

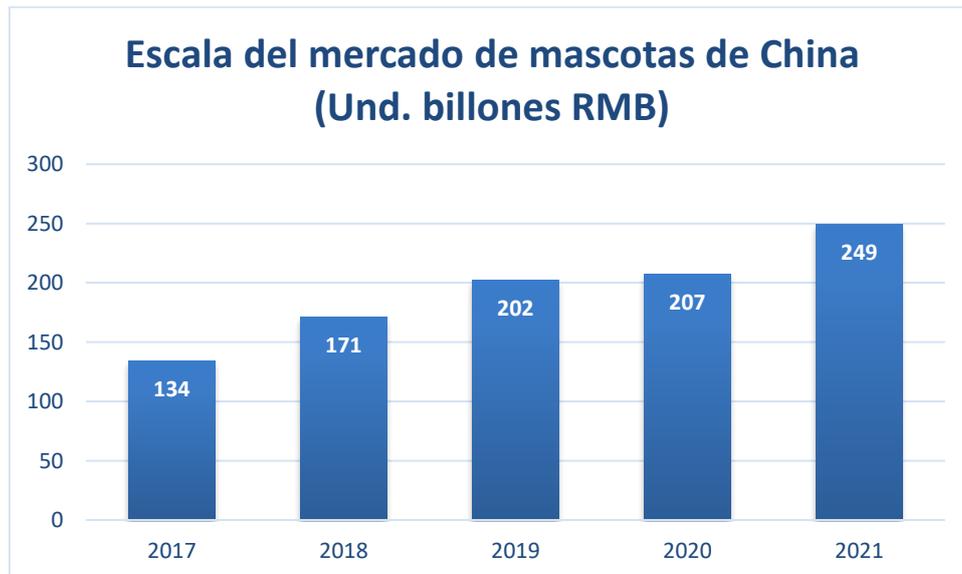
NOTA SECTORIAL EL MERCADO DE ALIMENTOS DE MASCOTAS EN CHINA

Antena China de IGAPE

09/28/2022

EL SECTOR GENERAL DE MASCOTAS EN CHINA

El sector general de mascotas se está desarrollando con mucha rapidez en China. Según el *Libro blanco de 2021 sobre la industria de mascotas de China*, en 2021, la escala del mercado de mascotas de China alcanza los 249 billones de yuanes, con una subida del 20,6 % en comparación con el año 2020. Entre los últimos cinco años, este sector se ha desarrollado con un aumento medio anual de 21.5%.



Fuente: *Libro blanco de 2021 sobre la industria de mascotas de China*, elaborado por GMG

Hasta 2021, la cantidad de gatos mascotas criados por familias en ciudades chinas ha alcanzado los 58,06 millones, y la de perros, 54,29 millones. La suma de familias con mascotas en China supera 100 millones y la tasa de penetración alcanza el 20 %. Aunque la tasa de penetración es solo 1/3 de los mercados europeos y estadounidenses, el nivel de consumo para mascotas es comparable a la de otros países.

LA ESTRUCTURA DEL MERCADO Y EL ESTADO

Después de más de 20 años de desarrollo, la industria de consumo de mascotas de China ha formado la cadena industrial básica, que incluye: Upstream-cría y ventas de mascotas, Midstream-productos para mascotas, y Downstream-servicios para mascotas.

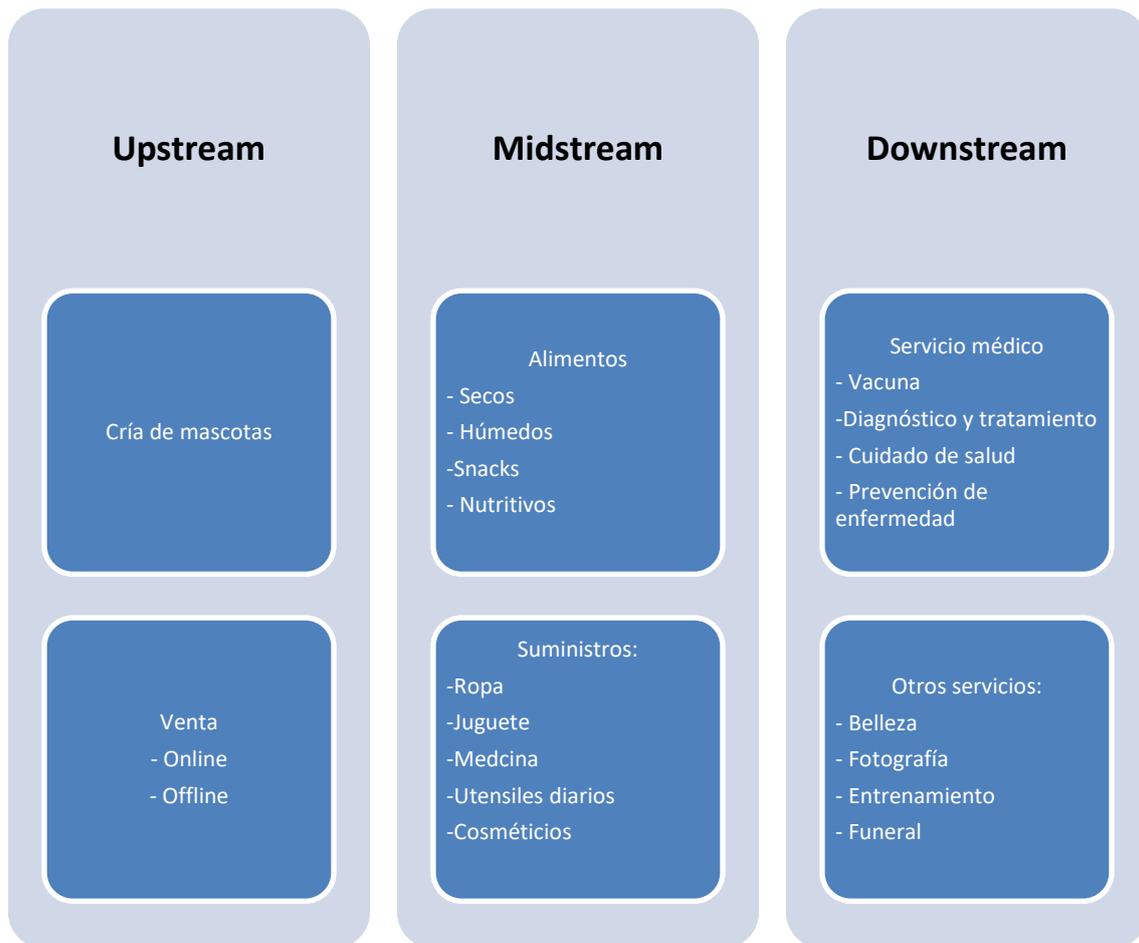
Upstream: La cría, venta y adopción de mascotas consisten en upstream de la industria. En la actualidad, la concentración industrial de este sector es baja en China. No existe granjas ni organizaciones de ventas a gran escala. En términos de comercio de mascotas, se divide en plataformas on-line y tiendas off-line. Entre ellos, las tiendas off-line de mascotas son principalmente entidades individuales, o como máximo cadenas de tiendas regionales de pequeña escala, sin existencia de empresas de venta de cadenas a nivel nacional.

Midstream: La midstream de la cadena de la industria incluye alimentos y suministros para mascotas. Los alimentos para mascotas incluyen alimentos básicos, snacks y productos complementarios para el cuidado de la salud. El mercado de alimentos para mascotas está muy fragmentado, a pesar de los fabricantes internacionales de alimentos como Nestlé y Mars, existen centenares de marcas tanto importadas como domésticas en el mercado.

Los suministros para mascotas se refieren a las necesidades diarias, artículos de belleza, ropa, juguetes y suministros médicos desarrollados por mascotas. En la actualidad, hay muchos jugadores en la industria, la escala de las empresas es pequeña y no existe una marca dominante.

Downstream: esta parte de la industria se divide en atención médica y servicios para mascotas. La atención médica para mascotas incluye servicios de vacunas, servicios de diagnóstico y tratamiento, cuidado de salud y servicios de prevención de enfermedades, etc. La barrera técnica para la participación es más alta que requiere más licencias y cualificación profesional. Los servicios para mascotas cubren belleza, entrenamiento, fotografía y funerales.

La Estructura de Industria de Mascotas en China



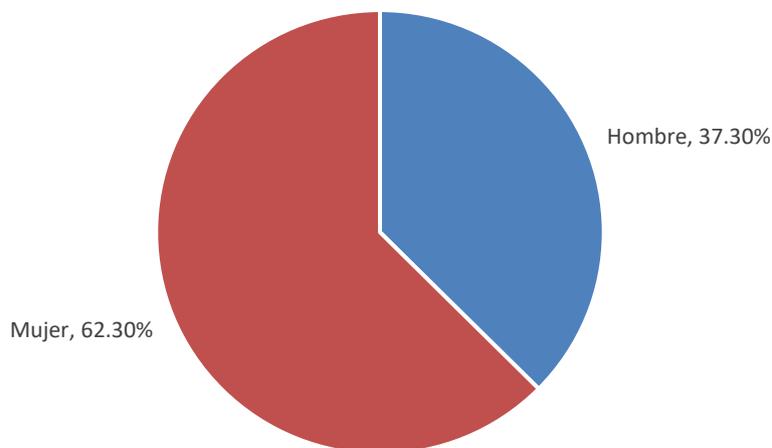
EL MERCADO DE ALIMENTOS DE MASCOTAS

Los alimentos para mascotas son el segmento con mayor frecuencia y cantidad consumida en todo el sector de mascotas. La venta de alimentos de mascotas cubre una cuota del 46% del valor de todo el sector en China, también cuenta con segmentos más diversos y competencia más alta. Es interesante analizar los hábitos de consumo del mercado de alimentos para explorar mejor los productos adecuados para el mercado chino.

- Perfil de Consumidores

Los consumidores de productos de mascotas en China se concentran en la edad entre 31 y 40 años, el 48.4% de consumidores se encuentran en este rango. Las mujeres ocupan una proporción de 2/3 de todos los consumidores. Y el salario mensual del 70.4% de los consumidores es de nivel medio en China, entre 5000 y 15000 RMB.

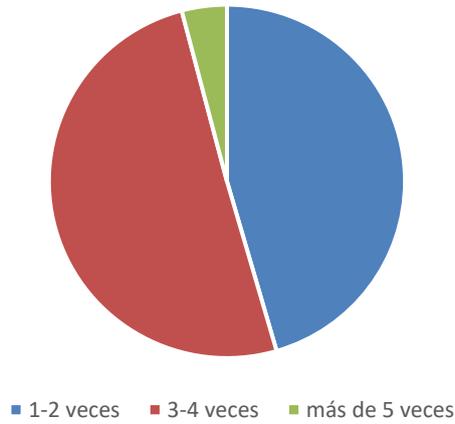
GÉNERO DE CONSUMIDORES DEL SECTOR DE MASCOTAS EN CHINA



- Frecuencia y cantidad de consumo

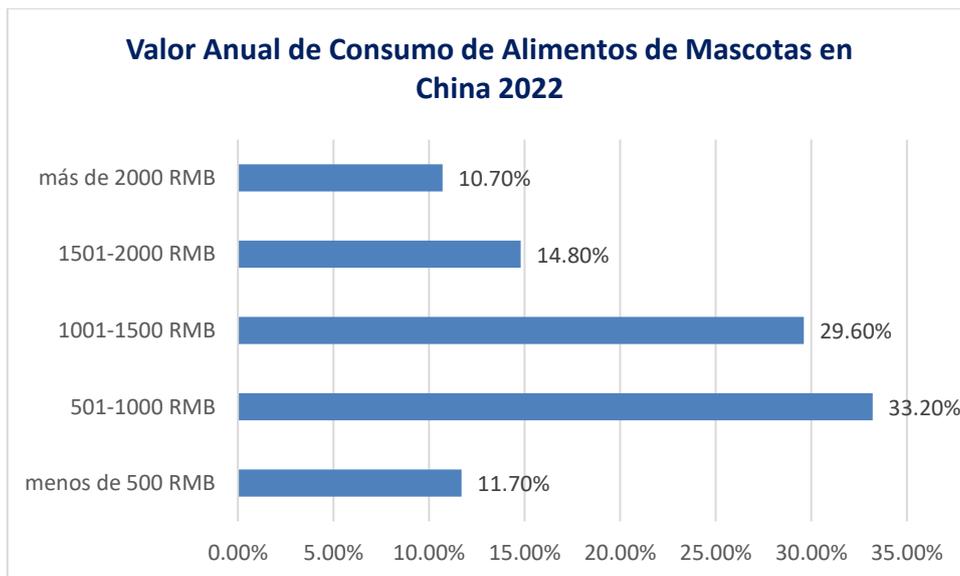
La frecuencia del consumo de alimentos para mascotas por parte de los criadores de mascotas chinos se concentra en 1-2 veces o 3-4 veces al mes. La gente suele comprar 1-2 veces alimentos básicos y realiza compras sueltas de snacks.

Frecuencia Mensual del Consumo de Alimentos de Mascotas en China 2022



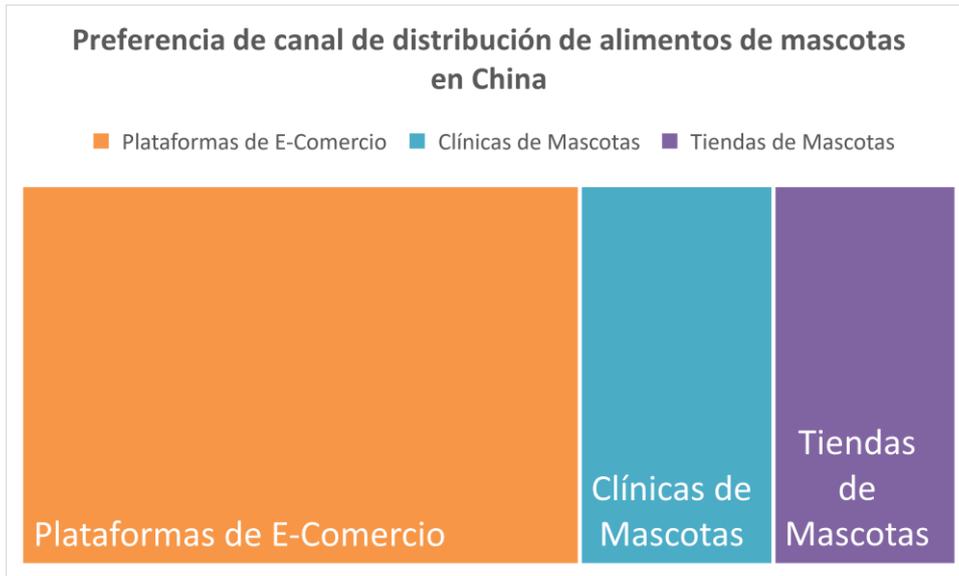
Más del 60% de los consumidores gastan 500-1500 yuanes al año para sus mascotas. Esta cifra puede ser multiplicada varias veces en las ciudades de primer tier.

Valor Anual de Consumo de Alimentos de Mascotas en China 2022



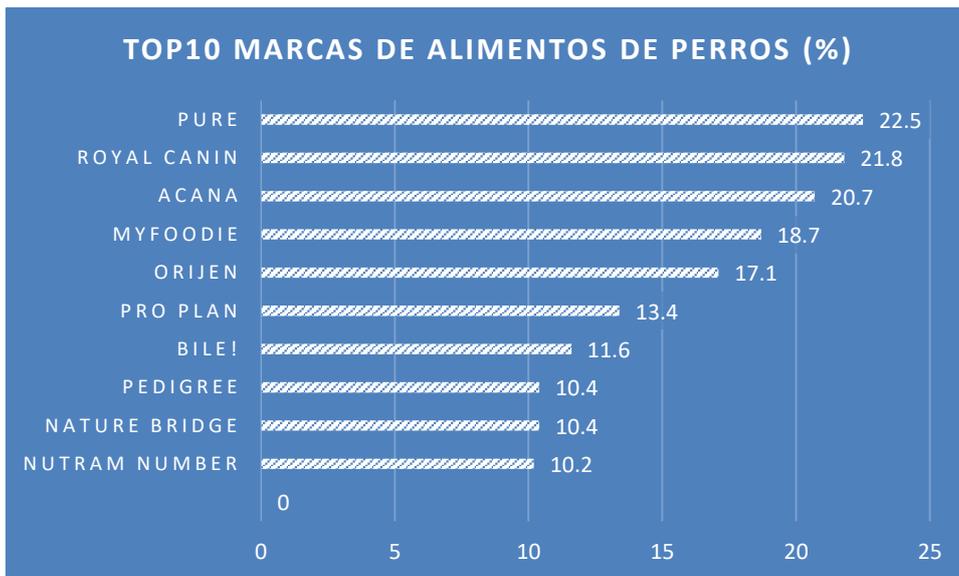
- Canal de distribución

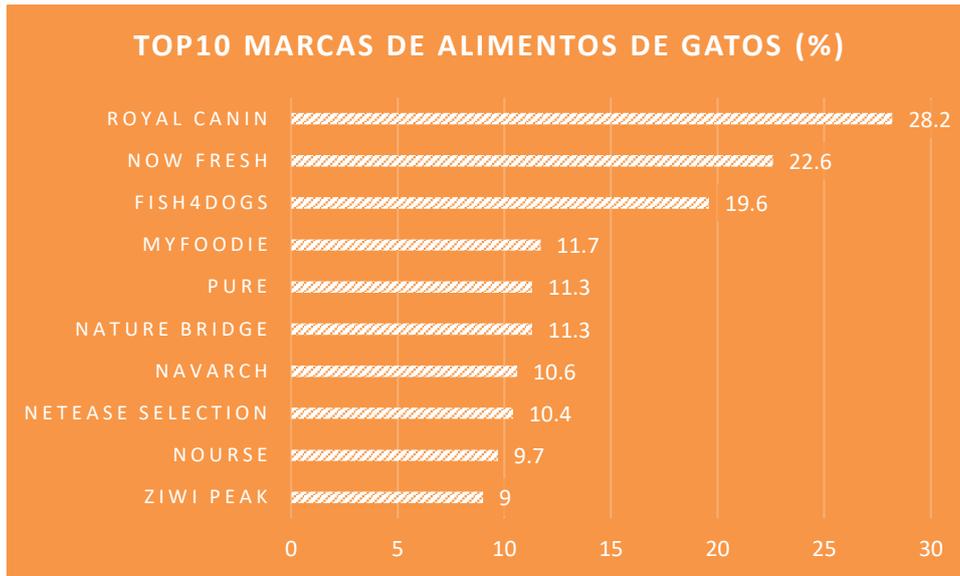
Igual como otros sectores de retail en China, las plataformas de E-comercio juegan un papel más importante en canales de distribución. El 74.5% de los dueños compran alimentos básicos por plataformas on-line, e.g. Tmall, JD, etc, seguidos por clínicas de mascotas (25.8%) y tiendas físicas de mascotas (24.4%).



- **Marcas**

En China, en cuanto al porcentaje de uso, las Top10 marcas de alimentos de perros y gatos respectivamente son:





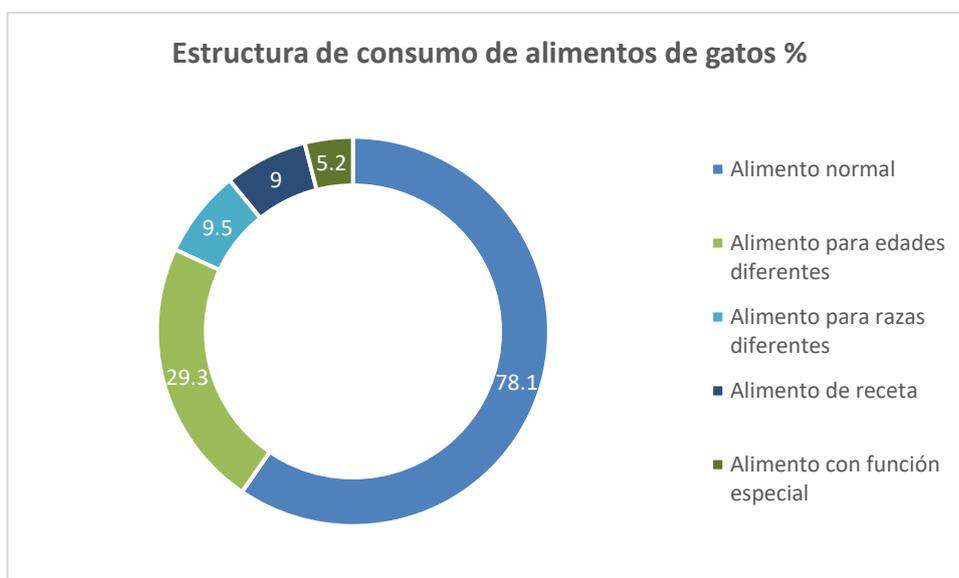
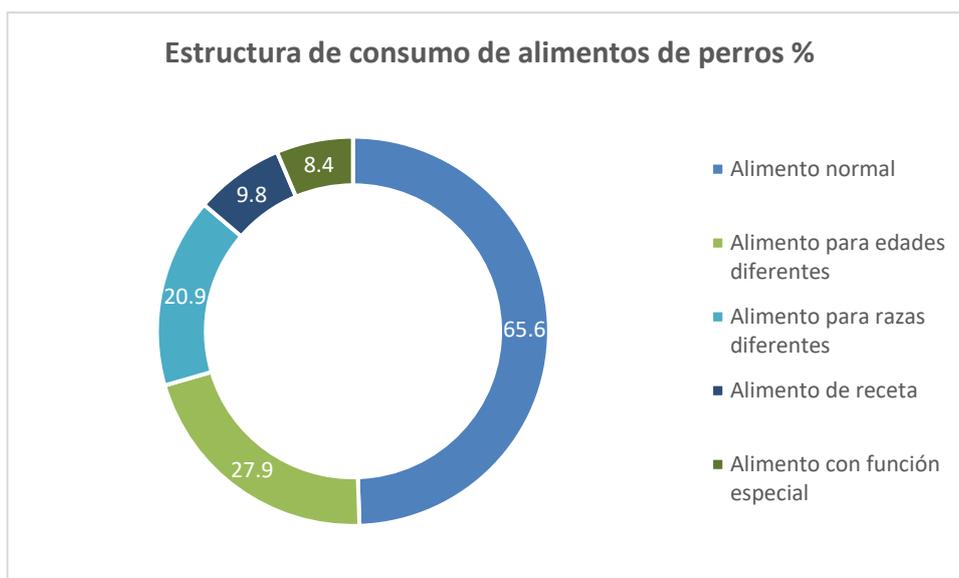
Se nota que el mercado ya no está dominado por marcas extranjeras como hace años. Las marcas domésticas, e.g. Pure, Myfoodie, Nature Bridge, etc. han desarrollado rápidamente y han ocupado un 40% de la cuota del mercado.

Sin embargo, los dueños de mascotas en China no muestran mucha fidelidad en marcas. Los datos indican que la proporción de compra de dos o más marcas de alimentación alternativa alcanzó el 73,2% en 2021. Este dato incluso llegó casi el 80 % en cuanto a proporción de dueños de gatos que compran más de dos marcas. Al mismo tiempo, más de 66% de los dueños chinos han probado nuevas marcas en el último año.

- **Preferencia**

La mayoría de los dueños chinos, 65.6% y 78.1% respectivamente, optan alimentos normales para sus mascotas cuando el resto compran productos específicos por otros motivos.

Obviamente hay más consumo preferente por edad que por raza.



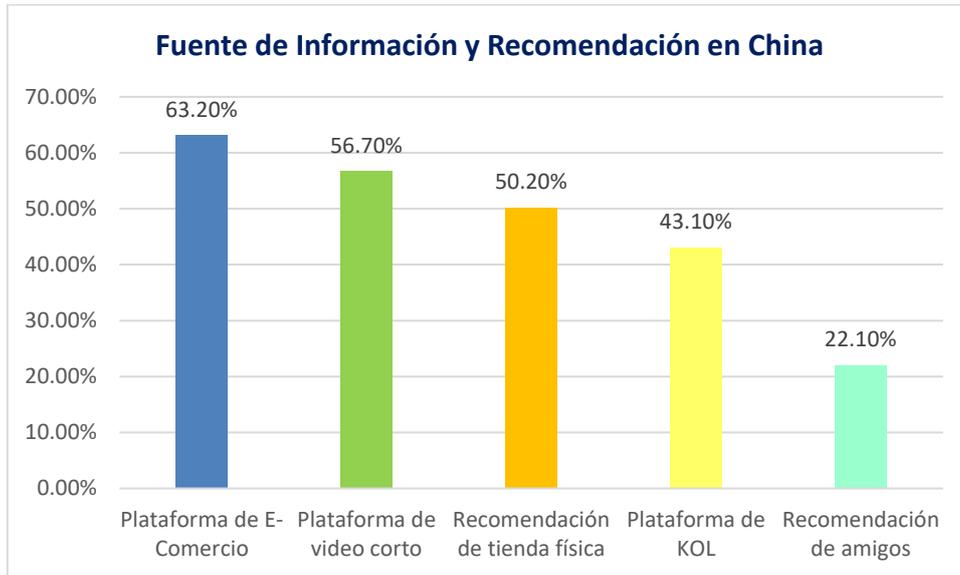
- **Tendencia nueva**

Comida liofilizada ha sido una tendencia importante sin duda en el mercado chino. En el último año 2021, el 53.8% y 72.5% de los dueños de mascotas, de perros y gatos respectivamente, tienen una preferencia en alimentos liofilizados. Al mismo tiempo, el 44.6% y 51.8% de los criadores han probado productos nuevos liofilizados, lo cual supera considerablemente que cualquier otro tipo nuevo surgido.

- **Fuente de información**

Diferente que otros mercados, los consumidores chinos cuentan con una gran dependencia del consumo on-line. Debido a esta característica, los consumidores también prefieren recibir

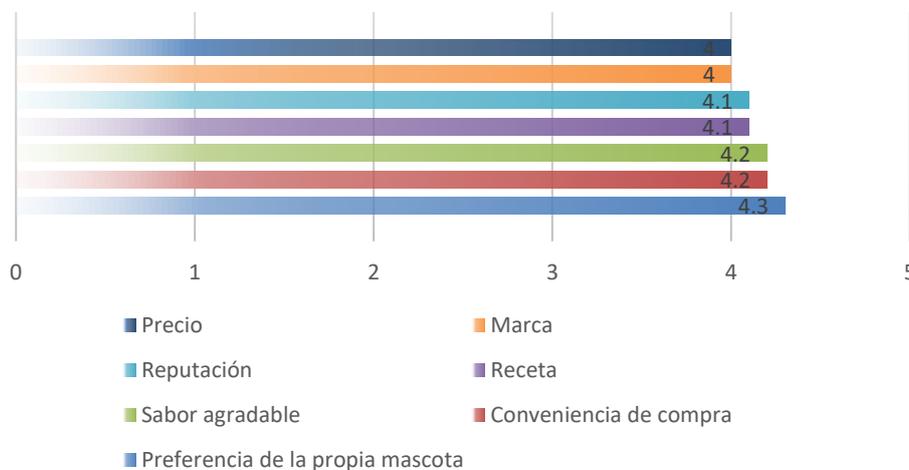
información de promoción desde fuentes on-line como las plataformas de E-comercio, las de red social, etc.



- Factores de decisión del consumo

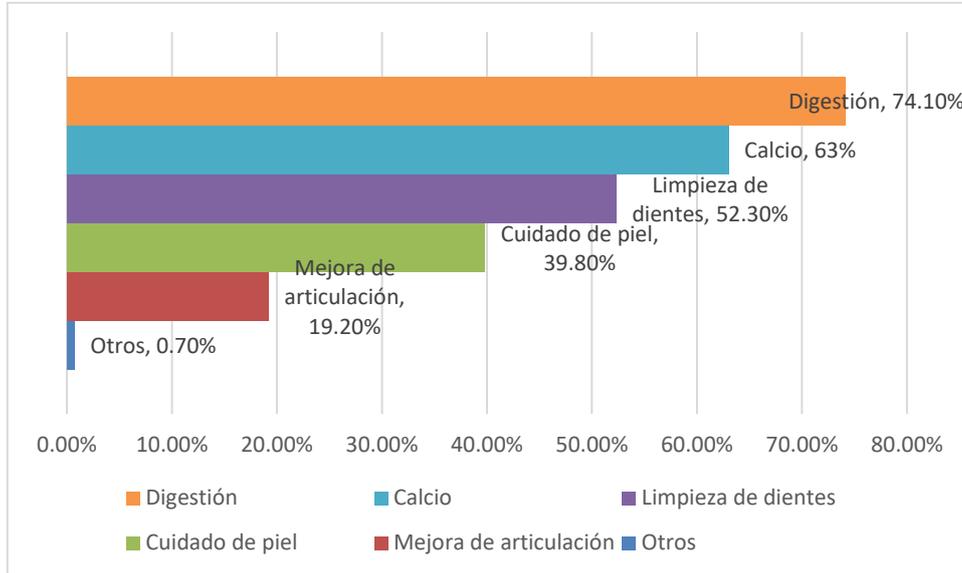
Según los datos de la encuesta, los consumidores chinos tienen demandas más diversificadas de alimentos para mascotas. Entre los factores a los que los consumidores prestan más atención, la preferencia de las mismas mascotas es el más preocupante. Sin embargo, los índices de todos los factores son muy parecidos lo cual indica alta competencia y muchas tendencias nuevas surgiendo en el mercado chino. Los jugadores proveedores siempre están investigando nuevos sabores y recetas para retener los consumidores a largo plazo.

FACTORES DE DECISIÓN DE CONSUMO EN CHINA



- Funciones preferidas del Alimento

Sobre las funciones de los alimentos, los criadores prestan más atención en digestión y nutrición. Las cinco funciones más demandadas son Digestión, Calcio, Limpieza de dientes, Cuidado de piel y Mejora para articulación.



CONCLUSIÓN

El sector de mascotas en China todavía se encuentra en fase de desarrollo rápido y expansión, sin duda es un mercado muy potencial e interesante para todos los proveedores. Ninguna marca ha dominado el mercado todavía y los consumidores no tienen mucha fidelidad, lo cual significa oportunidades para todos los jugadores del sector. Pero al mismo tiempo, están surgiendo nuevas marcas todos los días, especialmente los productos domésticos, que representan una competencia fuerte en cuanto a aspectos como precios, sabores y conveniencia de logística.

Como el mercado chino cuenta con sus propias características, recomendamos que los proveedores con ojo en este mercado pueden prestar más atención en:

- Desarrollar canales de distribución y redes sociales on-line que son puntos de venta en plataformas de información más importantes en este mercado.
- Poner gran presupuesto en marketing ya que China es un mercado que requiere mucha publicidad para alcanzar a los consumidores y establecer imagen de marca
- Tener mucho cuidado con la seguridad del alimento ya que una noticia negativa puede causar fácilmente colapso absoluto de la reputación de la marca.
- Proteger la propiedad intelectual ya que existe gran cantidad de productos falsificados en el mercado especialmente de las marcas importadas que se venden bien.

Como el primer paso de conocer y explorar el mercado chino, recomendamos que los proveedores puedan participar como expositores en las ferias grandes en China primero, e.g. PET FAIR ASIA (www.petfairasia.com) , para ampliar el reconocimiento de la marca y alcanzar distribuidores potenciales de todo el país.

INFORMACIÓN PRÁCTICA:

CÓMO EXPORTAR ALIMENTO DE MASCOTA A CHINA?

Necesitas:

1. Chequear si el país de origen está incluido en **Lista de Países (regiones) y Productos Autorizados para Piensos Importados**, publicada por la aduana china.
Desde 2021 España fue aprobada para exportar comida de mascota a China.
2. Chequear si el productor ya está en **Lista de Productores Españoles Registrados de Alimentos de Mascotas**, publicada por la aduana china. (Adjunto 1)
Según la última versión de la lista publicada, España tiene 13 productores registrados y el único productor gallego registrado es PETSELECT S.A.
3. Desde 2018, según la regulación las comidas de mascota tienen que obtener la **Licencia del Registro** emitida por el Ministerio de Agricultura de China antes de importar y distribuirse.
La plantilla de la licencia está adjunta. (Adjunto 2)

Cómo solicitar registrarse en Lista de Productores Españoles Registrados de Alimentos de Mascotas

El productor tiene que contactar con el Ministerio de Agricultura de España primero para enterarse del procedimiento y la lista de documentación por entregar. Una vez entregada la solicitud y la documentación, el Ministerio pasará los materiales periódicamente a aduana china para revisión. Aduana china tiene derecho de pedir más materiales necesarios o mandar equipos de especialistas de investigación a la plataforma de producción a supervisar la producción y testar las muestras.

Documentación

Aunque el procedimiento exacto hay que consultar al Ministerio de Agricultura de España, según nuestro conocimiento, la documentación necesaria incluye pero no se limita en:

- Nombre de empresa, dirección, registro comercial
- Nombre del producto, principales materias primas, uso principal
- Certificado oficial: Demostrar que la empresa recomendada ha sido aprobada por la autoridad competente y que sus productos pueden venderse libremente en el país o región exportadora

- Las empresas de alimentos para mascotas también deben responder al cuestionario emitido por la Aduana China. El contenido del cuestionario varía según el nivel de riesgo de los diferentes productos y países, y generalmente incluye:
 - Evaluación de la inspección y control de cuarentena e higiene veterinaria de las empresas recomendadas por las autoridades competentes de los países exportadores
 - Otros materiales si hay necesidad

Duración de Solicitud

No hay una fecha comprometida por ambas autoridades, según la experiencia del agente, la duración puede ser 6 meses contando desde la entrega de documentación completa.

Validez del Registro

5 años. La empresa puede solicitar extensión al Ministerio de Agricultura de España para pedir la supervisión de la aduana china.

Cómo solicitar la Licencia del Registro emitida por el Ministerio de Agricultura de China

Documentación

Las empresas extranjeras tienen que encargar a un agente a solicitar la licencia, la documentación necesaria incluye pero no se limita a:

- Formulario de solicitud
- Carta de poder legal y licencia de negocio del agente
- El certificado de aprobación de producción y uso en el lugar de producción, la información de registro de otros países y regiones fuera del lugar de producción, la situación general de distribución y promoción del producto;
- Nombre del producto, composición, propiedades físicas y químicas, ámbito de aplicación y método de uso del alimento importado
- Técnica de producción, estándares de calidad, métodos de prueba e informes de inspección;
- Etiquetas, marcas comerciales utilizados en el lugar de producción y el diseño de etiquetas chinos;
- Para productos microbianos o productos fermentados, también se deberá proporcionar un certificado de conservación de la cepa emitido por una institución autorizada.

Si el producto contiene algún ingrediente que no es aplicado en China o supera el estándar chino, hay que presentar:

- El informe de identificación de la estructura química del ingrediente activo o el informe de identificación de la clasificación de animales, plantas y microorganismos;

- Informe de prueba de evaluación de eficacia del producto e informe de prueba de evaluación de seguridad (incluido el informe de evaluación de tolerancia animal objetivo, informe de evaluación de seguridad toxicológica, informe de evaluación de metabolismo y residuos, etc.) emitido por la agencia de prueba designada por el Ministerio de Agricultura
- Informe de prueba de estabilidad, informe de impacto ambiental;
- Si supera el estándar chino, debe proporcionarse el valor límite máximo y el método de detección del ingrediente activo

Muestras

- Para cada producto hay que proporcionar 3 lotes, 2 muestras por lote, y cada porción de muestra tiene que contener más de 5 veces de la cantidad de prueba requerida
- Proporcionar ingredientes estándares o materiales química de referencia cuando sea necesario

Duración de Solicitud

- Duración de supervisión de documentación: 10 días laborales
- Duración de test de muestras: 3 meses después de la aprobación de documentación
- Según la experiencia del agente, la duración puede ser 4-6 meses contando desde la entrega de documentación completa.

Validez del Registro

- 5 años. La empresa puede solicitar extensión al Ministerio de Agricultura de China 6 meses antes de la fecha caducada.