in the present Measures refers to any part of the slaughtered animals that are edible for the humans, including the body, meat, viscera, byproducts, and products made of the aforementioned products as raw materials, excluding canned products.

Article 4 [Assignment of Responsibility] The General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People’s Republic of China (hereinafter referred to as “the General Administration”) is responsible for the unified administration of the inspection, quarantine and supervision of entry and exit meat products of the whole country.

The institutions of entry and exit inspection and quarantine set up by the General Administration at all places (hereinafter referred to as “inspection and quarantine institutions”) shall be responsible for the inspection, quarantine and supervision of entry and exit meat products in the localities under their jurisdiction.

Article 5 [Management Model] The inspection and quarantine institutions conduct inspection, quarantine, supervision and spot check of entry and exit meat products according to law and practice credit management and categorized management systems for the enterprises producing and processing entry and exit meat products (hereinafter referred to as “producing enterprises”) according to regulatory need.

Article 6 [Principal Responsibility of Producing Enterprises] The producing enterprises of entry and exit meat products shall go in for production and operation activities according to laws, administrative regulations and related standards, be responsible for the society and the public, guarantee the quality safety of meat products, accept social supervision and assume social responsibility.

Chapter 2 Entry Inspection and Quarantine

Article 7 [Entry Standard and Safety Assessment] The entry meat products shall meet the requirements of Chinese laws, regulations and national standards for food safety as well as the inspection and quarantine requirements specified in the agreements, protocols, memorandums and other regulations signed between China and the exporting countries or regions, and the quarantine requirements prescribed in trade contracts.

To import the meat products without a national standard for food safety, the consignee shall submit the licensing and evidentiary documents issued by the health administrative department of the State Council to the inspection and quarantine institution.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Article 8 [Risk Analysis] In accordance with the requirements of Chinese laws, administrative regulations and national standard for food safety and the risk analysis results of domestic and foreign epidemic situation, epidemic diseases and toxic and harmful substances and in consideration of the validity assessment on the quality safety management systems of the countries or regions which intend to export meat products to China, the General Administration formulates and publishes the inspection and quarantine requirements of the meat products entering into China; or sign inspection and quarantine agreements with the countries or regions which intend to export meat products to China, and determine inspection and quarantine requirements and related certificates.

Article 9 [Archival Filing of Exporters and Agents and Registration of Overseas Producing Enterprises] The General Administration adopts archival filing management on the exporters or agents who export meat products into the territory of China, and periodically announce a list of the filed exporters and agents.

The overseas producing enterprises of entry meat products shall be subject to registration at the General Administration

Article 10 [Archival Filing of Consignees] The inspection and quarantine institutions adopt archival filing management on the consignees of entry meat products. Only the filed consignees may go through the entry procedure for the meat products.

Article 11 [Import and Sales Record System] The consignees of entry meat products shall establish a meat product entry and sales record system. The records shall be authentic and their keeping period shall not be less than two years.

Article 12 [Quarantine Approval and Preliminary Inspection] The General Administration adopts a quarantine approval system for entry meat products. The consignee of entry meat products shall go through quarantine approval formalities and obtain a license for entry animal and plant quarantine before concluding a trade contract.

The General Administration may, where it is necessary, send people to the countries or regions that export meat products to China to make preliminary inspection.

Article 13 [Entry Ports] Entry meat products can only enter into China at the ports designated by the General Administration.

The inspection and quarantine institutions of entry ports shall have the equipment and facilities for on-spot check and laboratory inspection and quarantine of entry meat products and shall be equipped with corresponding professional personnel.

Entry meat products shall be stored in the refrigerated storage warehouses or other places designated by the inspection and quarantine institutions. The meat product entry ports shall have the refrigerated storage warehouses adaptable to the quantity of entry meat products.

Article 14 [Packaging Requirements of Entry Fresh and Frozen Meat Products] The packaging of entry fresh and frozen meat products shall meet the following requirements:

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

- (I) The inner and outer packages must be made from innocuous and harmless materials and intact;
- (II) The inner and outer packages shall indicate country of origin, product name and registration number of the producing enterprise;
- (III) The outer package shall indicate specification, place of production (state/province/city), destination, date of production, term of quality guarantee, temperature for storage and other necessary information in Chinese. The destination shall be the People's Republic of China. There shall be an official inspection and quarantine label of the exporting country.

Article 15 [Entry Declaration Inspection] Before or when meat products enter into China, the consignor or its agent shall apply for declaration inspection to the inspection and quarantine institution of the entry port by presenting relevant documents, including its license for the quarantine of entry animals and plants, the original copies of the related certificates issued by the authorities of the exporting country or region, the certificate of origin, trade contract, bill of lading, invoice and etc.

The official inspection and quarantine certificate issued by the exporting country or region and attached to the entry meat products shall meet the requirements of the General Administration on this certificate.

Article 16 [Accept Declaration Inspection] The inspection and quarantine institution examines the documents submitted by the consignee or its agent. If they meet requirements, it will accept the declaration inspection, verify the quarantine approval quantity and meanwhile issue a customs clearance certificate of the entry goods.

Article 17 [Container Sterilization for Epidemic Prevention] The vehicles and containers that carry entry meat products shall be subject to sterilization for epidemic prevention under the supervision of the inspection and quarantine institution at the entry port. No entry meat product may be unloaded from the vehicles and containers without the approval of the inspection and quarantine institution.

Article 18 [On-spot Inspection and Quarantine] The inspection and quarantine institution of the entry port shall carry out on-spot inspection and quarantine pursuant to provisions. The on-spot inspection and quarantine shall include the following content:

- (I) Check whether vehicles are clean without peculiar smell, whether the temperature control devices work normally and whether temperature records meet requirements;
- (II) Check whether products are consistent with documents, including container serial number and lead seal number, product name, quantity (weight), exporting country or region, name of the producing enterprise or registration number, date of production, packaging, mark, the reference number of the official certificate of the exporting country, marks or sealing labels and other information;
- (III) Check whether packaging meets national standard for food safety;

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

- (IV) Check whether the labels of the prepackaged meat products meet requirements;
- (V) Fresh and frozen meat products shall also be checked on whether their freshness, color and smell are normal, whether central temperature meets requirements, whether there is hair, blood, ordure, gall contaminants and other impure substances, whether they are dried, whether there is bloody ice or excessive icy water, whether there is hemorrhage or gore, whether there is abscess, blister scabs, tubercular focus and other pathological changes of diseases as well as any visible parasite cysts, pests, foreign matters and other abnormal conditions. If necessary, a boiling test may be done.

Article 19 [Designated Storage Places] Entry fresh and frozen meat products shall, upon passing the on-spot inspection and quarantine, be carried to the places designated by the inspection and quarantine institutions for storage.

Article 20 [Sampling Inspection] Inspection and quarantine institutions shall sample entry meat products pursuant to provisions and inspect or monitor the following items according to the requirements of related standards, monitoring and control plans, warning notices and etc.:

- (I) Pathogenic microorganisms, heavy metals, pesticide remnants, remnants of animal remedies and other toxic and harmful substances;
- (II) Epidemic diseases and parasites;
- (III) Other required items.

Article 21 [Handling of Inspection and Quarantine Results] The inspection and quarantine institutions of the ports shall deal with the entry meat products in the following way based on the inspection and quarantine results:

- (I) If the meat products have passed the inspection and quarantine, a Certificate of Inspection and Quarantine for Entry Goods shall be issued to approve the production, processing, sale and use thereof. The Certificate of Inspection and Quarantine for Entry Goods shall indicate the container serial number, production batch number, manufacturer name, registration number, mark and other traceable information of the entry meat products.
- (II) If the meat products fail to pass the inspection and quarantine, a Notice of Disposal for Inspection and Quarantine shall be issued.

Under one of the following circumstances, the products shall be returned or destroyed:

1. No valid license for quarantine of entry animals and plants;
2. No related certificates issued by authorities of the exporting country or region;
3. The entry meat products are produced by an unregistered producing enterprise;

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

4. The items involving in human safety, health and environmental protection are unacceptable.
- (III) If the inspection and quarantine discover the items without involving in human safety, health and environmental protection are unacceptable, the products may be technically treated under the supervision of the inspection and quarantine institutions. They may be sold or used only after they pass inspection and quarantine.
- (IV) Where it is necessary to claim damages against foreign parties, relevant certificates shall be issued.

Article 22 [Transit Preliminary Inspection] If the entry meat products of which destination is Chinese mainland are unloaded from the original transportation ships in Hong Kong or Macao and are transported to Chinese mainland through highways in Hong Kong or Macao, the consignor shall apply for transit preliminary inspection to an inspection institution designated by the General Administration. No product that doesn't undergo or pass preliminary inspection shall be transferred to Chinese mainland.

The designated inspection institution shall carry out preliminary inspection according to the requirements of the General Administration. After the products pass the inspection, it will paste new sealing labels on the products and issue a certificate. When an inspection and quarantine institution of an entry port accepts declaration inspection, it shall check this certificate, too.

Chapter 3 Exit Inspection and Quarantine

Article 23 [Exit Inspection and Quarantine] Exit meat products are supervised and spot checked by the inspection and quarantine institutions and are released by presenting the customs clearance certificate issued by an inspection and quarantine institution.

Article 24 [Requirements on Exit Inspection and Quarantine] The inspection and quarantine institutions shall implement inspection and quarantine of exit meat products according to the following requirements:

- (I) The inspection and quarantine requirements of the exporting country or region;
- (II) The inspection and quarantine requirements as provided in the agreements, protocols, or memorandums entered into by the Government of the People's Republic of China and the exporting countries or regions;
- (III) The laws and administrative regulations of China and the inspection and quarantine requirements as provided by the General Administration;
- (IV) The requirements of the authorities of importing countries or regions on quality, quantity, weight, packaging and etc.;
- (V) The inspection and quarantine requirements prescribed in trade contracts.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Article 25 [Archival Filing of the Producing Enterprises of Exit Meat Products] The inspection and quarantine institutions adopt archival filing management on the producing enterprises of exit meat products according to the regulations for archival filing of the producing enterprises of export food.

If the importing countries or regions have registration requirements on Chinese producing enterprises of exit meat products and the registered enterprises need to be recommended, the matter shall be handled according to the related provisions of the General Administration.

Article 26 [Archival Filing of Farms] The animals to be processed into exit meat products shall be from the farms filed by inspection and quarantine institutions and approved by agricultural administrative departments in advance.

On the basis of risk analysis, the inspection and quarantine institutions monitor animal epidemic diseases, pesticide remnants, remnants of animal remedies, environmental pollutants and other toxic and harmful substances in the filed farms. Without a quarantine acceptance certificate issued by the local agricultural administrative department or without passing the monitoring of epidemic diseases, pesticide remnants, remnants of animal remedies and other toxic and harmful substances, no animal may be slaughtered and processed as exit meat products.

Article 27 [Supply Certificate] Each filed farm or slaughterhouse of the animals to be processed into exit meat products shall issue a supply certificate for every batch of the exit meat products it produces.

Article 28 [Whole-process Quality Safety Self-Control System] The producing enterprises of exit meat products shall, as per the requirements of the importing countries or regions, establish an effectively operated and traceable quality safety self-control system for the whole process including but not limited to the raw and auxiliary materials, production, processing, storage, transport and exit of the exit meat products.

The producing enterprises of exit meat products shall have full-time or part-time veterinary health and food safety management personnel.

Article 29 [Check Record] The producing enterprises of exit meat products shall establish a raw material incoming inspection record system and check the supply certificates attached to the raw materials. The records of incoming inspection shall be authentic and their keeping period shall not be less than two years.

The producing enterprises of exit meat products shall establish a delivery inspection record system, check the inspection acceptance certificates and safety status of the meat products leaving factory and record according to facts the name, specification, quantity, date of production, production batch number, inspection acceptance certificate number, buyer name and contact means, sales date and other information of the meat products.

The records of delivery inspection of meat products shall be authentic and their keeping period shall not be less than two years.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Article 30 [Self-inspection and Entrusted Inspection] The producing enterprises of exit meat products shall carry out self-inspection of the raw and auxiliary materials to be processed into exit meat products as well as the finished products. Those without self-inspection capacity shall entrust a qualified inspection institution to conduct the inspection and issue a valid inspection report.

Article 31 [Sampling Inspection] The inspection and quarantine institutions shall carry out sampling inspection of the pathogenic microorganism, pesticide remnants, remnants of animal remedies, environmental pollutants and other toxic and harmful substances in exit meat products on the basis of risk analysis, and verify and supervise the quality safety control system for the whole production and processing process of exit meat products.

Article 32 [Packaging] The materials used to package exit meat products shall meet the standards for food safety. The packages shall be marked according to the requirements of importing countries or regions. The transport packages shall indicate destination countries or regions.

Article 33 [Stationed Supervision] The inspection and quarantine institutions may assign official veterinarians or inspection and quarantine personnel to the producing enterprises of exit meat products and supervise them according to need.

Article 34 [Exit Declaration Inspection] The consignor or its agent shall apply for declaration inspection to the inspection and quarantine institution in the place where the producing enterprise of exit meat products is located according to the provisions of the General Administration on declaration inspection before the exit meat products were shipped.

Article 35 [Shipment] The consignor and its carrier shall ensure the vehicles transporting exit meat products have good sealing property and refrigeration equipment, the loading mode can effectively avoid meat products from pollution, the temperature condition needed during transport shall be guaranteed, the vehicles shall be cleaned and disinfected pursuant to provisions and record shall be made.

The consignor shall ensure the consistency between the shipped goods and the goods for declaration inspection and make shipping record.

Article 36 [Conformity Assessment] The inspection and quarantine institutions shall examine the inspection reports, loading records and other documents of the exit meat products under declaration inspection and conduct conformity assessment in combination of routine supervision, monitoring, spot check and etc. If the relevant provisions are met, relevant documents of inspection and quarantine shall be issued; if the relevant provisions are not met, a notice of failing the inspection and quarantine shall be issued.

Article 37 [Labels and Seals] The inspection and quarantine institutions may, according to need, add inspection and quarantine labels or seals to the exit meat products, packages, vehicles and other things that pass inspection and quarantine pursuant to provisions.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Article 38 [Transit Exit Supervision] The transit refrigerated warehouses for storing exit meat products shall be subject to registration at the inspection and quarantine institution of the place where they are located and shall accept the supervision and administration thereof.

When exit meat products arrive at the transit refrigerated warehouses, declaration shall be made to the inspection and quarantine institution of the place where they are located. The inspection and quarantine institution of the place where the transit refrigerated warehouses are located shall supervise that they are put into the warehouses by presenting the certificates of inspection and quarantine issued by the inspection and quarantine institutions where the producing enterprises are located.

Article 39 [Exit Term] Refrigerated exit meat products shall be carried out of the territory within six months after they are produced or processed, and fresh and frozen meat products shall be carried out of the territory within 72 hours after they are produced or processed. Where the government of the importing country or region has different requirements, such requirements shall be implemented.

Article 40 [Management of Exit Game] The wild animals to be processed into exit meat products shall meet the requirements of the related laws and regulations of the importing countries or regions and China and obtain approval of related national administrative authorities.

Chapter 4 Transit Inspection and Quarantine

Article 41 [Transit Supervision] If the transported meat products are to pass through the territory of China, advance approval shall be obtained from the General Administration and they shall pass the territory from the designated port and route. The carrier or supercargo shall apply for declaration inspection to the inspection and quarantine institution during entry by presenting waybill and the certificate issued by the exporting country or region. The inspection and quarantine institution of the entry port checks documents. The inspection and quarantine institution of the entry port shall inform the inspection and quarantine institution of the exit port, while the inspection and quarantine institution of the exit port shall supervise the exit of the transit meat products.

The inspection and quarantine institution of the entry port may assign official veterinarians or other inspection and quarantine personnel to supervise the transport of the goods to the exit port.

Article 42 [Vehicles and Containers] When transit meat products arrive at the entry port, the inspection and quarantine institution of the entry port will sterilize the external surface of the vehicles and containers.

The vehicles, packages and containers carrying transit meat products shall be in a good state. If the inspection and quarantine institution discovers during check that the vehicles or packages and containers may result in leakage during transport, the carrier or supercargo

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

shall take sealing measures as per the requirements of the inspection and quarantine institution; without sealing measures, no product shall pass the territory.

Article 43 [Transport of Transit Meat Products] When transit meat products arrive at the exit port, the inspection and quarantine institution of the exit port shall validate the original containers and original lead seals of the goods are not changed.

When transit meat products pass the territory, without the approval of an inspection and quarantine institution, no package shall be opened or no goods shall be unloaded from vehicles.

Article 44 [Handling of Repackaging] If transit meat products are repackaged in the territory, they shall be handled according to the provisions of inspection and quarantine of entry meat products.

Chapter 5 Supervision and Administration

Article 45 [Safety Monitoring System] The General Administration adopts a safety monitoring system for entry and exit meat products. In light of risk analysis and the actual condition of inspection and quarantine, it formulates key monitoring plans and determines the types and inspection items of the entry and exit meat products from key monitored countries or regions.

The inspection and quarantine institutions shall formulate and implement the implementation plans of risk management of entry meat products in localities under their jurisdiction according to the annual import and export food safety risk monitoring plan of the General Administration.

Article 46 [Risk Management and Quick Response Measures] The General Administration and the inspection and quarantine institutions adopt risk management on entry and exit meat products. The concrete measures shall comply with related regulations.

Article 47 [Notification System] The General Administration and the inspection and quarantine institutions shall notify the information about the safety risk of entry and exit meat products to related departments, institutions and enterprises in time. After they discover safety accidents of entry and exit meat products, or receive the report about the safety accidents of entry and exit meat products, they shall immediately notify health and agricultural administrative departments and report the matters to upper-level authorities pursuant to provisions.

Article 48 [Honest Management] The producing enterprises, consignees and consignors of entry and exit meat products shall conduct production and operation according to law.

The inspection and quarantine institutions shall establish records about the unlawful acts of the consignees and consignors of entry and exit meat products and the producing enterprises of exit meat products and announce them.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Article 49 [Callback System] In case entry meat products have safety problems and may harm or have harmed human health and lives, the consignees shall initiatively call back them and report the matters to local inspection and quarantine institutions. If the consignees don't initiatively call them back, the inspection and quarantine institutions shall order them to call back the products according to regulations.

In case exit meat products have safety problems and may harm or have harmed human health and lives, the producing enterprises of exit meat products shall initiatively call back them and report the matters to local inspection and quarantine institutions.

If callback of entry and exit meat products is involved, the inspection and quarantine institutions shall report the matter to the General Administration in time.

Article 50 [Cancellation of Archival Filing of Farms] Under one of circumstances, the archival filing of a farm of the animals to be processed into exit meat products will be cancelled:

- (I) Where it stores or uses the drugs and other toxic and harmful substances prohibited in China and exporting countries or regions, or doesn't indicate the active ingredients of the used drugs, or uses prohibited drugs or drug additives or doesn't withdraw drugs in withdrawal period;
- (II) Where it provides a false supply certificate or assigns archival filing number or assigns it in disguised form;
- (III) Where it covers major animal epidemic diseases or doesn't report the diseases to an inspection and quarantine institution;
- (IV) Where it refuses the supervision and administration of inspection and quarantine institutions;
- (V) Where no change application is filed within thirty days after the name and/or legal representative of the farm is changed;
- (VI) Where the farming scale is enlarged, or new drugs or new feedstuff is used, or a major change takes place on the quality safety system, but the matter is not reported to an inspection and quarantine institution within thirty days;
- (VII) Where it doesn't supply any goods in a year.

Article 51 [Legal Responsibility] In case producing enterprises of entry and exit meat products commit other unlawful acts, they will be punished according to law and administrative regulations.

Article 52 [Legal Responsibility of Administrative Personnel] In case inspection and quarantine institutions and their staff violate law, regulations or the Measures when they implement inspection, quarantine and supervision of entry and exit meat products, they will be investigated and punished by the employers or upper-level competent departments.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Chapter 6 Supplementary Provisions

Article 53 [Interpretation] The Measures shall be interpreted by the General Administration.

Article 54 [Date of Enforcement] The Measures shall be enforced on 2010. The Measures for the Administration of the Inspection and Quarantine of Entry and Exit Meat Products (No. 26 in 2002) enforced by the General Administration on October 1, 2002 shall go out of effect in the same time.



ICEX

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

Notes to Revision of the “Measures for Supervision and Administration of the Inspection and Quarantine of Entry and Exit Meat Products”

I. Revision Background

In 2002, the General Administration promulgated the Measures for the Administration of the Inspection and Quarantine of Entry and Exit Meat Products (Order 26 of the General Administration, hereinafter referred to as “the Measures”). The measures played an important role in regulating the inspection, quarantine, supervision and administration of entry and exit meat products and protecting the work safety of entry and exit meat products and human health.

Following the continuous development of Chinese economy and society and the constant improvement of international food safety system, remarkable changes have happened on the international and domestic environment Chinese entry and exit meat products face and the Measures can't meet the new requirements of the inspection and quarantine of entry and exit meat products. Particularly, the Food Safety Law of the People's Republic of China was officially implemented on June 1, 2009 and the Implementing Rules for the Food Safety Law of the People's Republic of China was promulgated subsequently, while some provisions of the Measures conflict with them, so the Measures shall be revised in time. In recent years, the General Administration and all local inspection and quarantine institutions made innovation in regulatory models of the inspection and quarantine of entry and exit meat products, accumulated rich experience and elevated the new regulatory thoughts and models approved by practice into the regulatory level. This requires us to abolish some provisions of the Measures that conflict with the above law and regulations and provide new legal basis for the revision of the Measures.

II. Revision Process

In 2008, the food administration organized related bureaus directly under it to convene the “Seminar on Safety of Import and Export Animal Derived Food” and revised the Measures; at the end of February 2009, the Measures were revised again as per related requirements of the Food Safety Law of the People's Republic of China and formed the “Measures (Draft for Examination)”; in May 2009, the food administration sent a letter to the policies & regulations department, requesting it to examine the “Measures (Draft for Examination)”. In June 2009, the policies & regulations department held legislative review of the Measures in Ningbo, submitted examination opinions to the food administration and made repeated communication in the examination opinions; in August of the same year, the department solicited opinions from the two commissions and related departments (bureaus) of the General Administration and the bureaus directly under it, communicated with the food administration and the Certification and Accreditation Administration of China article by article and made revision. In September of the same year, the Measures were approved at a department affair meeting of the policies & regulations department. The department discussed the examination opinions of the meeting with the food administration and Certification and Accreditation Administration of China and formed the current draft for examination approved at the bureau affair meeting of the General Administration.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

III. Main Content of Revision

The “Measures (Draft for Examination)” has six chapters and 54 articles and includes general provisions, entry inspection and quarantine, exit inspection and quarantine, transit inspection and quarantine, supervision and administration, and supplementary provisions.

- (I) The archival filing of overseas exporters, agents and entry consignees are added. The General Administration adopts archival filing of the exporters or agents who export meat products to the territory of China. The inspection and quarantine institutions adopt archival filing of the consignees of entry meat products. See Article 9 and Article 10 of the Measures.
- (II) The requirements on archival filing of farms are improved. The animals to be processed into exit meat products shall come from the farms filed by the inspection and quarantine institutions in advance and approved by agricultural administrative departments. On the basis of risk analysis, the inspection and quarantine institutions monitor animal epidemic diseases, pesticide remnants, remnants of animal remedies, environmental pollutants and other toxic and harmful substances in the filed farms. Without a quarantine acceptance certificate issued by local agricultural administrative department or without passing the monitoring of epidemic diseases, pesticide remnants, remnants of animal remedies and other toxic and harmful substances, no animal may be slaughtered and processed as exit meat products. The wild animals to be processed into exit meat products shall meet the requirements of the related laws and regulations of the importing countries or regions and China and obtain approval of related national administrative authorities. See Article 26 of the Measures.
- (III) Import sales records are added. The domestic consignees shall establish a meat product entry and sales record system. See Article 11 of the Measures.
- (IV) The requirements on callback of entry and exit meat products are added. In case entry or exit meat products have safety problems and may harm or have harmed human health and lives, the consignees or the producing enterprises of exit meat products shall initiatively call back them and report the matters to local inspection and quarantine institutions. If the consignees don't initiatively call them back, the inspection and quarantine institutions shall order them to call back the products according to regulations. See Article 49 of the Measures.
- (V) The content of credit management and categorized management is added. The inspection and quarantine institutions shall establish a system of recording the unlawful acts of the consignees and consigners of entry and exit meat products and the producing enterprises of exit meat products and record and announce the unlawful acts. See Article 5 & 48 of the Measures.
- (VI) The content of risk analysis and monitoring is added. In accordance with the requirements of Chinese laws, regulations and national standards for food safety and the risk analysis results of domestic and foreign epidemic situation, epidemic diseases and toxic and harmful substances, the General Administration determines inspection and quarantine requirements. It adopts a safety monitoring system for entry and exit

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

meat products. In light of risk analysis and the actual condition of inspection and quarantine, it formulates key monitoring plans and determines the types and inspection items of the entry and exit meat products from key monitored countries or regions. See Article 8, 45 & 46 of the Measures.

(VII) The requirements on packaging identifications are standardized. The producing enterprises of entry and exit meat products shall have identifications on transport packages and inner packages for the sake of tracing. See Article 14, 18, 32 & 37 of the Measures.

IV. It is suggested that the food administration notify the Measures to WTO after it approves the Measures at administration affair meeting.

6. BIBLIOGRAFÍA

Estudios consultados

“The Story Behind China’s Rising Pork Prices”, 2007. USDA Foreign Agricultural Service. (CH7044).

“Livestock and Products. Semi-Annual Report”, 2007. USDA Foreign Agricultural Service. (CH7014).

“Livestock and Products. Annual Report”, 2008. USDA Foreign Agricultural Service. (CH7014).

“Livestock and Products. Semi-Annual Report”, 2010. USDA Foreign Agricultural Service (CH10009)

“All China Retail Annual Report, Food Sector”, 2007. USDA Foreign Agricultural Service. (CH7821).

“Hygienic Standard for Fresh (Frozen) Meat of Livestock”, 2006. USDA Foreign Agricultural Service (CH6005).

“2010 Forecast: Economic Recovery Bolsters World Meat Trade” October 2009. USDA Foreign Agricultural Service.

“The Meat Products Market in China”, 2006. Agri-Food Trade Service. Canadá.

“Agro Industry in China”, 2007. Interchina Consulting para ICEX.

“The Changing dynamic in China: The development of meat industry and consumers”, 2006, Dr. Zhou Guanghong, Nanjing Agricultural University Chinese Society of Animal Products Processing.

“China’s Cold Chain Logistics – The view from Beijing”. 2009 USDA Foreign Agricultural Service. (CH9405)

“Meat, China” 2009. Euromonitor International.

EL MERCADO DE LA CARNE DE PORCINO FRESCA Y CONGELADA EN CHINA

“Earthquake’s Impact on China Swine Production” 2008 USDA Foreign Agricultural Service. (CH8035)

“China – What’s happening in the world’s largest meat market?” 2009, Euromonitor International.

“China Top 100 Retailers 2009” China Chain Store & Franchise Association.

“China Markets Yearbook 2008” National Statistics Bureau.

“China Statistics Yearbook 2009” National Statistics Bureau.

“China Agricultural Yearbook”, China Agricultura Press, 2009.

Webs de interés

COMTRADE (Estadísticas mundiales de Naciones Unidas): <http://comtrade.un.org/db/>

Información de Aduanas Españolas, <http://aduanas.camaras.org>

Datacomex Estadísticas de Comercio Exterior <http://datacomex.comercio.es/>

World Trade Atlas, aduanas chinas

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación): www.fao.org y <http://faostat.fao.org/default.aspx> (estadísticas oficiales).

USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos): www.usda.com y www.fas.usda.gov

Market Access Database (<http://mkaccdb.eu.int/mkaccdb2/indexPubli.htm>)

S.G. de Mercados Exteriores y Producción Porcina, Avícola y otras de la Dirección General de Ganadería del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Nota informativa sobre protocolo de porcino, (<http://ie.mapa.es/cexgan/Documentos/NotainformativasobreexportaciónaChina.pdf>).

Documentación de “The Fourth IMS World Pork Conference” 14-17 septiembre de 2007. (<http://www.worldporkcongress.com/>)

DG Empresa de la UE: <http://ec.europa.eu/enterprise/tbt>. La mayor parte de los textos notificados a la OMC, según el Acuerdo TBT, son traducidos por la Comisión. Hay una estupenda base de datos TBT publicada en el sitio Internet de la DG Empresa, de acceso libre y gratuito.

China Agricultural Wholesale Markets Association <http://www.cawa.org.cn/>

Artículos de interés

“Crisis de la carne de cerdo provoca en China temores de inflación”. Por Richard McGregor en Beijing y Jamil Anderlini en Hong Kong 29 de mayo 2007. (<http://www.ft.com/cms/s/202a6dcc-0d81-11dc-937a-000b5df10621.html>)



