

# Estudo de mercado e procura internacional

**Fórum Oceano – Associação da Economia do Mar**

setembro de 2017

Com o apoio:



Cofinanciado por:



# ÍNDICE

## *Introdução*

### *I- Principais dinâmicas da Economia do Mar – Região Norte*

1. Portos, transportes marítimos e logística.....	6
2. Turismo Marítimo.....	8
3. Fileira do Pescado.....	11
4. Indústrias Navais.....	17
5. Energias Renováveis Marinhas.....	18
6. Biotecnologia Marinha.....	19

### *II- Estudo de mercado das Conservas de Peixe – o mercado Chinês*

1. Introdução.....	21
2. Objetivos.....	22
3. Metodologia.....	23
4. Diagnóstico.....	24
• Análise e descrição do mercado-alvo	
• Levantamento e análise da oferta existente e do seu potencial de penetração	
• Avaliação do mercado Chinês (atual e potencial)	
5. <i>Benchmarking</i> .....	59
• Análise de situações internacionais similares e boas práticas	
• Análise da concorrência	
6. Programa de ação.....	77
• Ações desenhadas com vista à penetração das conservas de peixe no mercado alvo	
• Público-alvo	
• Principais interlocutores	
• Monitorização e calendarização	
• Principais eventos do setor	
7. Conclusão.....	85

8. Referências bibliográficas.....	96
<b>ANEXO - Sumário executivo.....</b>	<b>97</b>

## *Introdução*

O presente documento constitui o resultado de um estudo realizado pela Fórum Oceano com o apoio técnico e metodológico da PWC no âmbito do projeto North Ocean aprovado pelo Programa Operacional Norte 2020. A sua elaboração enquadra-se nas linhas de orientação estratégica do Cluster do Mar Português, Cluster de Competitividade reconhecido pelo Governo de Portugal. De acordo com a referida estratégia, a internacionalização das empresas que operam nos diferentes segmentos da economia do Mar constitui um pilar fundamental para o crescimento económico e para o reforço do peso relativo da economia do Mar no contexto da economia nacional, objetivo que a Estratégia Nacional para o Mar consagra. Neste contexto a Região do Norte, principal região exportadora do País, representa um contributo potencial relevante para a consecução dos objetivos anteriormente referidos, pretendendo-se com o presente estudo identificar setores e mercados que poderão com vantagem ser trabalhados na perspetiva do aumento das exportações da região e da economia do Mar em geral.

Mais do que um estudo académico sobre oportunidades de mercado, o presente trabalho privilegiou uma metodologia em que foi possível combinar, ao longo da sua elaboração, momentos de análise documental e estatística sobre mercados - em que se procedeu à recolha, tratamento e análise de um conjunto de informação relevante, com momentos de trabalho envolvendo o setor empresarial no sentido de confrontar os resultados das análises efetuadas com a experiência das empresas e com as suas perceções, objetivos de desenvolvimento e oportunidades de mercado. Foi-se desta forma progredindo de uma abordagem mais aberta sobre as atividades da economia do Mar presentes na região e o seu posicionamento face ao tema objeto do estudo para uma análise mais focada que elegeu o mercado chinês como um mercado alvo a trabalhar. Neste contexto a Fórum Oceano organizou um conjunto de workshops com empresas e associações empresariais, especialmente do setor conserveiro que, como é conhecido, tem um peso significativo no produto e nas exportações da região do Norte.

A colaboração da PWC no desenvolvimento do trabalho permitiu sustentar as componentes de estudo sobre oportunidades de mercados tendo, nesse contexto, sido de grande relevância o contributo obtido através da rede internacional de escritórios da PWC sobre a organização e o funcionamento do mercado Chinês.

O presente documento organiza-se em duas partes principais:

- A primeira, em que se procede à análise geral dos principais sectores da economia do Mar; os resultados obtidos nesta primeira parte alimentaram o debate com stakeholders e fundamentaram uma orientação mais focada para a segunda fase do trabalho;

- A segunda, em que se aborda um mercado selecionado – o mercado Chinês – e um setor principal – a indústria conserveira; o estudo incidiu, principalmente na avaliação do mercado alvo, análise da concorrência, estudo de boas práticas de entrada, e elaboração de um programa de ação para abordagem ao mercado chinês.

Os resultados finais do estudo, que o presente relatório corporiza, foram apresentados num seminário especificamente organizado para o efeito e estão disponíveis no website da Fórum Oceano.

# *I- Principais dinâmicas da Economia do Mar - Região Norte*

## **Enquadramento**

Nesta primeira parte do relatório apresentam-se, em síntese, as principais dinâmicas verificadas nas fileiras que caracterizam a economia do Mar na Região do Norte e seu enquadramento no contexto nacional. Este capítulo é o resultado de um conjunto de pesquisas documentais e estatísticas efetuadas a partir de outros documentos e trabalhos setoriais, destacando-se os aspetos e dimensões que são particularmente relevantes para a Região do Norte. A informação estatística disponível nem sempre permite uma abordagem regional à economia do Mar, os dados disponíveis na Conta Satélite da Economia do Mar carecem de desagregação por NUT 2. Os setores da economia do Mar mais representados na Região do Norte são o pescado, relevando-se a importância do porto de Matosinhos como um dos principais portos de pesca a nível nacional, o setor da conservação e transformação de pescado, com destaque para as indústrias conserveira e de transformação de pescado, o setor portuário sobretudo a partir da ação do porto de Leixões e o turismo náutico.

O quadro seguinte evidencia a importância das exportações do setor conserveiro e do setor da transformação do pescado no conjunto das exportações dos produtos da pesca a nível nacional, setores que estão fortemente representados nos tecidos produtivos das regiões Norte (conservas e transformação de pescado) e Centro (transformação de pescado).

Exportações de Produtos da Pesca	2015		2016 (prov)	
	<i>Ton</i>	<i>1000 euros</i>	<i>Ton</i>	<i>1000 euros</i>
Peixes frescos ou refrigerados	45653	131106	47069	140000
Peixes congelados excepto filetes	83485	208477	79059	235886
Peixes secos, salgados, fumados	10184	61382	11102	61655
Crustáceos vivos, frescos, refrigerados, congelados	13128	119390	11965	110481
Conservas de peixe e preparados	47278	200499	47830	226975
Crustáceos vivos, frescos, refrigerados, congelados	45953	184973	51148	200634
Crustáceos, moluscos e outros em conserva	5688	18680	5015	15638

Fonte: INE, Estatísticas da Pesca

# 1. Portos, transportes marítimos e logística

## Transportes Marítimos

Os portos e os transportes marítimos são os dois principais pilares do sistema marítimo-portuário dos Estados costeiros. Tratam-se de setores que, sendo perfeitamente distintos entre si, dependem e se servem um do outro numa lógica de complementaridade essencial e os seus desempenhos são de essencial importância ao assegurar a relação das empresas com os mercados globais.

Sem a existência desses setores a economia do mar de um país não pode ser desenvolvida e dinâmica, porque dos portos e dos transportes depende toda uma série de indústrias e atividades, incluindo a construção, a reparação, o equipamento e a engenharia naval, os serviços marítimo-financeiros, jurídicos, de seguros, de agência, de classificação de navios, entre outros.

Os pontos seguintes apresentam alguns números globais sobre o setor, destacando-se, no contexto, a importância dos portos da Região, particularmente do porto de Leixões na movimentação de diferentes tipos de carga.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Movimentos anuais de navios (Número)</b>									
Continente	10.556	10.028	10.418	10.266	9.490	10.262	10.481	10.706	10.812
Açores	3.708	3.336	3.828	3.504	3.048	2.743	2.589	2.721	2.820
Madeira	1.716	1.644	1.620	1.608	1.392	1.332	1.308	1.284	1.272
<b>Total</b>	<b>15.980</b>	<b>15.008</b>	<b>15.866</b>	<b>15.378</b>	<b>13.930</b>	<b>14.337</b>	<b>14.378</b>	<b>14.711</b>	<b>14.904</b>
<b>Movimentos anuais de mercadorias (milhares de toneladas)</b>									
Continente	64.979	60.616	64.946	66.791	67.928	79.311	82.694	88.893	93.869
Açores	2.905	2.781	2.814	2.723	2.333	2.184	2.089	2.138	2.335
Madeira	1.682	1.470	1.387	1.311	1.089	1.126	1.092	1.048	1.095
<b>Total</b>	<b>69.567</b>	<b>64.867</b>	<b>69.148</b>	<b>70.825</b>	<b>71.351</b>	<b>82.620</b>	<b>85.874</b>	<b>92.079</b>	<b>97.298</b>
<b>Movimentos anuais de contentores (TEU)</b>									
Continente	1.270.423	1.242.103	1.440.093	1.598.426	1.741.266	2.193.459	2.519.978	2.580.343	2.744.407
Açores	120.079	113.170	118.276	116.936	100.293	102.172	95.969	97.524	106.320
Madeira	116.100	102.348	100.380	97.452	87.228	88.944	94.200	97.152	101.484
<b>Total</b>	<b>1.506.602</b>	<b>1.457.621</b>	<b>1.658.749</b>	<b>1.812.814</b>	<b>1.928.787</b>	<b>2.384.575</b>	<b>2.710.147</b>	<b>2.775.019</b>	<b>2.952.211</b>
<b>Movimentos anuais de navios (milhares GT)</b>									
Continente	118.446	118.155	127.985	136.445	138.597	164.019	172.760	190.308	200.422
Açores	16.201	12.978	17.129	17.782	15.821	15.154	15.345	17.379	17.596
Madeira	2.297	2.047	2.050	2.645	2.647	2.202	2.105	2.443	2.222
<b>Total</b>	<b>136.944</b>	<b>133.180</b>	<b>147.164</b>	<b>156.871</b>	<b>157.065</b>	<b>181.375</b>	<b>190.210</b>	<b>210.130</b>	<b>220.240</b>

Fonte: IMT - Instituto da Mobilidade e dos Transportes, I.P. e AMT - Autoridade da Mobilidade e dos Transportes

Portos dos Açores, S.A.

APRAM - Portos da Madeira

### Carga movimentada no porto de Leixões

Ano	Carga Geral Fraccionada	Carga Contentorizada	RO-RO	Granéis Sólidos	Granéis Líquidos	Total
Year	Break-bulk Cargo	Containers		Solid Bulk	Liquid Bulk	
2016	1 198	6 384	902	2 381	7 450	18 315
2015	1 146	5 988	736	2 568	8 353	18 792

2014	1 021	6 512	419	2 323	7 828	18 103
2013	895	6 296	75	2 095	7 825	17 186
2012	917	6 458	18	2 174	7 048	16 615
2011	935	5 409	10	2 503	7 506	16 363
2010	596	4 992	23	2 229	6 730	14 570
2009	346	4 546	67	2 086	7 094	14 139
2008	647	4 633	22	2 191	8 142	15 635
2007	740	4 426	33	2 106	7 643	14 948
2006	570	3 866	26	2 150	7 404	14 016
2005	487	3 539	9	2 302	7 713	14 050
2004	467	3 549	11	2 378	7 298	13 703
2003	546	3 185	10	2 237	7 471	13 450
2002	708	2 925	19	2 163	6 831	12 646
2001	827	2 860	146	2 072	7 360	13 265
2000	853	2 724	36	2 120	7 842	13 575

Unidade:  
1000 ton

Fonte: APDL

O Porto do Douro e Leixões é o mais representativo no Norte do País, representando em 2016:

- 2.719 movimentos de navios (Número);
- 24% do total dos movimentos de contentores (TEU);
- 18.326 milhares de mercadorias (toneladas);
- 32.855 milhares de navios (GT).

O Porto de Leixões dispõe de boas acessibilidades marítimas, beneficiando de uma barra permanentemente aberta ao tráfego portuário (sem restrições de acesso por efeitos das marés), bem como de acessibilidades rodoviárias e ferroviárias. Encontrando-se localizado na Área Metropolitana do Porto, o seu hinterland ultrapassa claramente a Região do Norte, estendendo-se, nomeadamente, até Castela Leão e Região Centro de Portugal.

O porto de Leixões é o principal porto do Norte do país, com um volume de carga que é quatro vezes superior ao Porto de Vigo, seu concorrente direto, e tem crescido bastante nos últimos anos. Este porto tem capacidade para 650.000 TEU's (contentores de 20 pés) a operar com dois turnos por dia, sendo que o novo contrato coletivo de trabalho permite mesmo a realização de três turnos diários, o que permitirá alcançar no futuro, caso haja carga para isso, os 800.000 TEU's.

O objetivo principal do Porto de Leixões centra-se na diversificação dos serviços prestados, tendo entrado em operação recentemente uma plataforma logística e um novo terminal de cruzeiros.

O porto de Leixões tem prosseguido uma estratégia de inovação a partir da aplicação das TICE a algumas das suas rotinas e operações internas com destaque para a “Janela Única Portuária” para a “Portaria Electrónica”, para o sistema “Siga Contentor” que permite a todo o tempo conhecer a localização de cada contentor, o que é muito

útil num porto com vários carregadores. Em breve será apresentado o projeto “Miele” que é, como a “janela única portuária”, um sistema comum a vários portos para booking da carga, operado diretamente pelo utilizador.

Leixões não se dedica apenas segmento das mercadorias, presta ainda serviços aos setores da náutica de recreio e marinas, cruzeiros, pesca e gestão ambiental. Não obstante, a principal receita é proveniente das concessões portuárias, seguindo-se os serviços prestados ao navio e à carga.

## ***2. Turismo Marítimo***

Neste setor englobamos os setores do turismo náutico e do turismo de cruzeiros. O Turismo Marítimo é o setor mais importante da economia do Mar a nível nacional do ponto de vista dos indicadores VAB e Emprego. Caracteriza-se por um elevado nº de unidades empresariais, maioritariamente de pequena dimensão, que tem conhecido um incremento importante ao longo dos últimos anos, principalmente a partir do desenvolvimento de algumas atividades com projeção internacional como são os casos do surf, do bird watching, da observação de cetáceos, entre outras.

Na Região Norte e especialmente em Matosinhos e em Viana do Castelo, as atividades do surf e do kite-surf têm verificado um crescimento assinalável.

Também no que diz respeito à atividade de cruzeiros Portugal, tirando partido do seu posicionamento nas rotas Norte-Sul da Europa e Caraíbas-Mediterrâneo tem beneficiado do incremento do número de cruzeiros e de cruzeiristas, especialmente nos portos do Funchal e de Lisboa e, mais recentemente de Leixões.

Na região do Norte, a abertura do novo Terminal de Cruzeiros de Leixões permitiu um aumento substancial desta atividade, há, no entanto, um potencial de crescimento que importa captar no sentido do maior aproveitamento da excelente infraestrutura existente.

### **Náutica de Recreio**

A Náutica de Recreio tem elevada importância para o desenvolvimento económico e para o desenvolvimento de uma forte cultura marítima.

Salvaguardando algumas exceções, os números revelam que, em geral, num contexto do total nacional, o fluxo anual de check-in e de receitas médias das marinas e portos de recreio portugueses não é elevado. Sendo o ponto de partida relativamente baixo existe a oportunidade de fazer crescer a indústria de forma significativa.



**Número Total de Amarrações em Marinas,  
Portos e Docas de Recreio por Região  
de Portugal (2016)**

<b>Região</b>	<b>Milhares</b>	<b>%</b>
Norte	1,7	13%
Centro	0,9	7%
Lisboa	3,2	25%
Alentejo	0,4	3%
Algarve	3,8	29%
Açores	1,9	15%
Madeira	1,0	8%
<b>Total</b>	<b>12,9</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaboração própria a partir de dados públicos disponíveis

**Número de check-in novo de embarcações  
por Região de Portugal em 2016 (milhares)**

<b>Região</b>	<b>Milhares</b>	<b>%</b>
Norte	1,7	10%
Centro	1,2	7%
Lisboa	2,9	17%
Alentejo	1,2	7%
Algarve	4,8	28%
Açores	3,4	20%
Madeira	2,0	11%
<b>Total</b>	<b>17,3</b>	<b>100%</b>

Fonte: Latitude 32

Com cerca de 12,9 milhares de lugares para amarração disponíveis, em todo o território nacional, quando se analisa a distribuição regional desses lugares percebe-se que existem regiões com um número muito baixo de lugares para amarração.

As duas regiões com mais registos de check-in novos são o Algarve e os Açores, registando mais de 8 mil check in, num total nacional de cerca de 17 mil check in novos realizados no ano de 2016.

### Número de check-in novo de embarcações na Região Norte (milhares)

Check-in novo	Milhares
2011	2,1
2012	1,9
2013	2,2
2014	1,9
2015	1,7
2016	1,7

Fonte: Latitude 32

A evolução do número de check-in novos de embarcações na Região Norte tem tido um trajeto descendente nos últimos anos.

### Nº de Hóspedes em Estabelecimentos Turísticos

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Hóspedes nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos</b>									
Continente	11.926.456	11.541.596	12.212.779	12.611.323	12.524.292	12.955.760	14.614.094	15.713.794	17.087.177
Norte	2.412.837	2.466.818	2.545.911	2.641.977	2.626.472	2.777.229	3.046.318	3.424.877	3.804.526

Fonte: Turismo de Portugal e INE

À semelhança do que tem acontecido em todo o país o número de hóspedes na hotelaria nortenha tem crescido. Não é possível, por defeito de especificação estatística, conhecer a parte do turismo que está relacionado com o turismo náutico; no entanto, o contacto com os operadores marítimo-turísticos na Região permite confirmar que o aumento registado para o conjunto do setor do turismo tem também sido sentido a no segmento do turismo náutico.

## Cruzeiros

A Região Norte apresenta uma atividade significativa e crescente no segmento do Turismo de Cruzeiros, conforme pode ser verificado pelos números abaixo apresentados. No que respeita aos indicadores nº de escalas de navios de cruzeiro e de nº de cruzeiristas, o porto de Leixões apresenta um crescimento de atividade sobretudo a partir de 2012, para o que muito contribuiu a abertura do Novo Terminal de Cruzeiros. O novo Terminal, com capacidade para acolher navios até de 300 metros de comprimento, responde assim às tendências do setor que opera com navios de dimensões cada vez maiores. Apesar do incremento assinalado, o Terminal de Cruzeiros de Leixões possui um potencial de crescimento que tem de ser conseguido através do reforço da sua promoção e

atratividade, especialmente para a atividade do turnaround, beneficiando da proximidade do aeroporto Francisco Sá Carneiro.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Movimentos de passageiros de navios de cruzeiros dos principais portos portugueses: Leixões, Lisboa, Portimão, Açores e Funchal</b>									
Portos da Madeira	405.306	435.821	492.500	542.789	593.550	476.625	476.836	580.348	522.475
Lisboa	407.508	415.758	448.497	502.644	522.604	558.040	500.872	512.128	522.501
Portos dos Açores	54.708	47.988	61.752	87.253	102.881	87.437	95.765	141.852	125.906
Leixões	25.465	17.624	27.494	41.829	75.672	46.620	64.440	79.065	71.799
Portimão	11.217	23.483	33.843	46.263	18.507	20.141	14.634	14.786	19.520
<b>Nº escalas de navios de cruzeiros dos principais portos portugueses: Leixões, Lisboa, Portimão, Açores e Funchal</b>									
Portos da Madeira	270	277	295	309	339	289	286	312	297
Lisboa	308	294	299	330	314	353	319	306	336
Portos dos Açores	83	67	61	93	120	92	90	137	121
Leixões	54	38	49	56	73	67	78	85	84
Portimão	26	35	52	60	36	42	34	47	57

Fonte: APRAM - Portos da Madeira, Porto de Lisboa, Porto dos Açores, Porto Leixões, APSines e Algarve

No que diz respeito ao Douro, que é a principal via navegável no País para fins turísticos, o Turismo Fluvial verificou uma evolução muito significativa principalmente a partir de 2012, destacando-se, sobretudo, o ano de 2016 em que o número de passageiros registado se aproximou do milhão, refletindo uma procura forte que foi acompanhada pelo reforço da capacidade de oferta dos principais operadores.

#### Via Navegável do Douro (Turismo)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Número de passageiros registados na via navegável do Douro	472.864	498.670	546.531	510.357	457.878	545.630	615.361	721.242	946.728

Fonte: Estatísticas Via Navegável do Douro do IMT - Delegação Douro

## 3. Fileira do Pescado

A fileira do Pescado integra um conjunto de atividades que organizam a respetiva cadeia de valor, desde a captura e produção – pesca e aquacultura - à transformação, conservação e comercialização. É uma fileira económica importante na economia do Mar em Portugal em termos de VAB e de Emprego embora as atividades que a integram tenham pesos relativos e dinâmicas muito diferenciadas.

Portugal apresenta o terceiro maior consumo de pescado do mundo e é o maior consumidor da União Europeia. Não obstante, as importações de pescado têm crescido face às capturas nacionais, cada vez mais reduzidas e o pescado cultivado em Portugal encontra-se em níveis bastante inferiores à procura. Igual tendência de crescimento se tem verificado ao nível das exportações, Portugal importa, transforma e exporta volumes significativos de pescado,

Nos parágrafos seguintes faremos referência às atividades de aquacultura, pesca, transformação e conservação do pescado.

### Aquacultura

A aquacultura é ainda uma atividade relativamente incipiente em Portugal, a sua produção ao longo dos últimos anos tem-se situado entre as 10 mil e as 12 mil toneladas ano, o que compara, por exemplo com as 200 mil

toneladas produzidas pela Espanha. A produção aquícola em Portugal representa apenas cerca de 10% do total de pescado capturado, valor que está distante do verificado a nível europeu, que é de 25%.

Portugal apresenta alguns fatores que limitam o desenvolvimento da aquacultura, nomeadamente a configuração da sua costa e a energia do mar na costa ocidental, a falta de espaço disponível nas zonas costeiras para a instalação de unidades produtivas, a burocracia que continua a estar associada aos respetivos processos de licenciamento. Apesar das condicionantes apresentadas tem-se verificado, recentemente, a instalação de algumas novas unidades dirigidas sobretudo à produção de bivalves, na costa algarvia e nalguns estuários e rias das costas ocidental e sul.

As condicionantes assinaladas são sobretudo sentidas na região do Norte, a linearidade da costa, a energia do oceano e a falta de espaço nas zonas costeiras tem constituído um entrave ao desenvolvimento da atividade que, na Região que conta com pequeno número de unidades na costa e águas interiores.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Produção total nacional (ton)	7 987	7 993	8 013	9.166	10 939	9 955	11 218	9 561
Produção total (milhares de €)	43 207	44 262	46 462	58.279	52 181	53 796	52 039	54 135
Número de estabelecimentos licenciados	1 552	1 525	1 569	1.568	1 492	1 522	1 521	1 504
Número de postos de trabalho	(n.d.)	(n.d.)	(n.d.)	(n.d.)	1.905 - 1.960*	(n.d.)	(n.d.)	(n.d.)
Área total de estabelecimentos licenciados (ha)	1 944	1 822	1 707	1.707	2 899	4 713	4 790	4 928
Vendas da aquacultura para o mercado nacional (ton)	6 306	6 029	5 199	5.311	6 160	5 949	5 881	6 083
Vendas da aquacultura para o mercado nacional (milhares de €)	38 396	36 901	32 639	37.781	31 439	38 114	32 119	40 093
Vendas da aquacultura para o mercado internacional (ton)	579	190	1 551	2.619	4 352	1 183	2 943	3 888
Vendas da aquacultura para o mercado internacional (milhares de €)	2 592	453	10 134	15.347	20 024	5 029	12 658	19 765

\* (Estimativa APA)

Fontes: Grupo de trabalho da Fileira da Aquacultura; INE – Instituto Nacional de Estatística  
Nota: Inclui todas as espécies de peixes e bivalves, em águas doces, salgadas e salobras

## Pesca

O potencial de recursos pesqueiros que o País apresenta é relativamente limitado, destacando-se, sobretudo, a existência de algumas espécies pelágicas (que vivem na coluna de água) como são os casos da cavala, sardinha e do carapau. Estes recursos, que não têm valor comercial muito significativo, são consumidos em fresco e constituem também uma importante fonte de matéria-prima (sardinha e cavala) para a indústria conserveira. A diminuição de stocks, especialmente no que diz respeito à sardinha, tem levado à diminuição consecutiva das quotas de pesca, afetando o abastecimento dos mercados com reflexo na atividade da indústria conserveira.

Nestas circunstâncias e de acordo com as principais linhas de orientação da política comum de pescas não se vislumbra ser possível aumentar a prazo o volume de capturas embora haja condições para aumentar o valor das capturas efetuadas.

Indicador	Unidade	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Preço médio de desembarque de pescado	Euro / Kg	1,57	1,67	1,81	1,70	2,02	1,81	2,10
Quantidade de desembarque de pescado	Kg	172.142.000	166.980.700	153.229.400	148.875.600	121.060.300	141.818.600	125.235.100
Valor de desembarque de pescado	Euros	270.262.940	278.857.769	277.345.214	253.088.520	244.541.806	256.691.666	262.993.710
Embarcações da frota de pesca nacional que descarregam peixe em Portugal Continental (Docapesca)	Número	3.406	3.326	3.271	3.245	3.191	3.203	3.111
Embarcações da frota de pesca nacional que descarregam peixe nos Açores (Direção Regional de Pescas dos Açores)	Número	691	676	644	612	596	571	571
Embarcações da frota de pesca nacional que descarregam peixe na Madeira (Direção Regional das Pescas da Madeira)	Número	138	120	114	107	109	113	114
Embarcações da frota de pesca nacional que descarregam peixe em Portugal Continental (Docapesca), Açores (Direção Regional de Pescas dos Açores) e Madeira (Direção Regional das Pescas da Madeira)	Número	4.235	4.122	4.029	3.964	3.896	3.887	3.796

Fonte: DGRM - Reporting "DATAPESCAS", Docapesca, Direção Regional de Pescas dos Açores e Direção Regional de Pescas dos Açores

“O ponto forte das pescarias portuguesas está na diversidade de espécies de valor comercial, que encontramos nas águas portuguesas” (COTEC 2012, Blue Growth for Portugal). Sendo assim, o objetivo principal do setor das pescas deverá focar-se na qualidade do produto e na sua maior valorização.

O porto de Matosinhos é um dos maiores portos do País em matéria de pesca descarregada, logo atrás de Sesimbra e de Peniche e à frente de Aveiro (Estatísticas Docapesca). Entre 2016 e 2017 verificou-se uma diminuição da pesca descarregada em Matosinhos e em Aveiro e um aumento nos restantes portos referidos. Em valor, a pesca descarregada cresceu em todos os portos no período considerado com exceção do porto de Aveiro. Na Região do Norte o principal porto de pesca é o porto de Matosinhos, seguido à distância por Viana do Castelo e pela Póvoa do Varzim.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Estrutura</b>							
Frota / N° de Embarcações	8.585	8.562	8.492	8.380	8.276	8.232	8.177
Tonelagem de arqueação bruta (GT)	106.516	104.018	101.601	101.574	99.836	99.917	98.770
Potência Motriz (kw)	383.099	379.369	372.365	371.578	366.303	366.279	363.422
Pescadores	16.854	17.415	16.920	16.402	16.559	16.797	16.779
Formação Profissional – N° Formandos (Cursos ministrados pelo For-Mar)	2.679	3.505	3.115	2.917	2.951	6.230	4.260
<b>PRODUÇÃO (ton)</b>							
Pescado	224.479	199.218	222.246	216.425	197.512	195.065	184.611
Estimativa de desembarque (ton) ***	176.494	152.566	172.142	166.981	153.229	148.876	121.060
Indústria Transformadora (Congelados) **	109.098	109.953	109.952	103.998	102.689	128.697	(nd)
Indústria Transformadora (Secos e Salgados) **	44.406	60.132	60.267	58.649	67.799	69.006	(nd)
<b>BALANÇA COMERCIAL dos PRODUTOS da PESCA</b>							
Exportações (ton)	132.817	129.494	209.435	223.953	222.815	252.070*	267.476*
Importações (ton)	377.601	389.332	443.142	435.048	433.431	460.876*	470.618*
Balança comercial dos produtos da pesca (ton)	-244.784	259.838	233.707	-214.935	-210.616	-208.806	-203.143
Balança comercial dos produtos da pesca (excluindo Conservas) (ton) ***	-246.204	260.560	237.273	-219.552	223.031	222.220	211.895
Exportações (mil euros)	523.759	500.853	682.559	793.479	779.045	813403*	893.516*
Importações (mil euros)	1.299.578	1.182.757	1.384.954	1.498.866	1.450.418	1436940*	1.557.941*
Deficit Comercial (mil euros)	775.818	681.904	702.395	705.386	671.373	623.540	664.425

*Fontes: Direção-Geral dos Recursos Naturais, Segurança e Serviços Marítimos; INE – Instituto Nacional de Estatística; For-Mar;*

*Direção-Geral das Florestas; FAO - Food and Agriculture Organization of the United Nations.*

*(\*\*) Portugal Continental*

*(\*) Dados provisórios*

*(\*\*\*) DATAPESCAS e Estatísticas da Pesca (INE – Instituto Nacional de Estatística)*

## Indústria de Transformação de Pescado

As indústrias de transformação de pescado têm papel importante no conjunto da economia do Mar, pelos seus contributos em termos de VAB, de emprego e de exportações. As indústrias de Transformação de Pescado desempenham um papel importante quer no escoamento e valorização da produção primária nacional, quer no aumento do valor de exportações de pescado. As mesmas indústrias recorrem com frequência à importação de pescado para a obtenção de matéria-prima necessária à transformação e posterior exportação, (ultrapassando as insuficiências da produção nacional) e à importação de espécies não existentes nas águas portuguesas, como é o caso do bacalhau.

Em termos de importância relativa das várias atividades que integram o presente agregado, destaque para os setores do Comércio (por grosso e a retalho), a Preparação de Produtos da Pesca (embalamento e transformação), o congelamento de produtos da pesca e da aquacultura e ainda a salga e secagem de peixe.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>CAE 03111 - Pesca Marítima</b>									
Nº de Empresas	3 533	3 441	3 314	3 238	3 200	3 216	3 230	3 222	3 197
Volume de Negócios (milhares de €)	384 988	352 526	375 523	429 998	404 495	395 197	381 399	392 606	438 560
VAB (Valor Acrescentado Bruto) (milhares de €)	173 762	159 911	149 915	163 988	153 798	144 507	148 718	168 208	183 358
Pessoal ao Serviço	12 039	11 473	11 063	11 178	9 878	10 226	10 306	10 250	10 451
<b>CAE 03121 - Pesca em águas interiores</b>									
Nº de Empresas	557	565	549	557	602	622	659	667	647
Volume de Negócios (milhares de €)	3 900	4 073	4 570	4 742	5 113	5 086	5 080	5 919	6 332
VAB (Valor Acrescentado Bruto) (milhares de €)	1 129	1 305	1 518	1 129	1 305	1 670	1 760	2 153	2 485
Pessoal ao Serviço	568	582	560	570	(nd)	633	675	680	658
<b>CAE 10201 - Preparação de produtos da pesca e da aquicultura inclui estabelecimentos de embalagem e transformação)</b>									
Nº de Empresas	101	94	89	76	58	48	47	52	54
Volume de Negócios (milhares de €)	299 579	319 435	358 872	315 355	314 539	287 160	312 973	322 290	343 910
VAB (Valor Acrescentado Bruto) (milhares de €)	39 611	46 815	51 375	43 408	36 805	39 304	44 215	43 279	46 161
Pessoal ao Serviço	1 812	1 943	2 030	1 682	1 487	1 383	1 477	1 595	1 625
<b>CAE 10202 - Congelamento de produtos da pesca e da aquicultura</b>									
Nº de Empresas	26	26	25	25	25	24	21	23	24
Volume de Negócios (milhares de €)	142 592	119 152	132 746	119 498	120 250	127 026	130 430	129 570	138 208
VAB (Valor Acrescentado Bruto) (milhares de €)	17 319	15 493	13 007	16 490	15 795	20 545	20 007	20 024	21 599
Pessoal ao Serviço	896	802	817	860	665	852	836	947	1 042
<b>CAE 10204 - Salga, secagem e outras atividades de transformação de produtos da pesca e aquicultura</b>									
Nº de Empresas	52	51	49	52	55	54	53	49	49
Volume de Negócios (milhares de €)	463 477	392 932	421 498	476 171	442 646	435 473	432 775	448 722	459 444
VAB (Valor Acrescentado Bruto) (milhares de €)	57 066	47 117	53 008	57 066	50 416	59 714	63 581	63 335	67 057
Pessoal ao Serviço	1 715	1 794	1 882	1 982	1 801	1 609	1 962	1 872	1 836
<b>CAE 46381 - Comércio por grosso de peixe, crustáceos e moluscos</b>									
Nº de Empresas	1 020	976	945	925	853	833	820	843	828
Volume de Negócios (milhares de €)	1 133 990	876 472	822 541	857 506	966 604	905 188	916 876	1 019 772	1 102 665
VAB (Valor Acrescentado Bruto) (milhares de €)	87 519	82 123	73 530	79 256	80 564	80 251	89 226	98 054	104 585
Pessoal ao Serviço	4 416	3 965	3 808	3 689	3 676	3 475	3 320	3 608	3 710
<b>CAE 47230 - Comércio a retalho de peixe, crustáceos e moluscos, em estabelecimentos especializados</b>									
Nº de Empresas	5 261	4 950	4 583	4 304	3 718	3 517	3 239	3 059	2 916
Volume de Negócios (milhares de €)	351 471	320 497	295 146	287 002	254 022	238 653	256 138	268 953	280 916
VAB (Valor Acrescentado Bruto) (milhares de €)	49 420	47 272	44 660	40 998	37 525	33 684	36 704	39 187	40 777
Pessoal ao Serviço	6 526	6 318	6 065	5 802	5 486	4 873	4 735	4 661	4 568

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística

De acordo com as conclusões do estudo realizado pela COTEC (Blue Growth for Portugal, 2012), a “transformação e comercialização dos produtos da pesca deve responder à evolução do perfil e tendências do consumidor, procurando alargar e diversificar a sua atividade, ajustando-a à evolução do mercado e apostando na internacionalização, na articulação e controlo dos circuitos de comercialização, com vista a potenciar a capacidade de gerar valor acrescentado. Para o reforço desta capacidade é indispensável uma forte aposta na qualidade e na inovação de processos e produtos, bem como na introdução de melhorias na gestão e na organização das empresas”.

As regiões Norte e Centro são importantes centros produtores deste subsector da indústria transformadora. A maioria das unidades industriais procede, essencialmente, ao posteamo e filetagem a partir de pescado já previamente congelado, com posterior reposição da temperatura e reembalamento.

## Conservas de Pescado

Esta indústria é uma indústria com grande tradição no País. “Na realidade, o país chegou a ser o primeiro país mundial da indústria de conservas, num passado já distante, com centenas de fábricas espalhadas pela sua orla costeira e ainda nos anos 60 do século XX a indústria era a maior fileira exportadora do país. Seguiu-se um período de declínio nas últimas décadas, que levou ao encerramento da maior parte das fábricas, mas hoje, com o setor reorganizado em torno de cerca de 20 empresas, modernizadas e internacionalizadas, as perspectivas são de



crescimento” (COTEC, Blue Growth for Portugal 2012). A importância adquirida por esta indústria encontra a sua explicação no facto de ser abastecida, fundamentalmente, por espécies das águas nacionais, principalmente nos casos da sardinha e da cavala. A diminuição de stocks e a diminuição das quotas de pesca e, conseqüentemente, a diminuição de matéria-prima disponível, principalmente de sardinha e de atum, coloca novos desafios à indústria, os seguintes: diversificação das fontes de abastecimento de matérias-primas; diversificação de produtos finais baseados noutras espécies que não as tradicionalmente utilizadas pelas indústrias nacionais.

Com exceção das 3 empresas de maior dimensão, o setor conserveiro é composto por pequenas e médias empresas. As principais empresas seguem estratégias dirigidas ao mercado global segundo modelos de competitividade assente sobretudo numa boa relação preço – qualidade que lhes permita responder à concorrência de produtos de países terceiros, nomeadamente de Marrocos. O setor das conservas é um sector tradicionalmente exportador (mais de 65% da produção). Os principais mercados de destino das exportações nacionais são o mercado europeu e o principal produto de exportação continua a ser o da conserva de sardinha, seguido das conservas de atum e da cavala. Algumas empresas de menor dimensão têm seguido estratégias competitivas de nicho, dirigidas a mercados mais exigentes e mais valorizados, através da produção e venda de produtos “gourmet. A identificação de novos mercados e de novos produtos poderá abrir oportunidades de negócio mais vantajosas que permitam ultrapassar os condicionamentos existentes.

Em termos regionais, a indústria conserveira está essencialmente concentrada nas regiões Norte (Matosinhos – a maior parte das empresas) e Lisboa e Vale do Tejo (Peniche através da presença de uma grande unidade detida por capital estrangeiro).

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Quantidades produzidas de produtos da pesca e aquacultura, pela indústria transformadora (congelados, secos e salgados e preparação de conservas) (ton)	198.086	211.542	211.509	206.914	221.222	246.043	(nd)
Valor das vendas de produtos provenientes da pesca e aquacultura, pela indústria transformadora (congelados, secos e salgados e preparação de conservas) (milhares de €)	765.812	709.977	728.867	794.761	819.358	849.342	(nd)
Valor Acrescentado bruto das empresas de preparação e conservação de peixes, crustáceos e moluscos (milhares de €)	151.082	148.154	154.855	165.841	151.625	169.271	(nd)
Número de empresas na indústria transformadora da pesca e aquacultura (Portugal Continental e Ilhas)	211	202	194	169	166	164	(nd)
Pessoal ao serviço na indústria transformadora da pesca e aquacultura (Portugal Continental e Ilhas)	6.668	6.815	7.277	7.477	7.167	6.726	(nd)
Saldo da balança comercial dos produtos da pesca (conservas) (ton)	1.420	723	3.566	84.569	12.415	13.414*	8.752*
Saldo da balança comercial dos produtos da pesca (conservas) (milhares de €)	30.855	28.031	38.276	49.895	70.192	62.730*	45.954*
Exportações de produtos da pesca – conservas (milhares de €)	119.020	115.358	132.676	161.732	185.916	218.663*	207.384*

Fontes: INE- Estatísticas da Pesca; DATAPESCAS

(\*) Valores provisórios



## *4. Indústrias Navais*

Os estaleiros portugueses que constituem as Indústrias Navais do país diferem grandemente em termos de dimensão e de tecnologias aplicadas, desde a manutenção de navios mercantes, á construção de navios, á construção e manutenção da frota da marinha portuguesa, até a pequenos navios de pesca, náutica de recreio e desportiva. Em suma, Portugal apresenta capacidade em termos de infraestruturas e know-how para construir qualquer tipo de navio, de qualquer dimensão. Adicionalmente, existe em Portugal uma indústria de reparação naval de pequenos, ou mesmo microestaleiros, que se caracteriza por estar disseminada junto das zonas portuárias.

No entanto, apesar de ter uma longa tradição na construção e reparação e manutenção naval, as indústrias navais consistem atualmente em quatro ou cinco estaleiros de dimensão relevante e uma fragmentação significativa em algumas dezenas de empresas menores, dedicadas à construção de embarcações de pequeno e médio porte, nomeadamente barcos de pesca, náutica desportiva e de recreio, e barcos tradicionais.

A indústria naval está maioritariamente instalada a Norte do país, com destaque para Viana do Castelo, e no centro, Lisboa e Peniche. Sendo que os estaleiros West Sea em Viana do Castelo são os maiores estaleiros de construção naval em Portugal, com uma área total de 250.000 m<sup>2</sup>. Este estaleiro dispõe de infraestruturas para a construção, conversão e reparação de qualquer tipo de embarcações até 37.000 toneladas, 190 metros de comprimento e 29 metros de largura, bem como embarcações de pequena e média dimensão.

Adicionalmente, em Vila do Conde, Póvoa de Varzim e Vila Nova de Gaia é possível encontrar estaleiros da indústria naval sendo que a maior parte deles respeitam a microempresas de cariz familiar, que se dedicam à reparação de embarcações de pesca ou de embarcações turísticas.

Em Aveiro temos o estaleiro Navalria, que nos últimos anos tem dedicado a maioritariamente a sua atividade à construção de navios hotel, mas que também tem no seu portfólio rebocadores, navios de investigação pesqueira, navios de passageiros, dragas e navios mercadorias.

Na região de Lisboa, mais concretamente na península de Setúbal, encontra-se um estaleiro de referência na reparação e manutenção naval a nível Europeu a Lisnave – Estaleiros Navais. Com uma área total de 1,500,000m<sup>2</sup> e capacidade para reparar grandes navios (mais de 30.000 toneladas), é claramente a maior infraestruturas em Portugal neste sector, em que mais de 90% do seu volume de negócios vem do exterior.

No entanto, a maioria das empresas da fileira das indústrias navais em Portugal são micro, pequenas e médias empresas, que funcionam numa base de subcontratação por projeto, quer para tarefas não especializadas, quer também para algumas especialidades, à semelhança do que acontece na construção civil.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>CAE 3011 - Construção de embarcações e estruturas flutuantes, exceto recreio e desporto</b>									
Nº de Empresas	132	127	113	92	83	74	77	70	68
Volume de Negócios (milhares de €)	274 032	148 914	72 009	57 700	76 245	30 675	34 429	55 654	90 222
VAB (Valor Acrescentado Bruto) (milhares de €)	99 165	57 247	21 236	24 676	44 524	17 340	18 061	20 955	27 086
Pessoal ao Serviço	3 940	3 292	1 670	1 517	1 417	699	829	876	881
<b>CAE 30120 - Construção de embarcações de recreio e desporto</b>									
Nº de Empresas	59	49	50	47	48	57	55	60	56
Volume de Negócios (milhares de €)	46 927	19 969	19 928	15 856	29 104	39 840	30 597	41 519	68 755
VAB (Valor Acrescentado Bruto) (milhares de €)	11 778	4 588	4 800	5 640	7 444	9 724	10 444	13 905	21 962
Pessoal ao Serviço	618	256	321	299	438	466	436	493	617
<b>CAE 33150 - Reparação e manutenção de embarcações</b>									
Nº de Empresas	226	242	236	222	221	194	211	201	215
Volume de Negócios (milhares de €)	226 236	201 690	176 790	146 044	136 824	153 881	159 029	201 635	176 841
VAB (Valor Acrescentado Bruto) (milhares de €)	66 279	71 342	59 167	45 711	46 137	50 757	55 032	75 370	56 425
Pessoal ao Serviço	1 622	1 878	1 802	1 660	1 609	1 590	1 753	1 894	1 576
<b>NC2 89 - Embarcações e estruturas flutuantes</b>									
Importações de bens (milhares de €)	78 812	189 495	1 058 146	41 668	87 376	25 028	28 989	32 735	23 022
Exportações de bens (milhares de €)	116 600	97 476	58 108	48 737	107 538	70 587	41 456	58 617	47 568
<b>Volume de negócios da Construção e Reparação naval dos Assos</b>									
Construção Naval (milhões de €)	127	53	30	24					
Reparação Naval (milhões de €)	209	178	154	113					
Indústria auxiliar do naval (milhões de €)	19	16	15	13					
<b>Vendas da Construção e Reparação naval</b>									
Mercado Nacional (%)	29%	39%	36%	(n.d.)					
União Europeia (%)	48%	45%	42%	(n.d.)					
Países Terceiros (%)	23%	16%	23%	(n.d.)					

Fonte: Grupo de Trabalho da Fileira das Indústrias Navais; INE – Instituto Nacional de Estatística

## 5. Energias Renováveis Marinhas

Portugal tem realizado, ao longo dos últimos anos, um investimento significativo nas energias renováveis, principalmente eólica e hídrica, para a produção de energia elétrica.

Portugal não possui ainda um setor económico dedicado à exploração de energias offshore, não existindo nenhuma empresa ou negócio que tenha atingido a maturidade comercial na exploração de energias geradas offshore. O projeto mais avançado para a produção de energia offshore a partir do vento encontra-se em fase pré comercial - projeto Windfloat Atlântico - a desenvolver na zona piloto ao largo de Viana do Castelo.

Além deste projeto encontram-se em desenvolvimentos outros projetos utilizando a energia das ondas – projeto Waveroller, na zona de Peniche.

Para além da exploração da energia das ondas e da eólica offshore, Portugal também tem um grande potencial para a criação de macroalgas no mar, visando a produção em larga escala de biocombustíveis, através da utilização do etanol, ou apenas de biomassa. O desenvolvimento na parte Norte de Portugal continental e nos Açores, onde há águas com condições apropriadas ao cultivo de macroalgas destinadas a biocombustíveis permitiria ajudar o país a cumprir o objetivo da política europeia de energia de usar, pelo menos, 10% de biocombustíveis no setor dos transportes em 2020 (COTEC, Blue Growth 2012).

## 6. *Biotecnologia marinha*

A existência de um elevado número de centros de investigação científica do mar e a jurisdição sobre os recursos naturais do mar na sua vasta Zona Económica Exclusiva são dois fatores cruciais que tornam Portugal como um dos países com mais capacidades para um desenvolvimento crescente e sustentável nesta área.

A biotecnologia é uma área muito alargada, sendo que alguns dos casos de maior sucesso desta área respeitam a empresas que recorrem a biotas de origem marinha, para através de um processo de elevada tecnologia utilizar esses componentes naturais na fabricação de produtos para a indústria farmacêutica, para a cosmética, para a indústria alimentar e para outras indústrias ou a empresas que convertem os resíduos da indústria de transformação do pescado em componentes e produtos destinados à indústria nutracêutica, nomeadamente pela utilização de ácidos gordos e óleos de peixe ou extrato de algas para produzir minerais, vitaminas, ómega três, gelatina (COTEC, Blue Growth 2012).

Não tendo ainda o setor das biotecnologias marinhas uma expressão económica tangível na economia da Região do Norte, destaca-se a ação do CIMAR na I&D&I e no apoio ao lançamento de start-ups neste setor.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>CAE (72110) - Investigação e desenvolvimento em biotecnologia</b>									
Número de Empresas	66	74	80	78	83	95	92	97	104
Volume de Negócios (milhares de €)	6 001	10 852	18 216	18 317	11 539	9 635	12 283	15 164	18 124
Valor Acrescentado Bruto (VAB) (milhares de €)	667	3 038	8 145	5 533	3 912	192	1 293	2 575	2 676
Pessoal ao Serviço	200	255	296	304	289	342	427	481	524

Fonte: INE- Instituto Nacional de Estatística

## II. Estudo de mercado e procura internacional

中国 罐頭魚

*(caracteres em mandarim e cantonês para “Conservas de Peixe”)*

Conservas de Peixe - O mercado Chinês

# *1. Introdução*

No seguimento das sessões de trabalho realizadas em sede de Cluster foi decidido focar a segunda parte do estudo na análise de um mercado e de um setor considerados pertinentes para o desenvolvimento das exportações da Região Norte. A opção recaiu sobre o estudo da procura de conservas de peixe pelo mercado Chinês, considerado de grande potencial, onde as conservas portuguesas têm uma posição marginal.

Apesar do setor das conservas de peixe já ser um setor maioritariamente exportador e com grande conhecimento dos mercados internacionais, há novas dinâmicas, tendências e mercados ainda por explorar, como é o caso do mercado Chinês, considerado pelos representantes da indústria conserveira como um mercado de aposta.

Neste sentido, o presente Estudo de Mercado foi desenvolvido em estreita articulação com a ANICP - Associação Nacional dos Industriais de Conservas de Peixe (ANICP) e permitiu disponibilizar informação estratégica e propostas de ação dirigidas às empresas do setor das conservas de peixe, de forma a melhorar a sua capacidade de abordagem e penetração no mercado visado.

Esta segunda parte do relatório sobre o estudo de mercado Chinês integra, além da presente introdução, e da referência aos objetivos prosseguidos e à metodologia adotada, um capítulo consagrado ao diagnóstico incluindo a análise ao mercado-alvo, a análise da oferta existente e do seu potencial de penetração, um capítulo de benchmarking em que se procede à análise de boas práticas de entrada no mercado Chinês e um plano de ação que detalha os passos a prosseguir pelo setor das conservas de peixe com vista à penetração no referido mercado. O relatório engloba ainda um ponto de conclusões e, em anexo, um sumário executivo, em que se sintetizam as principais conclusões do estudo de mercado realizado.

Os resultados obtidos neste estudo foram objeto de disseminação junto do setor através de ações específicas realizadas pela Fórum Oceano em articulação com a ANICP.

## *2. Objetivos*

O presente Estudo de mercado e procura internacional tem como principais objetivos estratégicos:

- Obter conhecimento sobre as atitudes e preferências de consumo de conservas de peixe no mercado Chinês, que possa ser usado pelas empresas, em conjunto com as suas análises e apoio especializado, para tomarem decisões informadas sobre como entrar no mercado e com que produtos;
- Contribuir para o aumento da exportação de conservas de peixe de empresas da região Norte do país para o mercado Chinês.



## 3. Metodologia

O presente Estudo integra três partes:

**1. O Diagnóstico**, no qual é descrito e analisado o mercado alvo e avaliadas as suas potencialidades e oportunidades de desenvolvimento, bem como as possíveis debilidades e ameaças que se colocam ao setor conserveiro a nível nacional e regional:

- Levantamento e análise da oferta existente dos principais produtos de conservas de peixe da região Norte e análise do seu potencial de penetração no mercado alvo;
- Avaliação do mercado Chinês, atual e potencial (dimensão, procura, capacidade de venda dos produtos, capacidade de exportação):
  - Caracterização da tradição do mercado no consumo de peixe nas suas variadas formas;
  - Caracterização dos consumos de conservas *per capita*;
  - Caracterização das vendas absolutas de conservas de peixe;
  - Identificação da estrutura do mercado (quem compra, quem vende);
  - Identificação da legislação, acordos de comércio e fiscalidade.

**2. O Benchmarking:**

- Análise de situações internacionais similares e boas práticas;
- Análise da concorrência.

**3. O Programa de Ação:**

- Ações desenhadas com vista à penetração das conservas de peixe no mercado alvo;
- Público-alvo;
- Calendarização;
- Principais interlocutores;
- Monitorização.



## *4. Diagnóstico*

- ✓ *Análise e descrição do mercado-alvo*
- ✓ *Levantamento e análise da oferta existente e do seu potencial de penetração*
- ✓ *Avaliação do mercado Chinês (atual e potencial)*



# Análise e descrição do mercado-alvo e avaliação das oportunidades e potencialidades de desenvolvimento, bem como possíveis debilidades e ameaças que se colocam ao sector conserveiro a nível nacional e regional

## Exportar para a China: as exigências do consumidor

Um dos aspetos cruciais em termos da descrição e análise de um mercado-alvo tem que ver com o conhecimento dos seus consumidores e das suas exigências e preferências.

De acordo com a publicação “The Food & Beverage Market in China”, de julho de 2015, da China-Britain Business Council, EU SME Center, as preferências do consumidor chinês consistem essencialmente em:

- ✓ confiança na segurança alimentar e integridade dos ingredientes e elevada qualidade do produto;
- ✓ excelentes valores nutricionais do produto;
- ✓ melhor estilo de vida devido a consumir produtos mais variados;
- ✓ packaging moderno;
- ✓ frescura dos produtos; e
- ✓ conveniência.

A figura seguinte ilustra o referido:



Fonte: Fonte: EU SME Center, China-Britain Business Council – “The Food & Beverage Market in China” - julho 2015

No contexto de descrição e análise do mercado-alvo, tendo em conta a pesquisa realizada, constata-se ainda que:

- Hong Kong e, em muito menor grau Macau, são montras por excelência para a China. O que aqui tem sucesso será cobiçado e assimilado noutras regiões chinesas, pela classe média e alta, constituída por mais de 200 milhões de habitantes;
- Os consumidores chineses apreciam conservas de peixe com sabores intensos e com temperos e picantes, como por exemplo a carpa com feijão de soja.

## **Exportação das empresas portuguesas de conservas: análise S.W.O.T. do mercado chinês**

A análise das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças do mercado chinês é também importante no contexto da obtenção de conhecimento sobre este mercado.

Tendo em conta as preferências do consumidor chinês e as características do mercado chinês, com base na publicação BMI – China Food and Drink Report – Q2 2017, é possível identificar as seguintes forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que se colocam à exportação de conservas das empresas portuguesas para o mercado chinês:



### ***Forças***

- Produto 100% natural, saudável e seguro;
- Vários tipos de produtos e sabores;
- Alta segurança alimentar e elevados padrões de higiene.



### ***Fraquezas***

- Estruturas das empresas de conservas Portuguesas com capacidade limitada para promover o produto num mercado tão longínquo;
- Baixo conhecimento dos hábitos de consumo no mercado chinês.



### *Oportunidades*

- Consumidor chinês gosta de consumir peixe;
- Grande dimensão populacional;
- Classe média em crescimento;
- Problemas de higiene e segurança alimentar.



### *Ameaças*

- Grande distância entre Portugal e China, o que implica custos;
- Processo de desalfandegamento difícil e moroso;
- Elevados índices de contrafação.

---

# *Levantamento e análise da oferta existente dos principais produtos de conservas de peixe da região Norte e análise do seu potencial de penetração no mercado alvo*

## **O mercado de conservas em Portugal: caracterização geral**

Segundo informação recolhida junta da CIP – Confederação Empresarial de Portugal, da Associação Nacional dos Industriais de Conservas de Peixe e do Anuário Estatístico de 2015 do Instituto Nacional de Estatística, o mercado de conservas em Portugal caracteriza-se por:

- ✓ Em 2015 exportaram-se cerca de 52.000 toneladas de conservas de peixe, no valor de cerca de 204 milhões de euros;
- ✓ Existem 19 empresas de conservas de peixe, 15 no Continente e 4 na Região Autónoma dos Açores;
- ✓ O setor de conservas emprega cerca de 3.500 postos de trabalho de mão-de-obra direta em Portugal;
- ✓ As principais espécies de conservas são: atum, sardinha e cavala;
- ✓ Os principais mercados de destino do setor de “Preparação, conservas de peixe e preparação de ovas de peixe”, em 2015, foram:
  - Espanha, França e Reino Unido (Intra União Europeia);
  - Angola, EUA e Brasil (Extra União Europeia).
- ✓ A indústria de conservas exporta para mais de 70 países.

O setor da indústria das conservas em Portugal assume-se já como um sector fortemente exportador e com grande conhecimento dos mercados internacionais, com contributo positivo a nível nacional para o emprego e para a balança comercial.

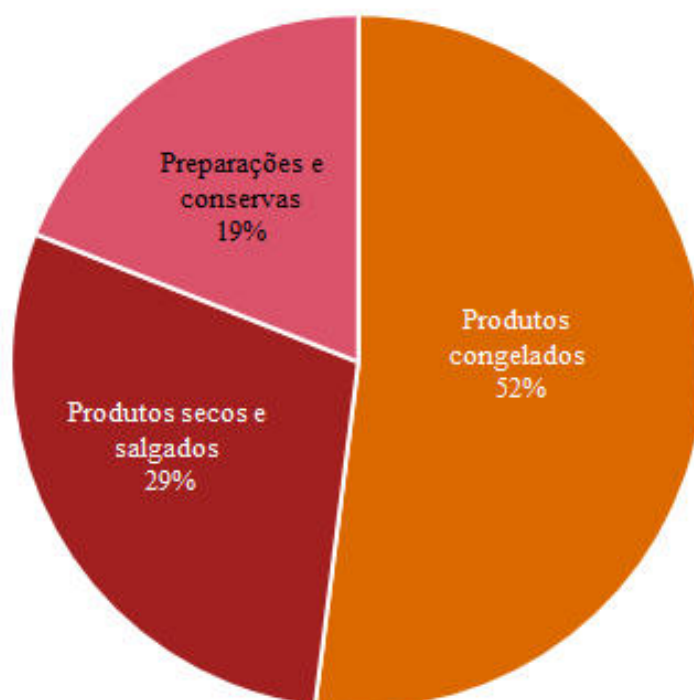
As conservas portuguesas destacam-se pela sua qualidade, pelas suas características nutricionais (ricas em Ómega 3), pela versatilidade da sua utilização, pela sua conveniência e pela variedade dos produtos existentes. Por outro lado, o setor das conservas em Portugal tem vindo a destacar-se pela inovação na oferta de conservas de peixe, com novos produtos, mais focados na qualidade e no mercado gourmet, o que tem permitido criar valor no produto e atrair novos consumidores com capacidade para pagar mais por melhor qualidade.

Tendo em conta o referido anteriormente relativamente às preferências do consumidor chinês, verifica-se que a oferta existente apresenta um conjunto de características diferenciadores e com potencial de penetração no mercado chinês.

## Produção de Produtos de Pesca e Aquicultura em Portugal

De acordo com o Instituto Nacional de Estatística, as “Preparações e Conservas” representavam já, em 2014, cerca de 19% do total das quantidades produzidas de produtos de pesca e aquicultura, pela indústria transformadora, conforme ilustra a figura seguinte:

*Quantidades produzidas de produtos de pesca e aquicultura, pela indústria transformadora (2014)*



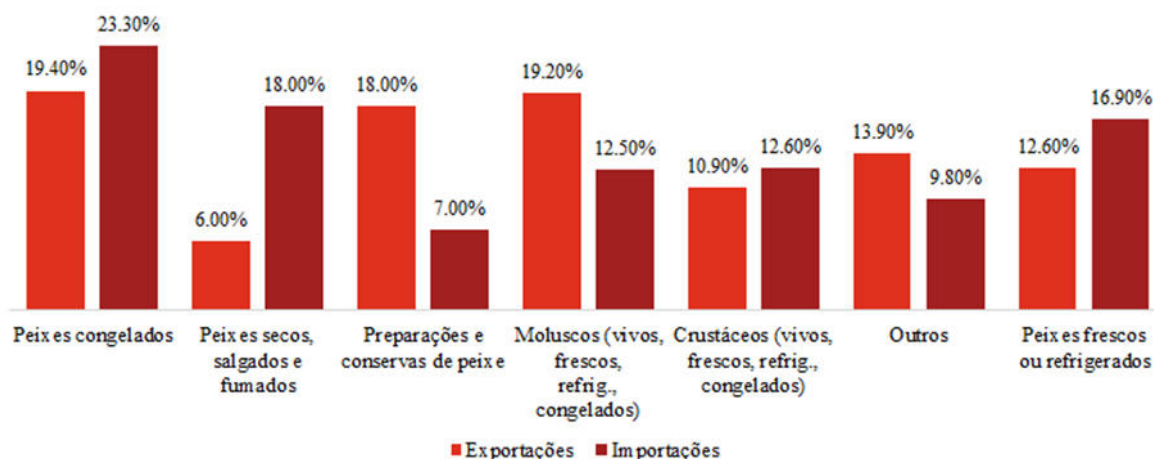
Fonte: Instituto Nacional de Estatística

Por outro lado, segundo informações também do Instituto Nacional de Estatística, as “preparações e conservas” apresentaram como produções mais significativas as “conservas de atum em outros óleos vegetais” e as “conservas de sardinha em azeite”.

## As exportações e importações de Produtos da Pesca em Portugal

Segundo as Estatísticas da Pesca de 2015, do Instituto Nacional de Estatística, o valor das Exportações e Importações por grupo de produtos em 2015 era decomposto da seguinte forma:

Valor das Exportações e Importações por grupo de produtos (2015)



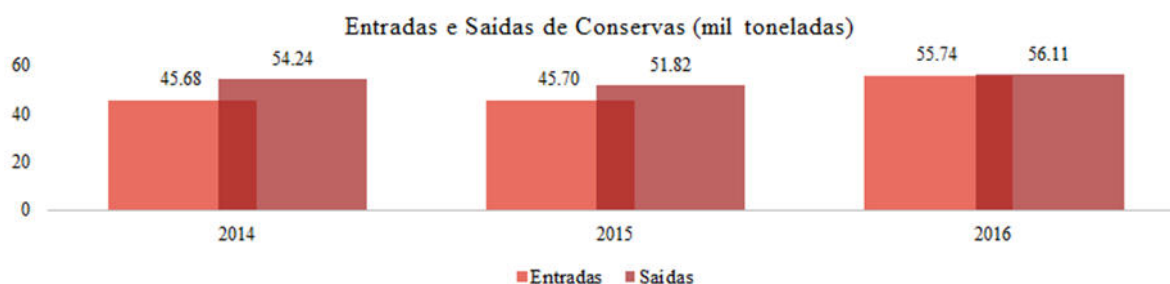
Fonte: Instituto Nacional de Estatística - Estatísticas da Pesca 2015

Constata-se que as “preparações e conservas de peixe” representavam em 2015 cerca de 18% do valor das exportações e aproximadamente 7% do valor das importações, assumindo-se como um dos grupos de produtos com maior importância nas exportações e um dos grupos com menos peso em termos de importações.

A categoria “peixes congelados exceto filetes” foi, pela primeira vez, o principal grupo de produtos exportado, posição que tradicionalmente é ocupada pelas “preparações, conservas de peixe e preparação de ovas de peixe”.

## Balança Comercial dos Produtos da Pesca - Portugal

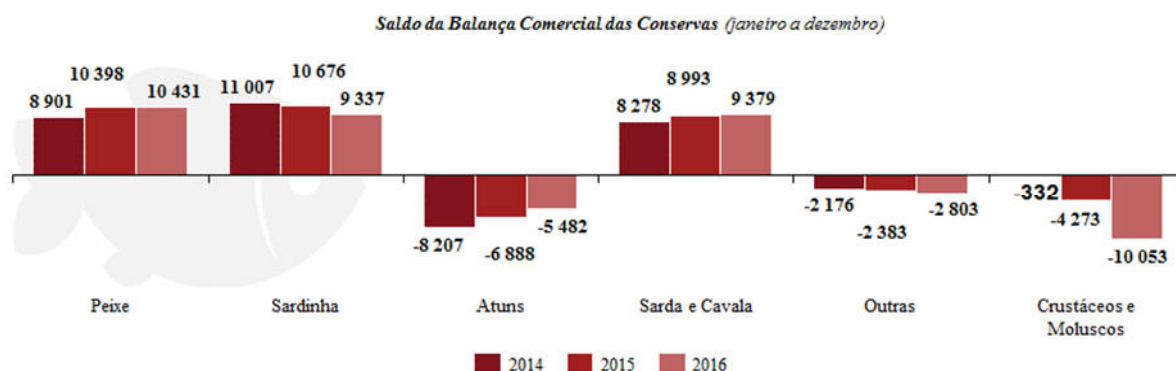
Segundo o Datapescas, com referência ao período entre 2014 e 2016, a balança comercial portuguesa dos produtos da pesca em Portugal, em termos de entradas e saídas de conservadas, em milhares de toneladas, tem vindo a apresentar-se superavitária, conforme se constata na figura seguinte:



Fonte: Datapescas, janeiro a dezembro de 2016

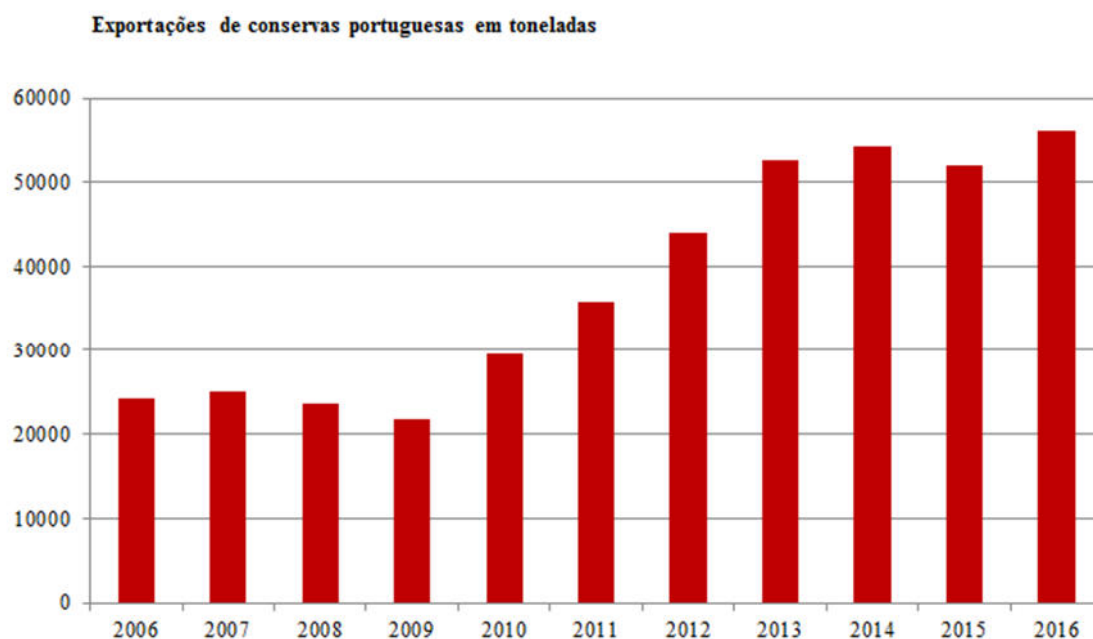
Apesar da redução das quantidades exportadas verificadas em 2015 face a 2014, em 2016 as quantidades exportadas voltaram a aumentar para níveis superiores aos verificados em 2014, reforçando a tendência de crescimento das quantidades de conservas exportadas verificada nos últimos anos.

Se atentarmos por espécie, verifica-se que a sardinha e a sarda e cavala são as espécies com maior contributo para a balança comercial, em toneladas. A figura abaixo ilustra esta situação:



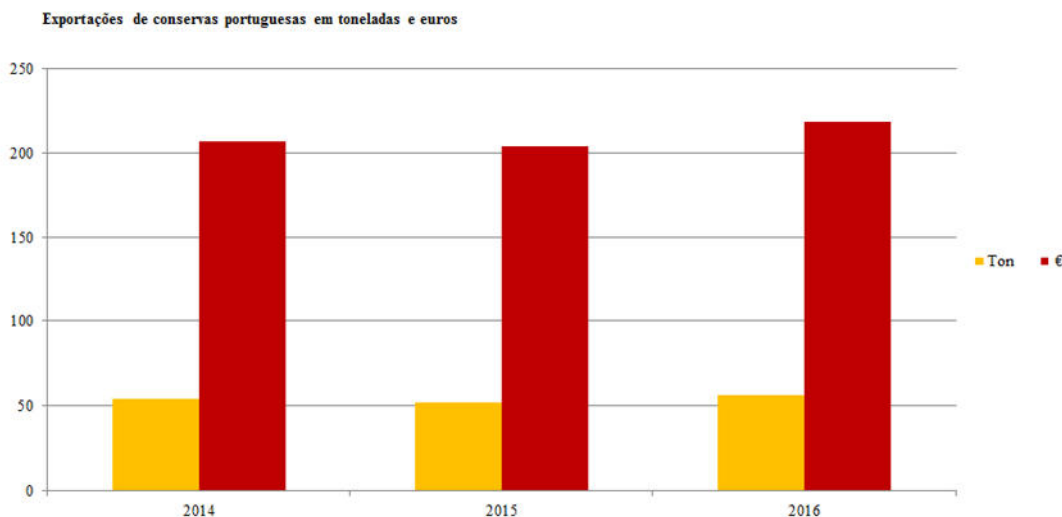
Fonte: Datapescas, janeiro a dezembro de 2016, toneladas

Através da análise das toneladas exportadas de conservas portuguesas entre 2006 e 2016, verifica-se que, nos últimos 10 anos, as quantidades exportadas mais do que duplicaram.



Fonte: Datapescas

Verifica-se ainda que, entre 2014 e 2016, tem-se continuado a verificar um aumento das quantidades exportadas de conservas portuguesas, que é também acompanhado por um aumento no seu valor, evidenciando o valor acrescentado deste produto.



Fonte: Datapescas

## Relações comerciais entre a Região Norte e a China

Segundo dados do Anuário Estatístico da Região Norte de 2015, as relações comerciais entre Operadores com sede na Região Norte e a China apresentaram em 2015 um valor de importações, em milhares de euros, superior ao valor das exportações, conforme se apresenta em seguida:

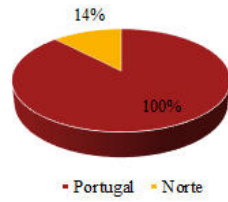


Fonte: Anuário Estatístico da Região Norte, 2015

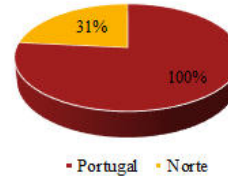
Face ao total do país, a Região Norte apresentou, em 2015, um peso de cerca de 14% no total das exportações de Portugal para a China e de cerca de 31% face ao total das importações, conforme ilustra a figura seguinte.



Parte das Exportações portuguesas para a China realizadas pela região Norte (2015)



Parte das Importações vindas da China para a região Norte (2015)



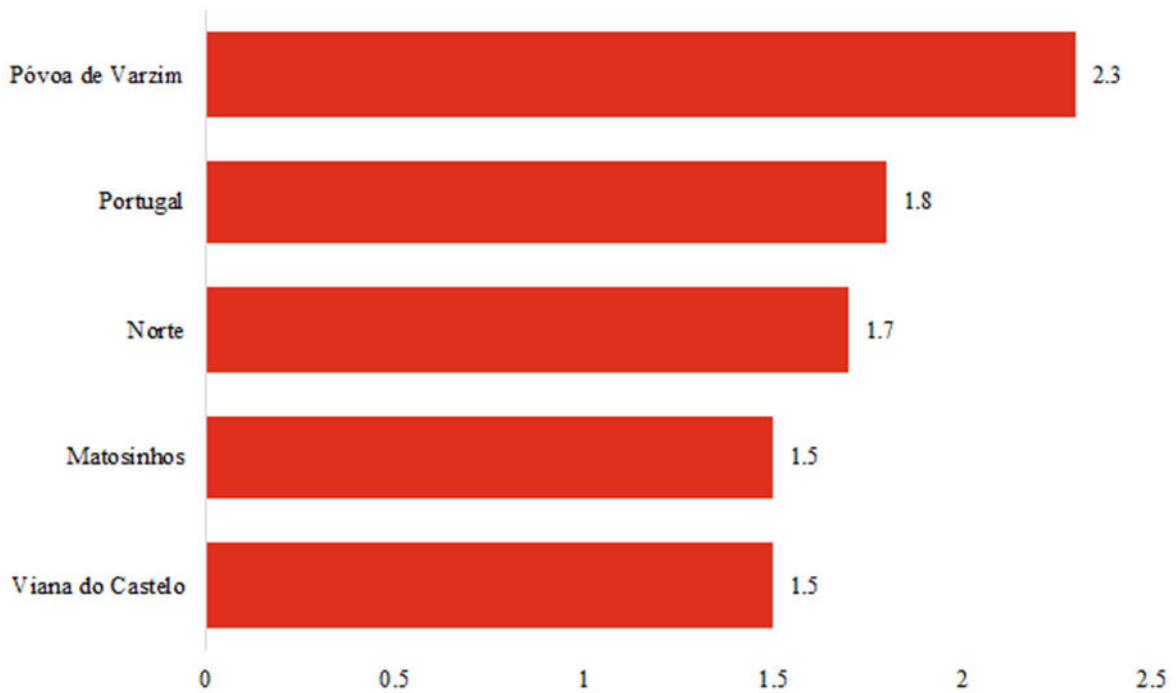
Fonte: Anuário Estatístico da Região Norte, 2015

Estes dados demonstram o potencial de crescimento que existe nas relações comerciais entre a Região Norte e a China.

## Valor médio da pesca descarregada pelos principais portos da Região Norte e Portugal

De acordo com a publicação “Região Norte em Números, 2015”, do Instituto Nacional de Estatística, verifica-se que o valor médio anual por kg da pesca descarregada nos portos da região Norte se situa próximo da média nacional, destacando-se o porto da Póvoa do Varzim com um valor médio superior ao da média nacional, conforme se apresenta na figura seguinte:

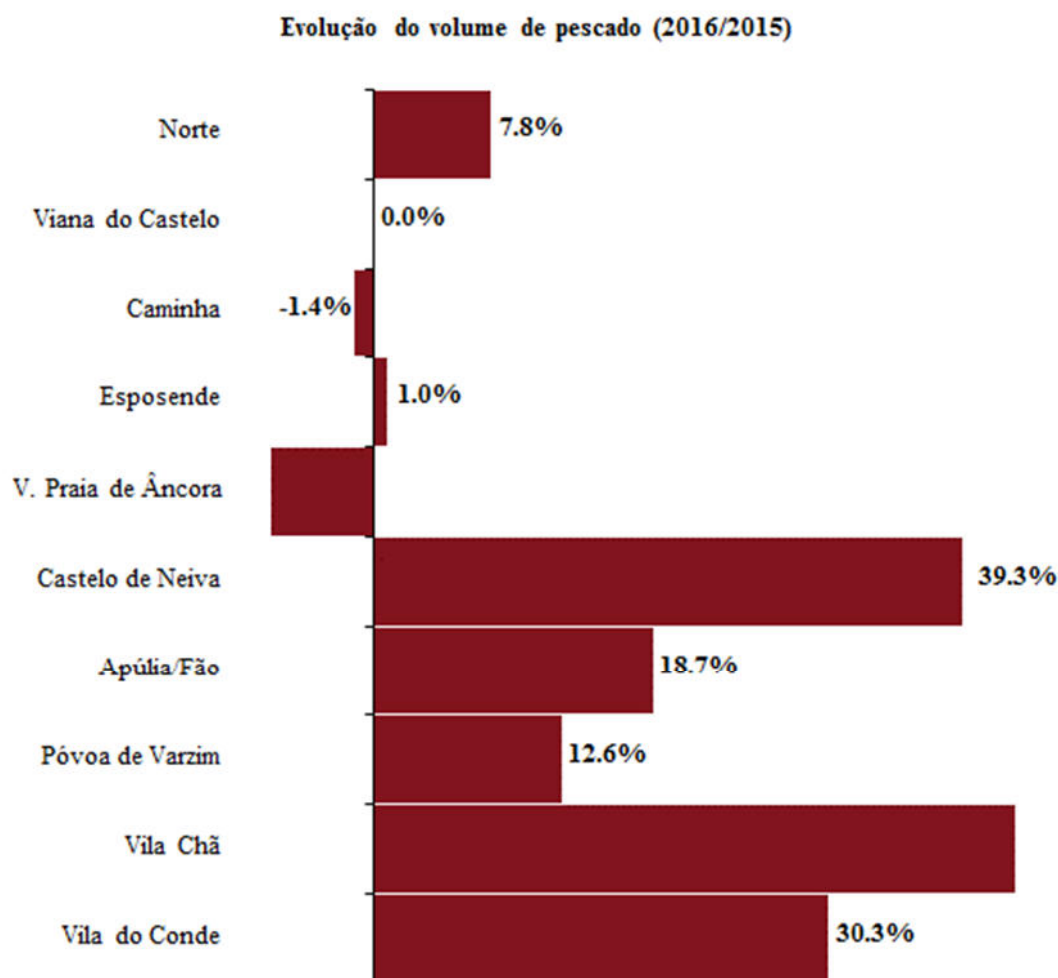
Valor médio anual da pesca descarregada, por porto (€/Kg)



Fonte: INE – Região Norte em Números, 2015

## Evolução do Volume de Pescado na Região Norte

Segundo dados da Docapesca, entre 2015 e 2016, assistiu-se na Região Norte a um aumento do volume de pescado de cerca de 8%, sendo que apenas Vila Praia de Âncora e Caminha apresentaram decréscimos, com as restantes localidades a evidenciarem crescimentos, alguns dos quais a dois dígitos. A figura abaixo ilustra esta situação:



Fonte: Docapesca

## Principais espécies desembarcadas de peixe fresco/refrigerado na Região Norte

Segundo dados da Datapescas, para o período de janeiro a dezembro de 2016, as principais espécies desembarcadas na Região Norte, em toneladas, foram o carapau, a sardinha, o biqueirão, a cavala e polvos.



Fonte: Datapescas, janeiro – dezembro 2016

## Principais espécies de peixe e marisco produzidas na China

Da análise realizada, verificou-se que as principais espécies de peixe e marisco produzidas na China são:

- ✓ Carpa (várias);
- ✓ Channidae;
- ✓ Enguia;
- ✓ Dojô;
- ✓ Tilápia;
- ✓ Perca;
- ✓ Peixe-gato;
- ✓ Camarão branco;
- ✓ Truta.

Face a este contexto, confirma-se o potencial de penetração das principais espécies de conservas portuguesas no mercado chinês.

---

# *Avaliação do mercado Chinês, atual e potencial (dimensão, procura, capacidade de venda de produtos e capacidade de exportação)*

## **Caracterização geral: o mercado chinês**

Segundo informações recolhidas da Direção-Geral de Alimentação e Veterinária (DGAV), da AICEP e da Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), o mercado chinês caracteriza-se por:

- ✓ 1.357 milhões de consumidores;
- ✓ prevê-se que em 2020 a China apresente um consumo de peixe de 35,9 kg per capita;
- ✓ após adesão à Organização Mundial do Comércio e ao liberalismo de mercado, o volume de importações no setor agroalimentar chinês tem crescido consistentemente;
- ✓ tornou-se um dos mercados com maior potencial de crescimento e dos mais apetecíveis para os parceiros comerciais;
- ✓ a China é o segundo maior parceiro comercial da União Europeia que é, por sua vez, o maior parceiro comercial da China; a posição de Portugal, neste contexto, não tem grande relevância, ficando as quotas de mercado, como cliente e fornecedor, próximas de 0,1%;
- ✓ As exportações portuguesas de bens e serviços para a China aumentaram nos últimos cinco anos, tendo-se observado um crescimento médio anual de 26,9%.

Verifica-se desta forma que o mercado chinês é um mercado de elevada dimensão, com potencial de crescimento, com fortes relações comerciais com a União Europeia e onde a posição de Portugal ainda se apresenta residual.

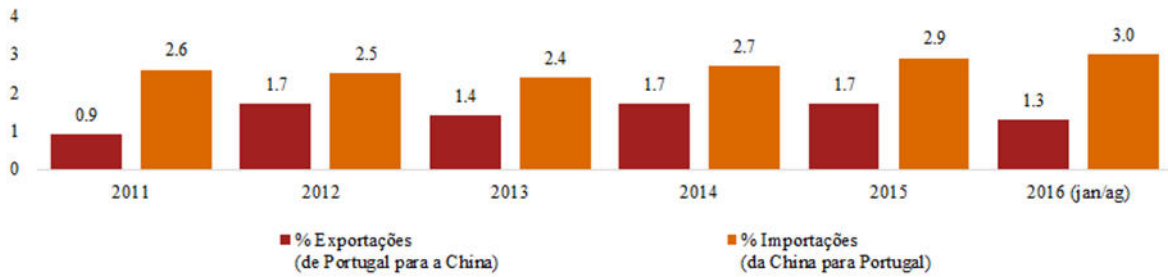
Neste contexto, o mercado chinês encerra um elevado potencial para a dinamização do comércio internacional português, em geral, e do setor das conservas de peixe, em particular.

## **Caracterização geral: posição da China no comércio internacional português de bens**

No âmbito do comércio internacional de bens, o mercado chinês ainda assume um peso residual, quer enquanto cliente, quer como fornecedor, de Portugal.

Apesar disso, segundo dados da AICEP, desde 2011 a 2016, tem-se assistido a um reforço do peso da China no comércio internacional Português de bens, quer ao nível das exportações, quer ao nível das importações, conforme ilustra a figura seguinte:

Quota da China no Comércio Internacional Português de Bens

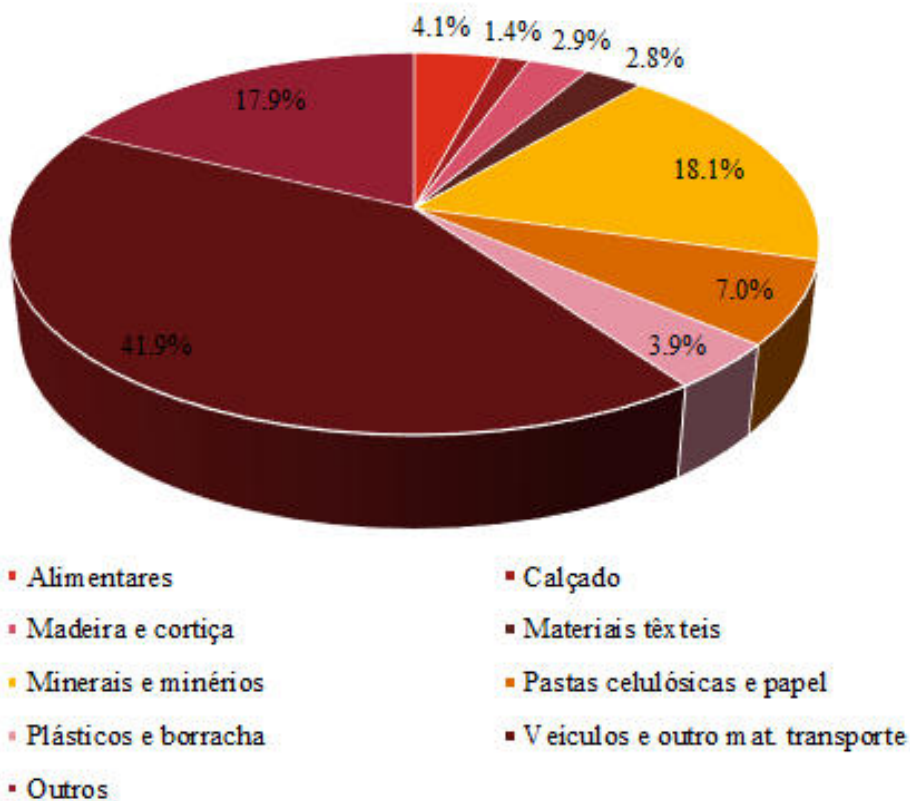


Fonte: AICEP

De janeiro a agosto de 2016, a China foi o nosso 11º cliente, com uma quota de 1,3%, e o 7º fornecedor, com uma quota de 3,0%, sendo o saldo da balança comercial tradicionalmente desfavorável para Portugal, com as importações a assumirem maior peso que as exportações.

### Caracterização geral: estrutura das exportações portuguesas para a China

Ao nível das exportações, segundo dados da AICEP, o sector com maior percentagem de exportações de Portugal para a China é o de “Veículos e de outros materiais de transporte” (41,9%), seguido pelo setor de “Minerais e minérios” (18,1%). O setor alimentar representa, por sua vez, 4,1% do total de exportações. A figura seguinte ilustra esta situação.

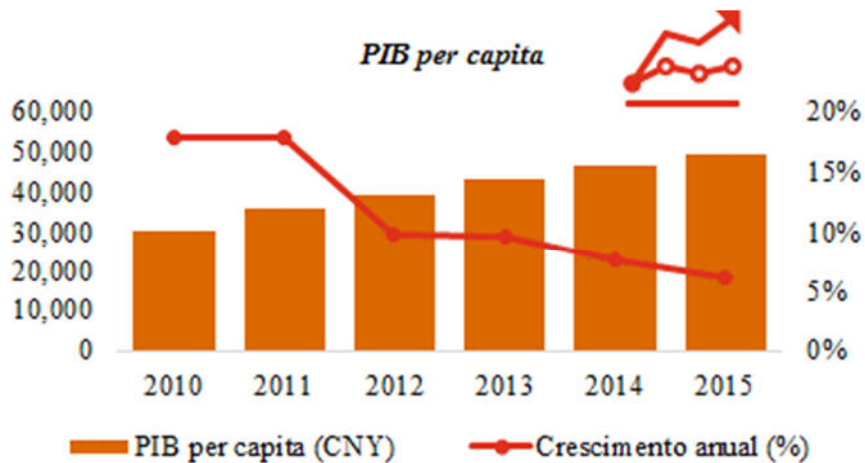


Fonte: AICEP

## Economia da China

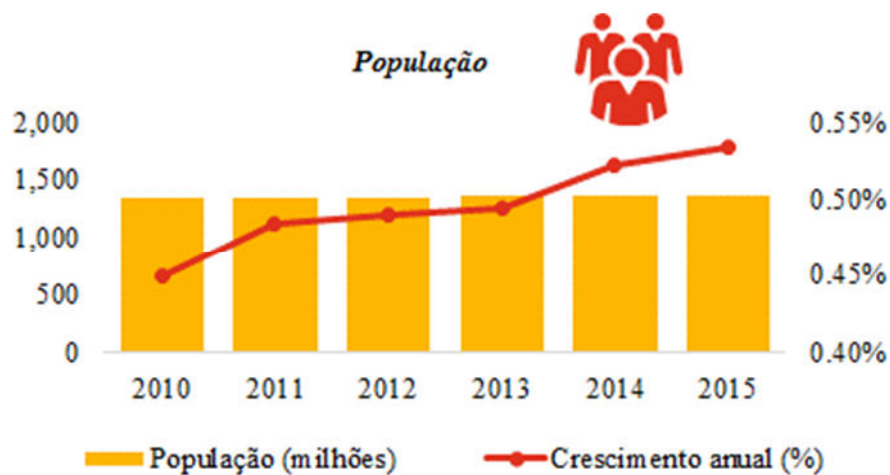
O aumento da inflação, juntamente com o declínio do crescimento do PIB levaram à desaceleração da economia chinesa.

Segundo dados da Canadean, apesar do Produto Interno Bruto per capita ter vindo a crescer nos últimos anos, verifica-se que a respetiva taxa de crescimento se tem vindo a reduzir.



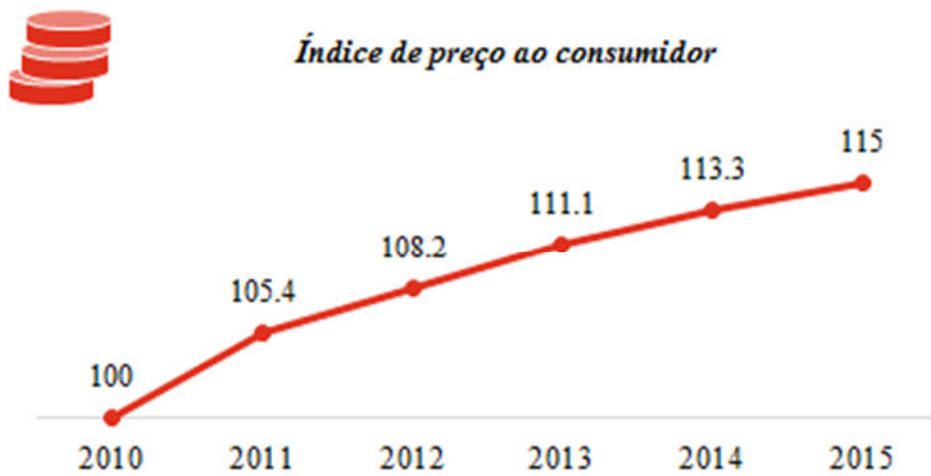
Fonte: Canadean

Em termos de população, a China tem apresentado um crescimento nos últimos anos, evidenciado taxas médias de crescimento anual crescentes.



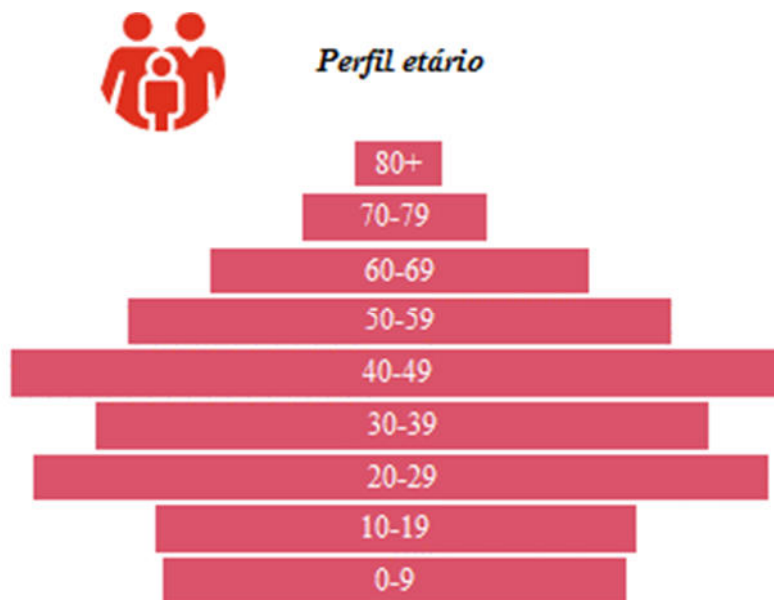
Fonte: Canadean

Por sua vez, o índice de preços do consumidor tem acompanhado esta tendência de crescimento conforme ilustra a figura seguinte:



Fonte: Canadean

Em termos de perfil etário, a população chinesa assume-se como sendo relativamente jovem, em que as faixas etárias com maior peso se situam entre os 20 e os 49 anos de idade.

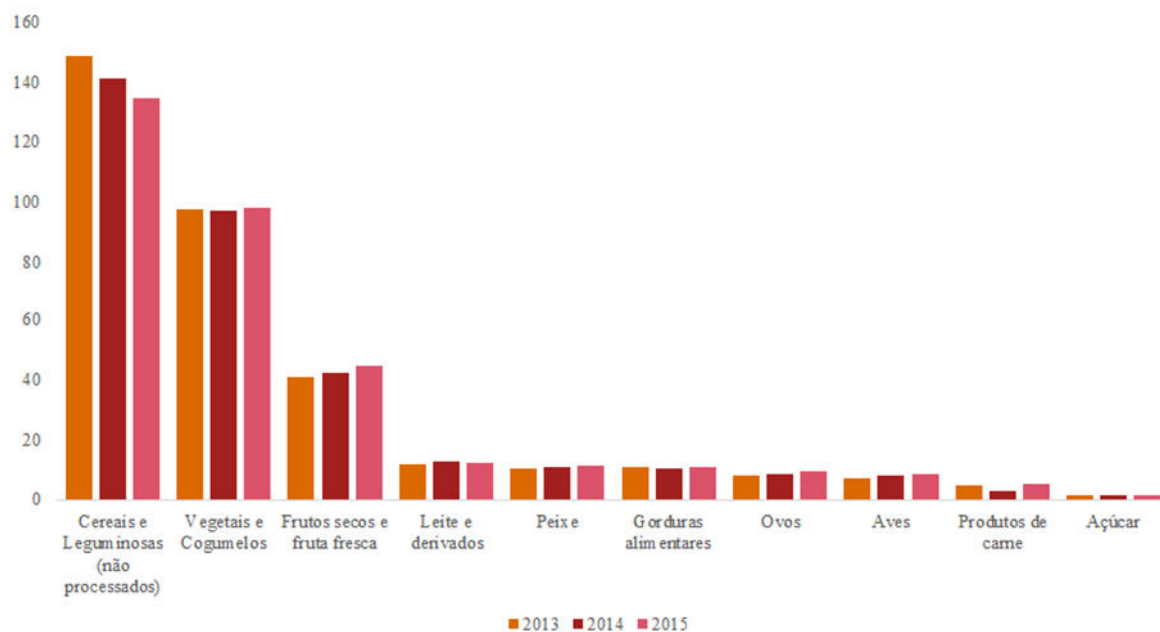


Fonte: Canadean

## Consumo per capita na China

Apesar da redução verificada entre 2013 e 2015, o segmento de “Cereais e Leguminosas (não processados)”, continua a ser o segmento com maior peso em termos de consumo *per capita* na China, sendo seguido dos segmentos de “Vegetais e Cogumelos” e “Frutos secos e fruta fresca”. O consumo per capita de “Peixe” encontra-se numa posição intermédia do total nacional, conforme se constata na figura abaixo.

Consumo per capita na China das principais comidas a nível nacional (em kg)

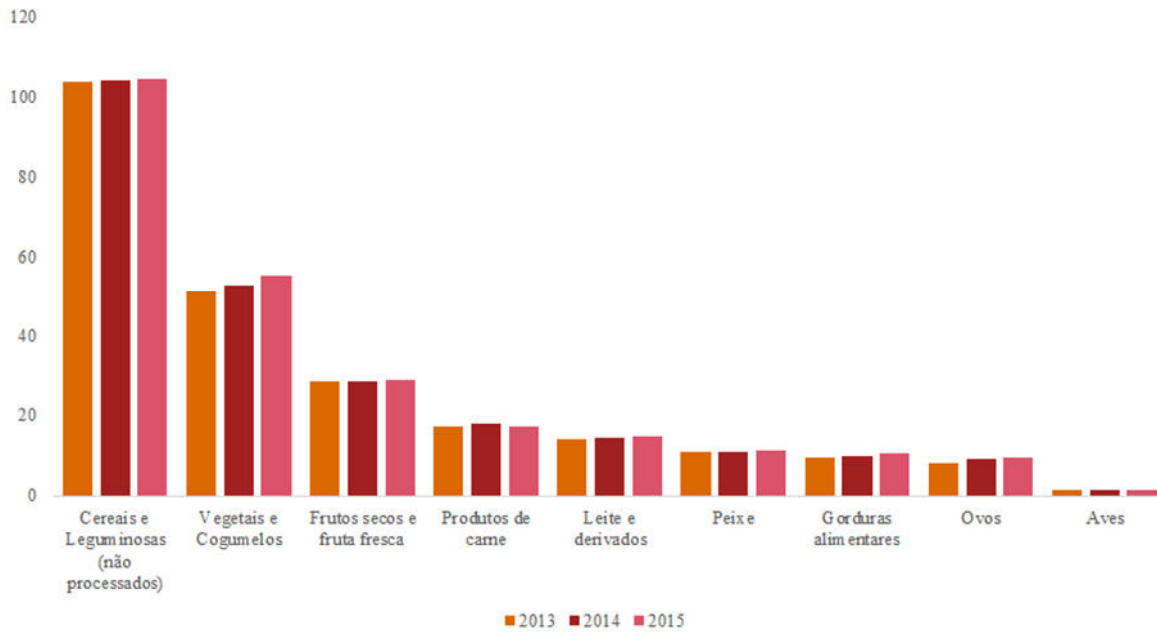


Fonte: China Statistical Yearbook 2016

Se atendermos à natureza dos principais produtos consumidos nos meios urbanos e nos meios rurais, constata-se que não existem diferenças assinaláveis ao nível da ordenação por segmentos face ao total nacional. Contudo, destaca-se um maior peso no consumo de “Peixe” *per capita* nas zonas urbanas quando comparado com as zonas rurais.

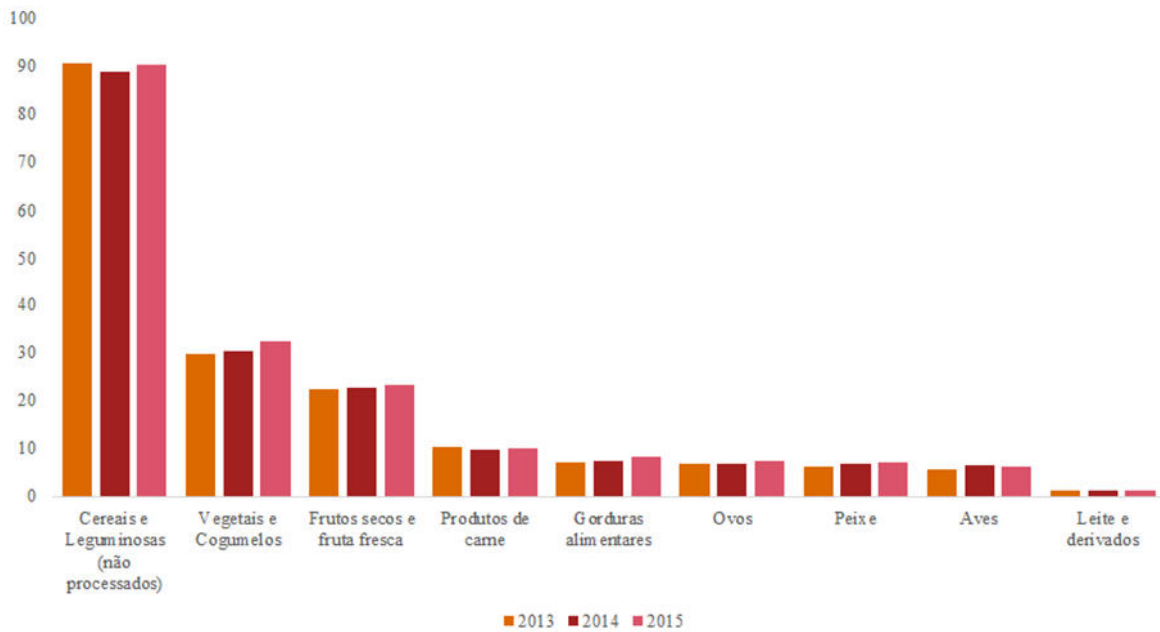


Consumo per capita na China das principais comidas a nível urbano (em kg)



Fonte: China Statistical Yearbook 2016

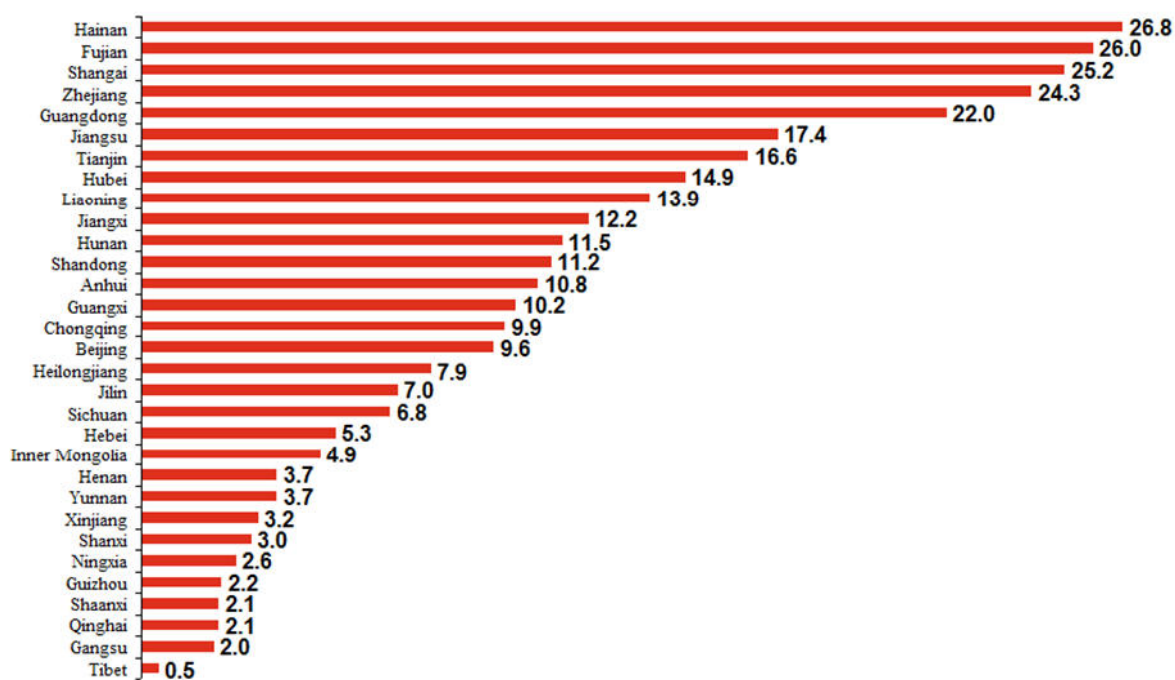
Consumo per capita na China das principais comidas a nível rural (em kg)



Fonte: China Statistical Yearbook 2016

No que respeita ao consumo *per capita* de peixe na China por região, de acordo com dados de 2015, verifica-se que existem grandes simetrias entre regiões. A figura abaixo ilustra esta situação.

Consumo per capita de peixe na China por região (em kg/ano 2015)



Fonte: China Statistical Yearbook 2016

## Mercado do pescado: consumos per capita

Na China o consumo de peixe é maior nas áreas costeiras do sul e sudeste do país.

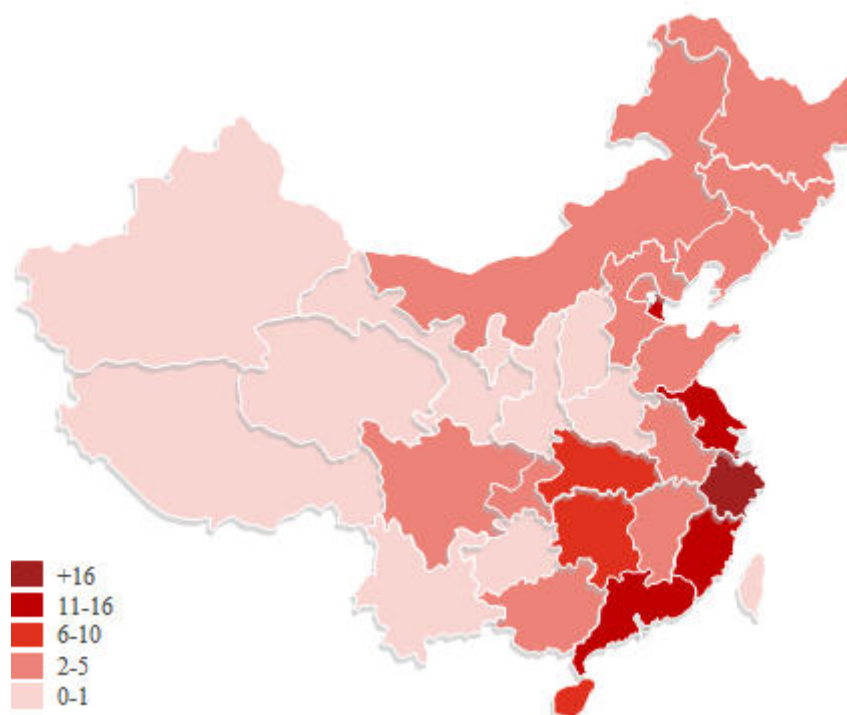
Segundo dados da Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), constata-se que consumo *per capita* de peixe é significativamente superior nos meios urbanos quando comparado com os meios rurais e concentrado nas províncias costeiras do sudeste do país.

Consumo rural/urbano de peixe  
(em kg/capita/ano)



Fonte: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

*Consumo rural de peixe e produtos de peixe, por província (em kg/capita/ano)*

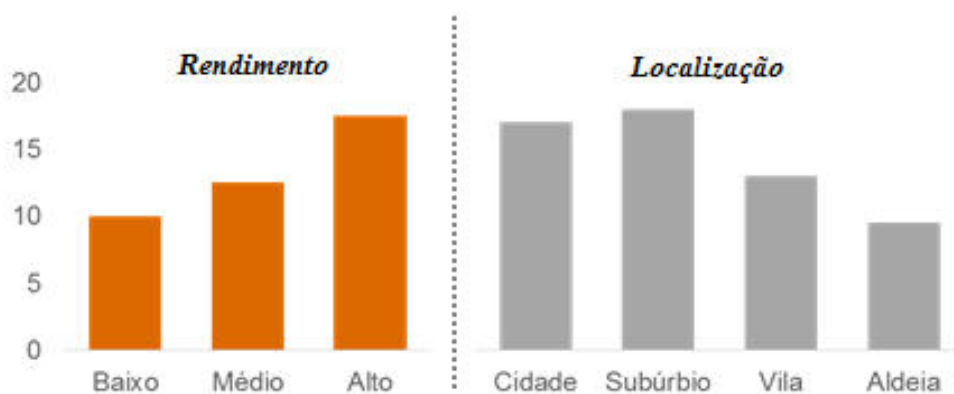


Fonte: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

O consumo destes produtos está tipicamente concentrado nas províncias costeiras do sudeste chinês, sendo também estas responsáveis pela maior quota de produção.

Verifica-se que o consumo de peixe e produtos de peixe *per capita* tende a ser tanto maior quanto maior o nível de rendimento e maior a proximidade às cidades (meios urbanos).

*Consumo de peixe e produtos de peixe, por nível de rendimento e localização (em kg/capita/ano)*



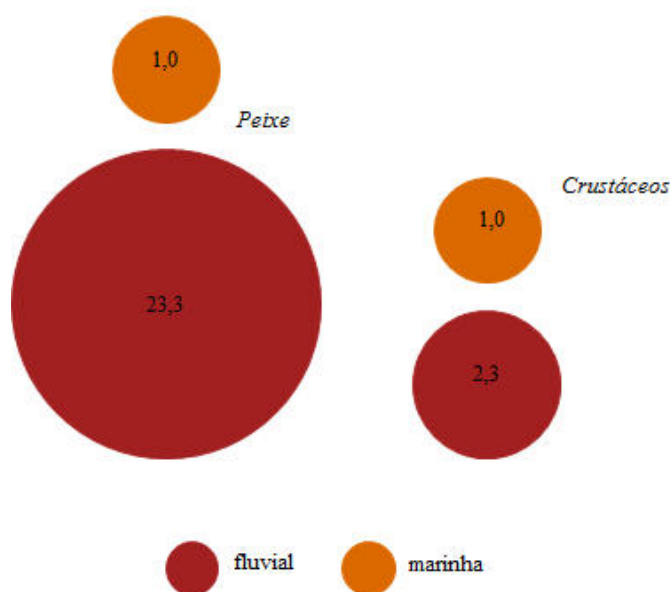
Fonte: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

## Mercado do pescado: produção de pescado por região

O rápido aumento da procura de produtos de peixe tem sido principalmente suportado pelos fornecedores domésticos de aquacultura de água doce.

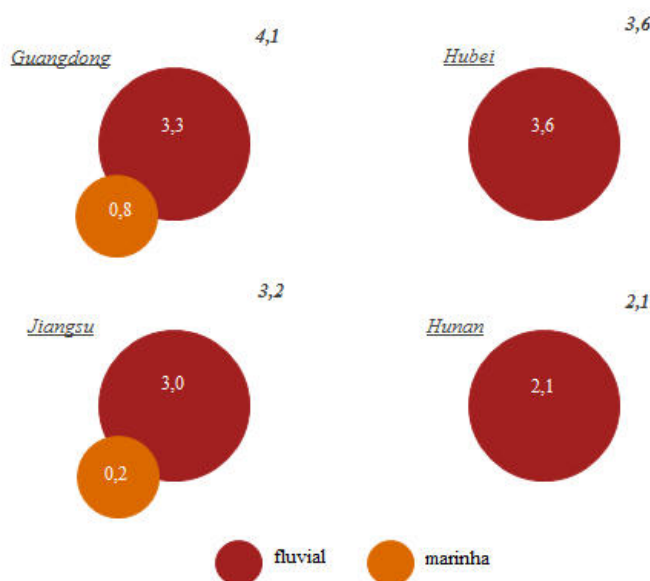
Segundo dados da Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), a produção fluvial de peixe e crustáceos apresenta um peso significativamente superior quando comparada com a produção marinha. As figuras seguintes ilustram esta situação.

*Produção nacional anual de peixe e crustáceos (milhões toneladas)*



Fonte: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

*Produção anual de peixe e crustáceos nas 4 províncias líderes (milhões toneladas)*

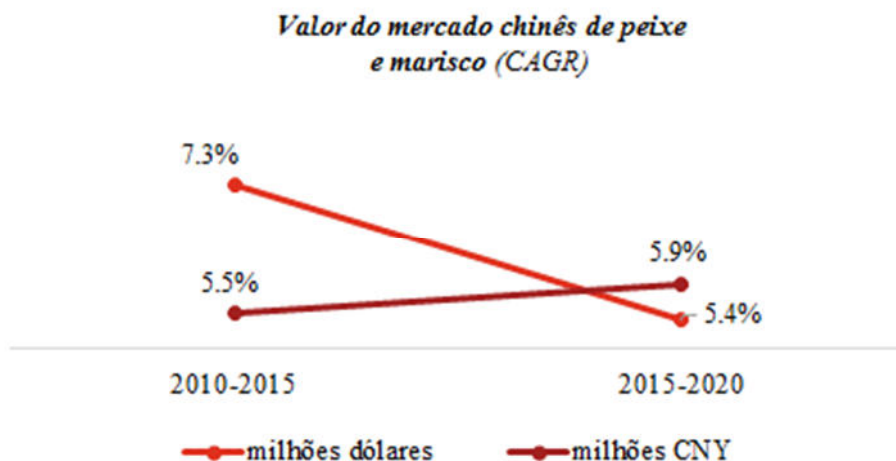


Fonte: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

## Mercado do pescado: valor e volume do mercado chinês de peixe e marisco

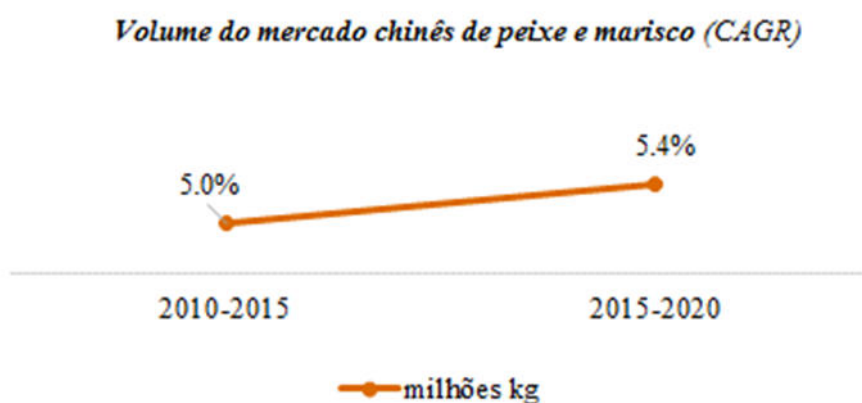
A apreciação do yuan Chinês em relação ao dólar refletiu-se no crescimento em dólares do mercado de peixe e marisco, entre 2010 e 2015.

Segundo dados da *Canadean*, o valor do mercado chinês de peixe e marisco, quer em dólares, quer em yuans, apresentou um crescimento composto anual de 7,3% e 5,5%, respetivamente, no período entre 2010 e 2015 e prevê-se que continue a crescer até 2020.



Fonte: Canadean

Verifica-se ainda que este crescimento em termos de valor é também acompanhado por um crescimento ao nível das quantidades.



Fonte: Canadean

Prevê-se que o volume de vendas de produtos de peixe e marisco cresça de 4.935,3 milhões de kg em 2015 para 6.407,2 milhões de kg em 2020, registando uma Taxa de Crescimento Anual Composta (CAGR - *Compound Annual Growth Rate*) de 5,4% entre 2015 e 2020, segundo previsões da *Canadean*.

Por outro lado, estima-se que o yuan irá depreciar em relação ao dólar, mas a um ritmo mais lento, entre 2015 e 2020.

Conseqüentemente, o mercado Chinês de peixe e marisco deverá registrar um crescimento de 5,4% (CAGR) em dólares, entre 2015 e 2020, comparando com um crescimento de 5,9% (CAGR) em yuan durante o mesmo período, segundo previsões da *Canadean*.

### Mercado do pescado: volume do mercado por categoria

Segundo dados da *Canadean*, o mercado de peixe e marisco chinês totalizou 4.935,3 milhões de kg em 2015, dos quais a categoria “Peixe e Marisco Frescos” representou 58,3% do total, sendo seguida pela categoria de “Peixe e marisco embalados crus refrigerados - cortes inteiros”, com 12,1% de quota.

As conservas de pescado representaram cerca de 6% do volume do peixe vendido na China em 2015, o equivalente a cerca de 0,3 milhões de toneladas, conforme ilustra a figura seguinte:

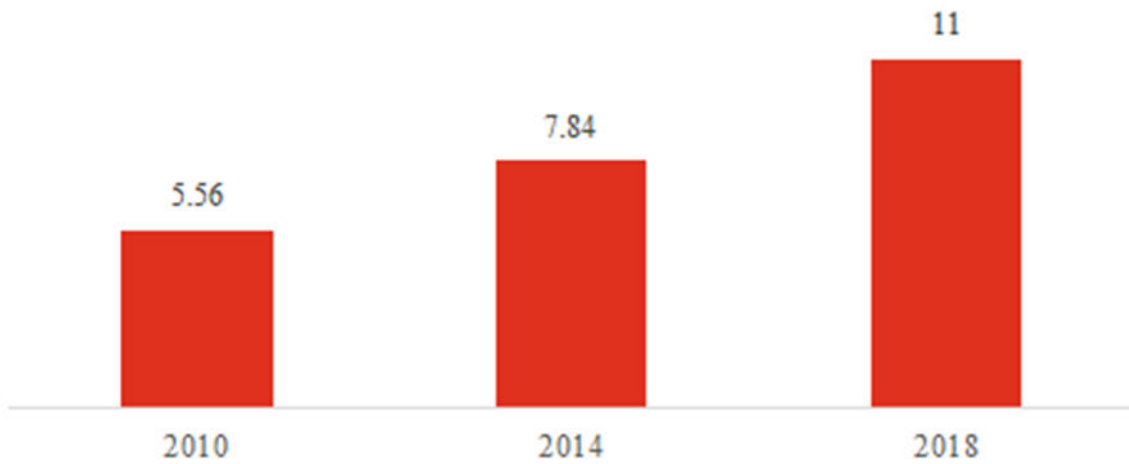


Fonte: *Canadean*

### Mercado do pescado: valor de vendas a retalho de conservas

Segundo dados da *China Statistical Yearbook 2016*, tem-se verificado um crescimento do valor de vendas a retalho de conservas na China, prevendo que continuem a crescer no futuro.

*Valor das vendas a retalho de conservas na China, 2010-2018*  
(em mil milhões de \$)



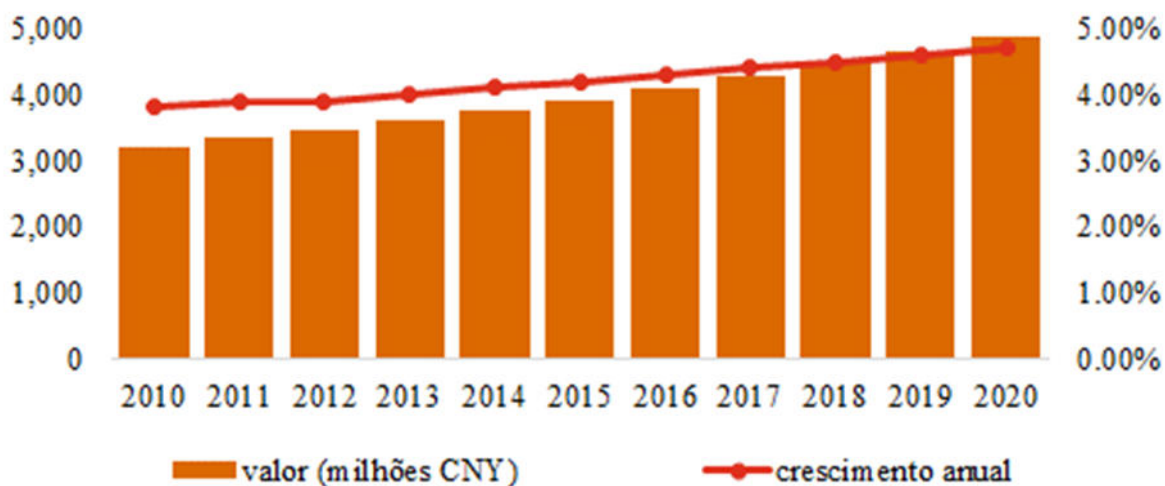
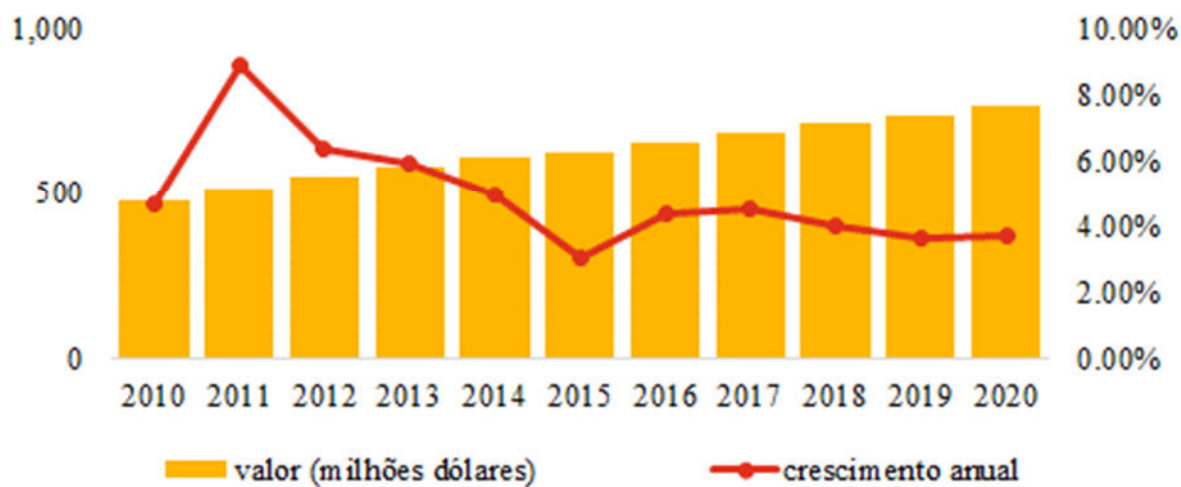
Fonte: China Statistical Yearbook 2016 | Statista

### **Mercado do pescado: projeções futuras**

De acordo com previsões da *Canadean*, o mercado de Conservas de Peixe e Marisco, em milhões de dólares e yuans, tem vindo a crescer nos últimos anos e deverá manter esta tendência no futuro. Estimam que este mercado continue a crescer cerca de 4% - 5% ao ano (CAGR) entre 2015 e 2020.

As figuras seguintes ilustram estes comportamentos.

### Conservas de peixe e marisco (valor de mercado)



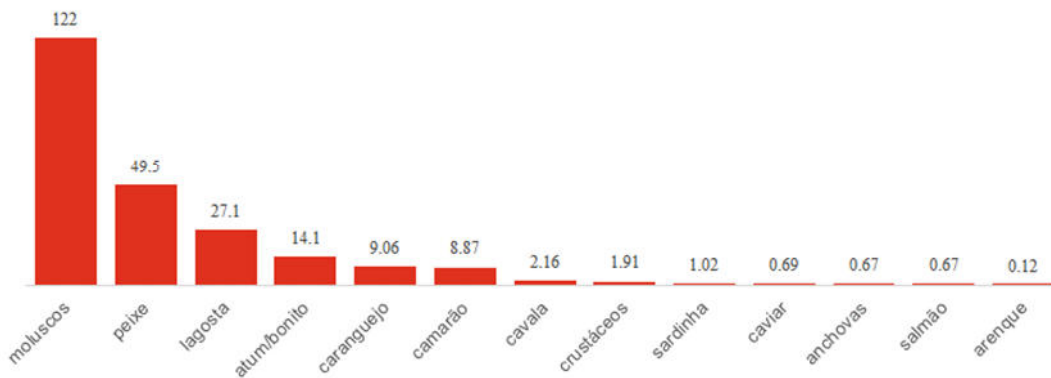
Fonte: Canadean

### Mercado do pescado: importações da China

Analisando o mercado de pescado chinês por produto, em termos de importações, verifica-se que os moluscos são a categoria com maior valor de importação, de cerca de 122 milhões de dólares. No caso da sardinha e da cavala, verifica-se que não se assumem como produtos relevantes no contexto das importações chinesas, encerrando um elevado potencial.



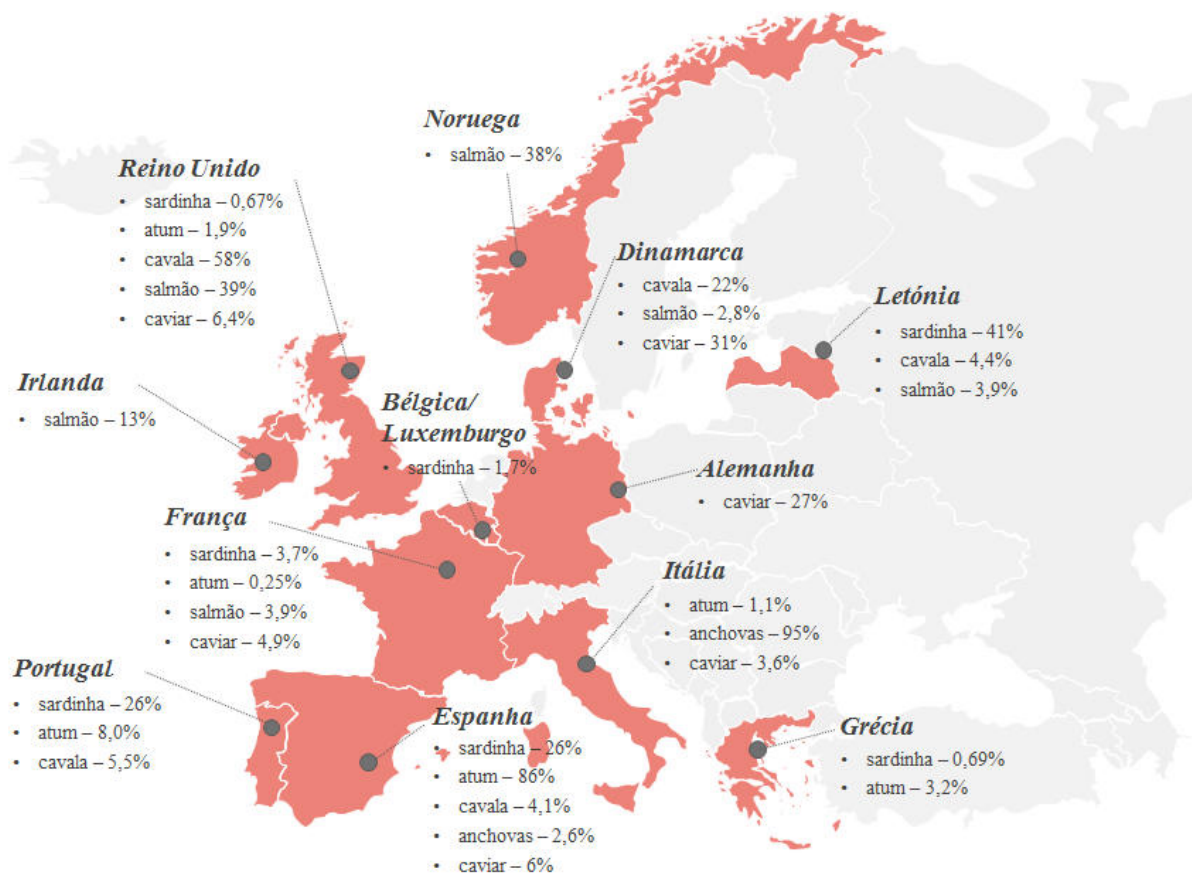
Valor das importações de peixe, moluscos e crustáceos na China (em milhões \$)



Fonte: Observatory of Economic Complexity (OEC)

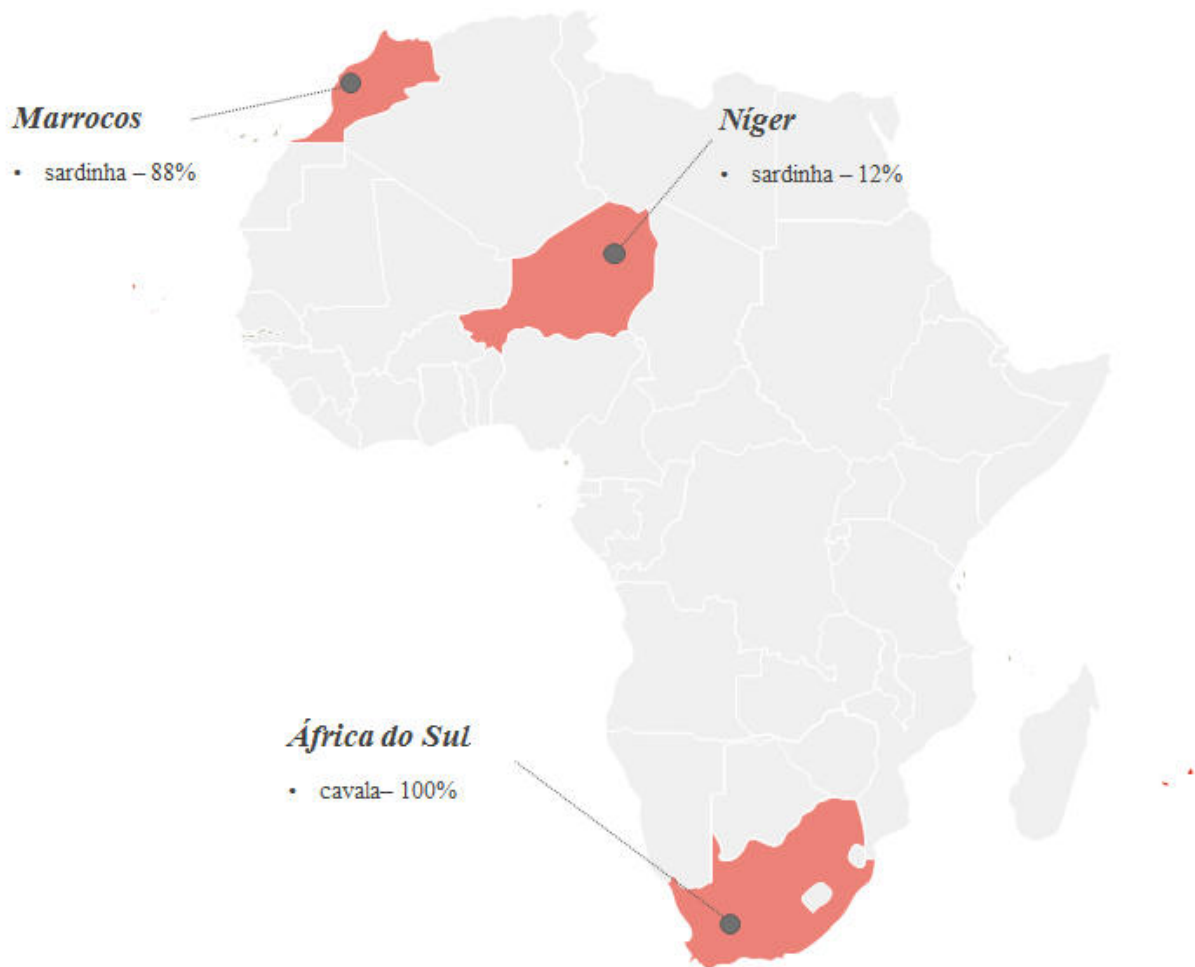
Segundo o Observatory of Economic Complexity (OEC), a China é o país do mundo que mais importa refeições, farinhas e aglomerados de peixe para consumo humano (11%) e, no total de comida importada pela China, o peixe em conserva representa apenas 0,27%.

Em termos de importações de produtos europeus em % do total do continente, as importações da China apresentam-se da seguinte forma:



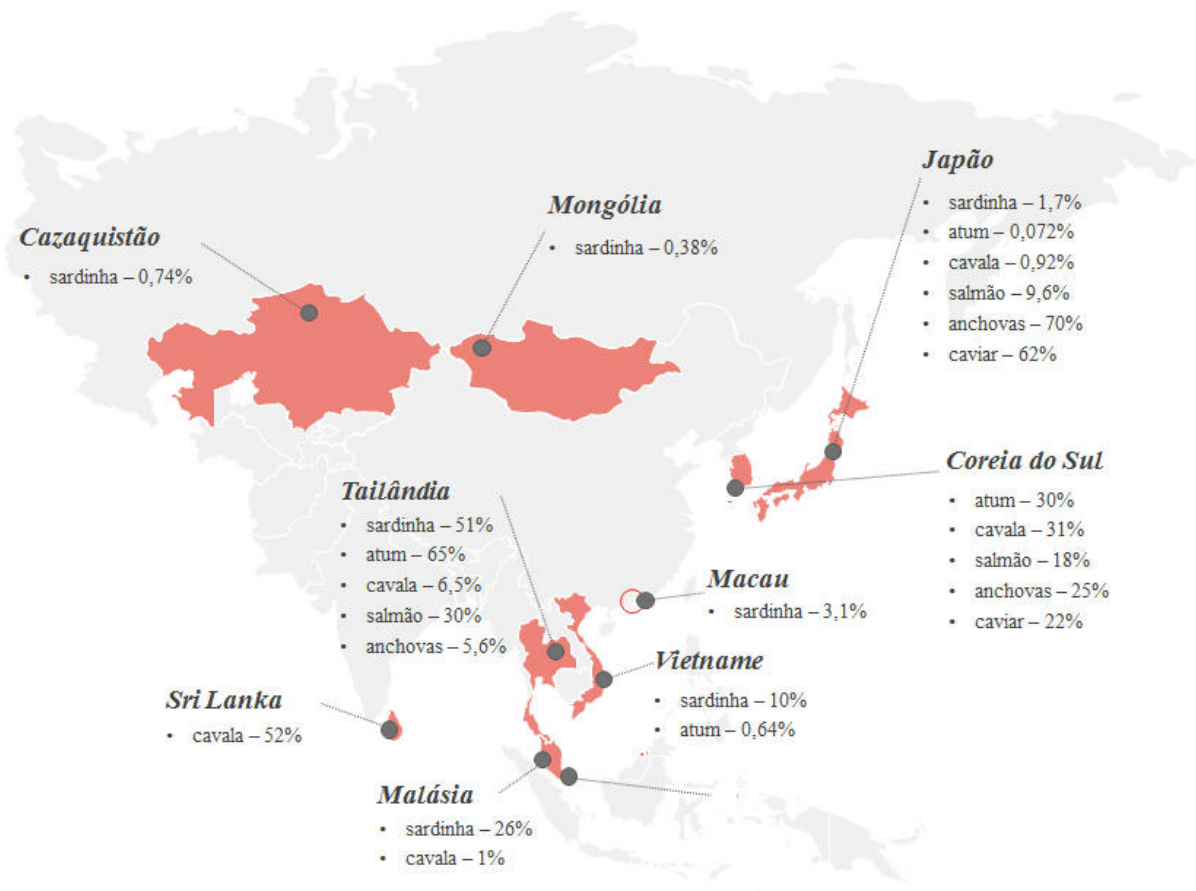
Fonte: Observatory of Economic Complexity (OEC)

Em termos de importações de produtos africanos em % do total do continente, as importações da China apresentam-se da seguinte forma:



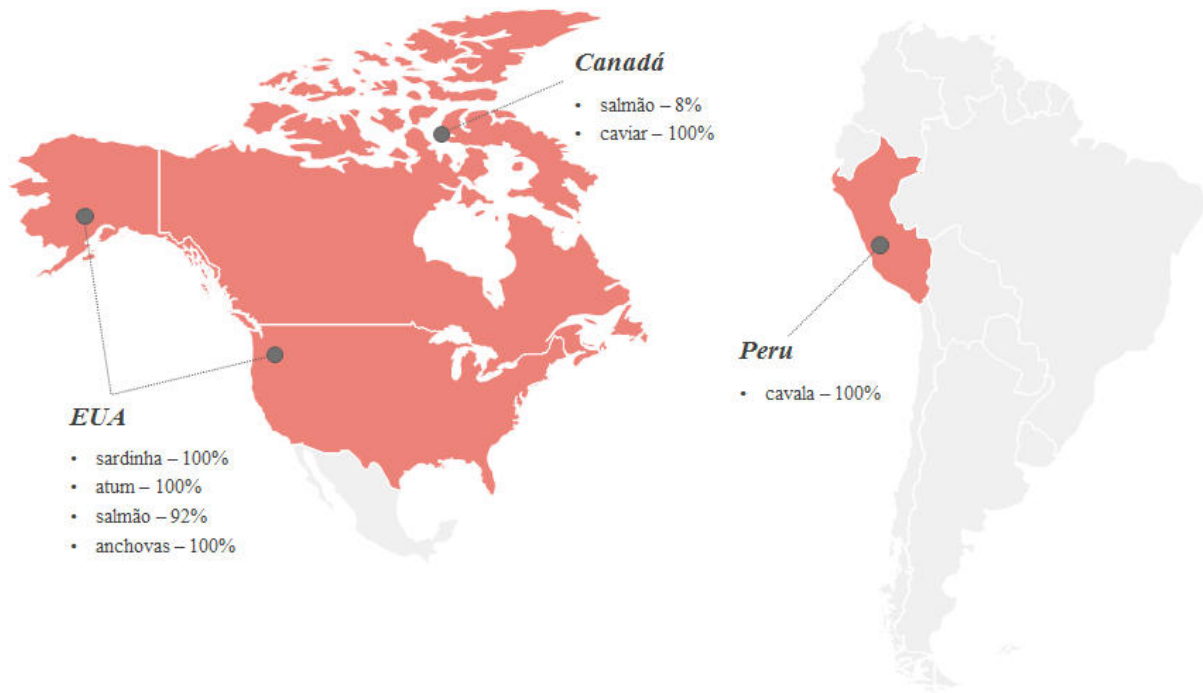
Fonte: Observatory of Economic Complexity (OEC)

Em termos de importações de produtos asiáticos em % do total do continente, as importações da China apresentam-se da seguinte forma:



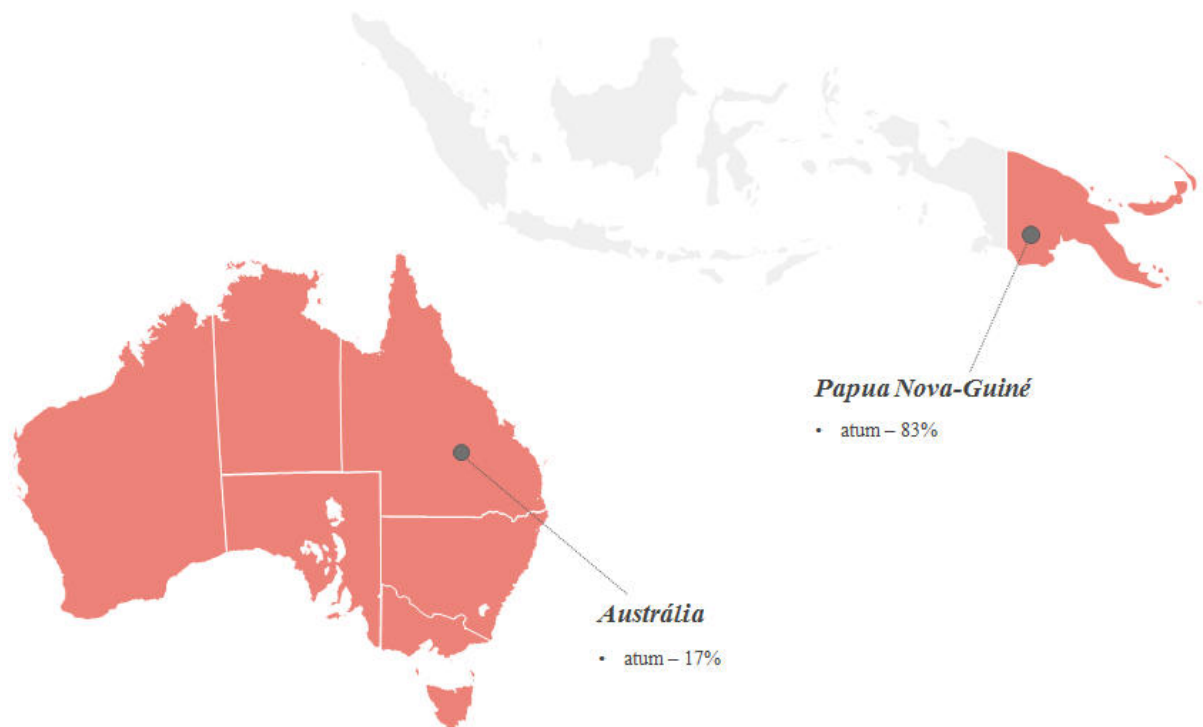
Fonte: Observatory of Economic Complexity (OEC)

Em termos de importações de produtos americanos em % do total do continente, as importações da China apresentam-se da seguinte forma:



Fonte: Observatory of Economic Complexity (OEC)

Em termos de importações de produtos da Oceânia em % do total do continente, as importações da China apresentam-se da seguinte forma:



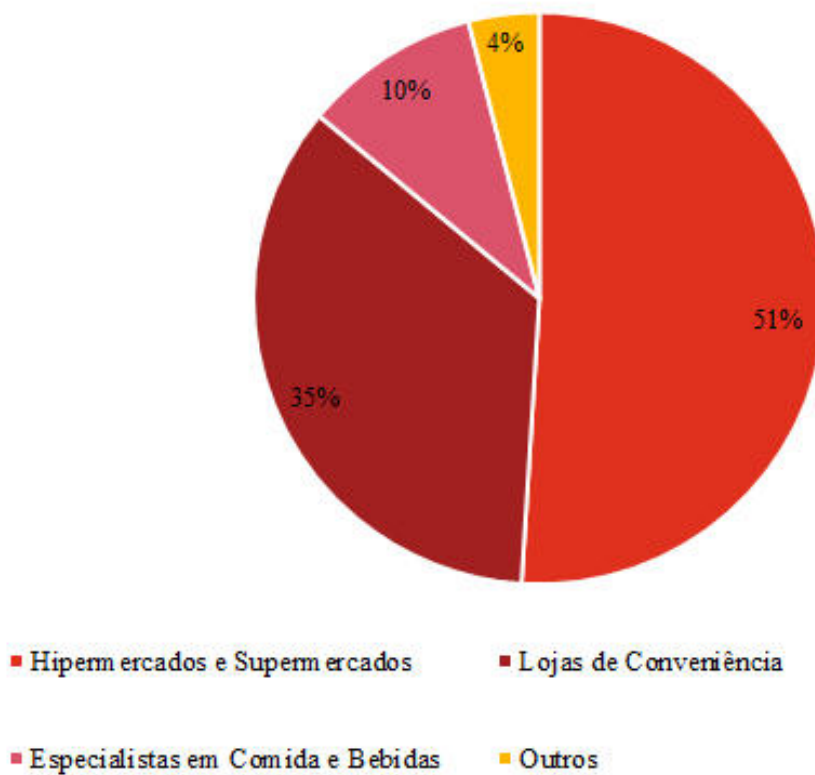
Fonte: Observatory of Economic Complexity (OEC)

Verifica-se que a sardinha e a cavala, das principais espécies desembarcadas na região norte de Portugal, são produtos com importância no conjunto das importações que a China realiza dos diversos países do mundo.

### **Mercado do pescado: canais de distribuição de conservas**

Segundo dados da *Canadean*, o principal canal de distribuição de peixe e marisco conservados à temperatura ambiente são os hipermercados e supermercados, com uma quota de 51% do mercado, sendo seguidos pelas lojas de conveniência, com 35% de quota de mercado, conforme se ilustra na figura seguinte:

*Principais canais de distribuição de peixe e marisco conservados à temperatura ambiente  
(em termos de valor em 2015)*



Fonte: *Canadean*

Da pesquisa realizada, foi possível identificar os principais intervenientes nos canais de distribuição com maior relevância no mercado de peixe e marisco conservados à temperatura ambiente chinês, conforme se apresenta de seguida.

### Principais Hipermercados



### Principais Supermercados



## Principais Lojas de Conveniência



### *Outros fornecedores*

No contexto da digitalização das economias, surge ressaltar outro player no mercado chinês, que tem vindo a assumir cada vez maior importância no mercado global e se antecipa que continue a crescer. Trata-se do Alibaba Group, que atua no segmento de e-commerce.



A Alibaba é um exemplo de uma empresa de vendas online que tem tido um forte crescimento.

Dos produtos comercializados, inclui conservas de peixe.

## Legislação

### *República Popular da China – Regime Geral de Importação*

De acordo com informação recolhida junto da Direção-Geral de Alimentação e Veterinária e da AICEP, é obrigatório o registo de estabelecimentos produtores junto da autoridade competente do país de destino, bem como o cumprimento de condições adicionais às da União Europeia.

O sistema de importação de bens na China, da responsabilidade do Ministério do Comércio, estabelece 3 categorias:



- *Permitted Goods* – abrange a maior parte dos produtos, para os quais apenas é necessária a obtenção de licença de importação automática, para fins estatísticos – *Automatic Import Licence*;
- *Restricted Goods* – Os bens incluídos nesta categoria são monitorizados via quotas ou licenciamento não automático, por razões de segurança e saúde públicas, assim como proteção dos recursos naturais. Entre os produtos sujeitos a quotas tarifárias encontram-se o arroz, a farinha e o algodão. Quanto aos que necessitam de licença, destacam-se os produtos eletrónicos usados e todos os que sejam suscetíveis de colocar em risco a camada de ozono;
- *Prohibited Goods* – Produtos químicos e resíduos tóxicos/perigosos, alguns bens em segunda mão, como vestuário e máquinas, e produtos alimentares suscetíveis de causar danos nos consumidores.

Portugal tem modelos de certificados, acordados entre as autoridades competentes, para exportação para a China para produtos da pesca, animais aquáticos vivos para consumo humano e produtos lácteos.

### ***República Popular da China – Barreiras à entrada***

De acordo com EU SME Center, China-Britain Business Council – “The Food & Beverage Market in China” - julho 2015, as principais barreiras à entrada no mercado chinês são barreiras legais e regulatórias.

O mercado alimentar chinês é bastante atrativo devido à sua dimensão, mas as Pequenas e Médias Empresas portuguesas continuam a enfrentar dificuldades em explorar oportunidades neste mercado. Uma das principais razões prende-se com as elevadas barreiras à entrada relacionadas com o panorama legal e regulatório.

Desde que se tornou membro da Organização Mundial do Comércio (OMC), em 2001, a China reduziu tarifas numa grande parte dos produtos importados. No entanto, as restrições sanitárias e fitossanitárias (e, de certa forma, a rotulagem) continuam a limitar o acesso ao mercado.

Adicionalmente, a Lei de Segurança Alimentar de 2015 veio requerer uma monitorização e supervisão mais exigentes, bem como *standards* de segurança mais apertados, a revocação de produtos que não cumpram os *standards* acordados e punições mais severas para os incumpridores.

A fiscalização deste tipo de regulação é ainda muitas vezes desorganizada, criando confusão junto dos exportadores.

### ***República Popular da China – Amostras e feiras***

De acordo com a informação prestada pela Embaixada de Portugal na República Popular da China, não existe na China Continental um regime de amostras.

Apenas para a participação em feiras comerciais oficialmente reconhecidas existem mecanismos de exceção. Nomeadamente, o interessado poderá solicitar a entrada dos produtos na China como mostruários ou “importações temporárias”. Regra geral é necessário pagar um depósito, que é equivalente ao valor dos direitos e taxas alfândegárias.

Para conseguir estas entradas de mostruários ou "importações temporárias" é necessário tratar sempre com a devida antecedência junto da organização da própria feira comercial em que se vai participar, que será reconhecida pela Alfândega Chinesa como entidade competente.



Os regimes de exceção quanto a “amostras” aplicam-se aos produtos cuja exportação de Portugal para a China Continental é possível, ou seja, no que respeita aos produtos da pesca e aos produtos lácteos.

### ***Hong Kong – Regime Geral de Importação***

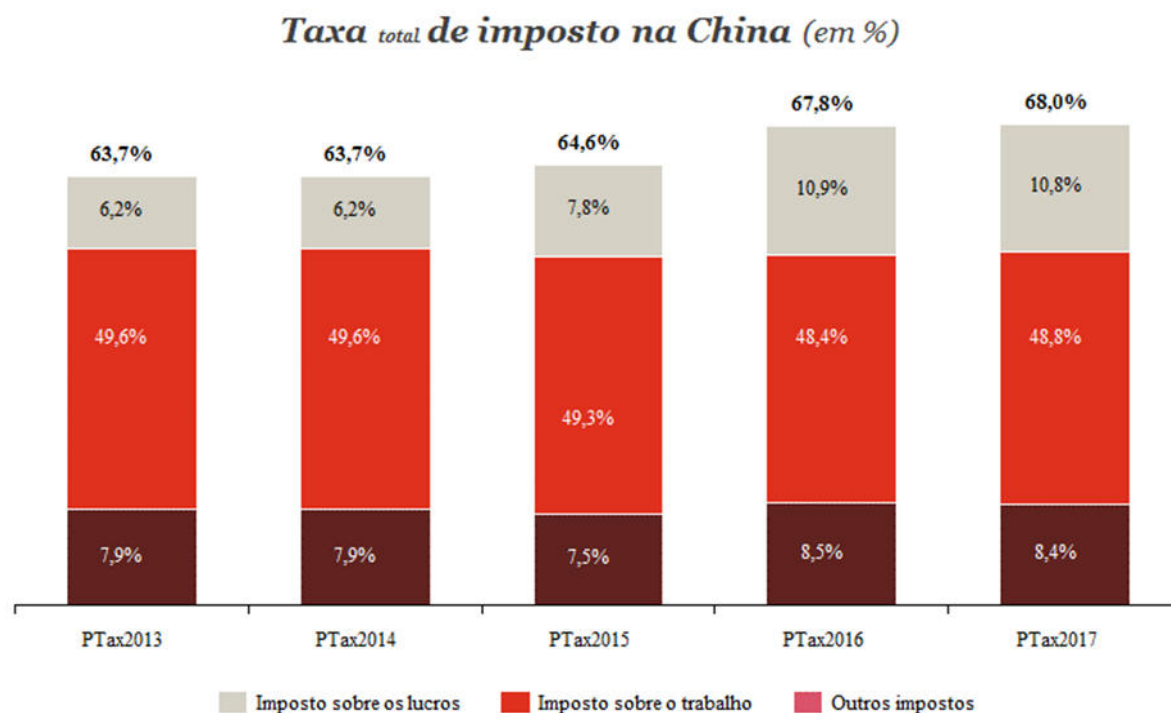
No caso de Hong Kong não é obrigatório o registo de estabelecimentos produtores junto da autoridade competente do país de destino, nem o cumprimento de condições adicionais às da União Europeia.

Relativamente aos modelos de certificados acordados entre as autoridades competentes para exportação para Hong Kong, Portugal tem modelos para carnes frescas de aves de capoeira, carnes frescas de suíno, leite e produtos lácteos, produtos da pesca (modelo acordado com a República Popular da China) e ovos e outros produtos.

### ***Impostos***

Segundo dados do Banco Mundial e de acordo com a publicação da PwC – “Paying Taxes” – edições 2013 a 2017, verifica-se que a taxa agregada de impostos na China é, atualmente, de 68%, sendo que tem vindo a aumentar desde 2013.

A figura seguinte ilustra a evolução desde 2013 das diferentes taxas de imposto na China.



Fonte: World Bank, PwC – “Paying Taxes” – edições 2013 a 2017

Verifica-se que, apesar da taxa de imposto sobre o trabalho se ter vindo a reduzir entre 2013 e 2017, tem-se assistido a um aumento da taxa de imposto sobre os lucros e de outros impostos, que justificam o crescimento da taxa agregada de impostos na China nos últimos anos.

## Projeto da zona de livre comércio

### *Portugal está cada vez mais ligado à China*

Os produtos vindos de países de língua portuguesa terão, nesta zona de livre comércio, direito a condições especiais de entrada no território chinês.

A isenção de impostos alfandegários, o acesso a uma linha de financiamento, uma estrutura logística que considera transporte, armazenamento, centros de exposição e distribuição, campanhas de marketing e organização de ações promocionais são algumas das medidas que integram a criação da zona livre de comércio para produtos dos países de língua portuguesa, em Tianjin, na China.

Esta zona livre de comércio resulta de uma parceria entre a Região Administrativa de Macau, cuja ação é conduzida pela Associação de Exportadores e Importadores de Macau e tem a aprovação do Conselho de Estado da China.

O projeto é desenvolvido pela Tianjin & Macao International Trade Service Center, com o apoio da Macau Importers and Exporters Association (MIEA).

O projeto da zona de livre comércio assenta em três plataformas fundamentais:

1. distribuição de mercadorias importadas;
2. exposição e venda de produtos provenientes dos países de língua portuguesa;
3. serviços financeiros com vista ao investimento internacional.

A nível regional a China faz parte do Encontro Ásia-Europa (Asia-Europe Meeting – ASEM). As relações comerciais da República Popular da China com a União Europeia (UE) continuam a processar-se fundamentalmente no âmbito do Acordo de Cooperação Comercial e Económica de 1985.

Não obstante, na 16.<sup>a</sup> Cimeira União Europeia / China, ocorrida a 21 de novembro de 2013, foi possível adotar uma parceria estratégica de cooperação (EU-China 2020 Strategic Agenda for Cooperation) que, entre outras matérias, enuncia o estabelecimento de negociações para a assinatura de um Acordo na área do investimento, através da criação de um quadro legal mais estável e transparente para os promotores (nomeadamente comunitários) na China, assim como uma liberalização progressiva nas áreas comercial e de investimento direto estrangeiro (China-EU Investment Agreement).

## ***5. Benchmarking***

- ✓ *Análise de situações internacionais similares e boas práticas*
- ✓ *Análise da concorrência*

## *Análise de situações internacionais similares e boas práticas*

### **Estudos sobre Conservas de Peixe a nível regional, nacional e internacional**

Com base na pesquisa e nos questionários efetuados, desconhece-se, até ao momento, a existência de estudos específicos para o mercado de conservas de peixe, a nível nacional, regional e internacional, sobre a China.

### **Práticas realizadas por empresas portuguesas de conservas no mercado chinês**

De acordo com a revista de Macau, tendo por base exemplos de casos de internacionalização de empresas portuguesas de conservas para o mercado Chinês, podem, entre outras, ser destacada as seguintes boas práticas para entrada neste mercado:

- começar por exportar um ou dois produtos e depois introduzindo mais produtos;
- investir em marketing e envio de amostras a clientes;
- investir em embalagens em língua chinesa;
- criar produtos com sabores adaptados aos gostos e preferências dos consumidores chineses.

A figura seguinte ilustra estes exemplos de boas práticas de internacionalização para o mercado chinês.



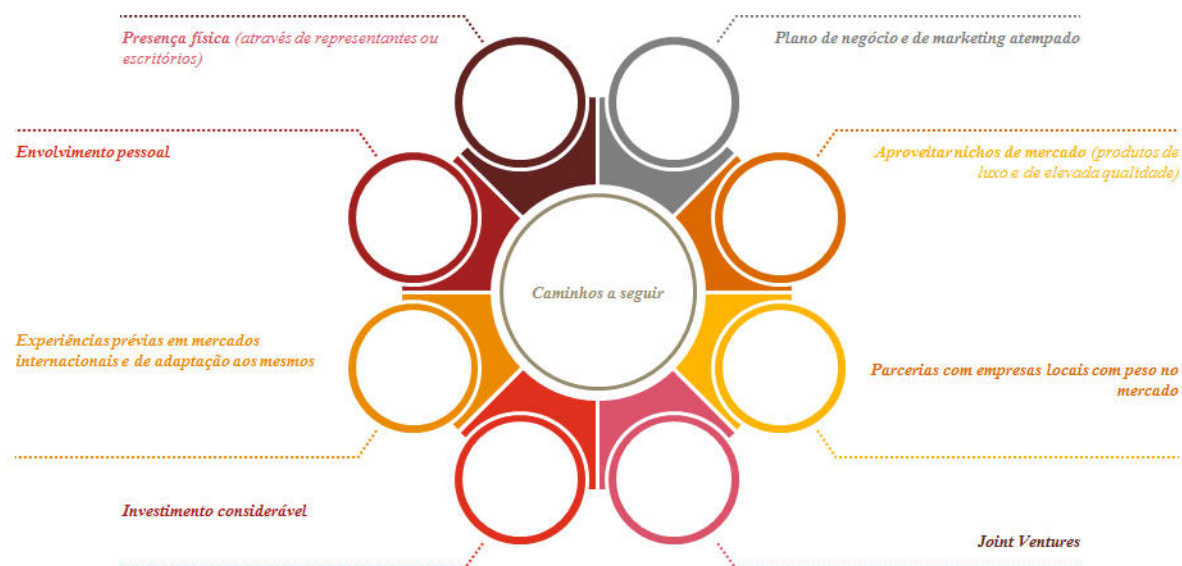
Fonte: Revista Macau

## Experiências internacionais seguidas por outras empresas no setor agroalimentar na China

No caso de estratégias de internacionalização de outras empresas do setor agroalimentar para o mercado Chinês, segundo a Revista AICEP Portugal Global, algumas empresas deste setor foram bem-sucedidas na China quando tiveram em consideração os seguintes fatores, entre outros:

- ✓ Plano de negócio e de marketing atempado;
- ✓ Aproveitamento de nichos de mercado (produtos de luxo e de elevada qualidade);
- ✓ Parcerias com empresas locais com peso no mercado;
- ✓ *Joint ventures*;
- ✓ Presença física local (através de representantes ou escritórios);
- ✓ Envolvimento pessoal;
- ✓ Experiências prévias em mercados internacionais e de adaptação aos mesmos;
- ✓ Investimento considerável.

A figura seguinte ilustra estes fatores:



Fonte: Revista AICEP Portugal Global

Em suma, apesar de não se conhecerem estudos sobre o mercado de conservas de peixe na China, das pesquisas realizadas, com base em exemplos de estratégias de internacionalização para o mercado chinês de empresas do setor das conservas e do setor agroalimentar, foram identificados alguns fatores críticos para o sucesso. Entre eles foram destacados fatores importantes relacionados com marketing e comunicação, a adaptação de produtos aos gostos e preferências dos consumidores locais e a identificação de nichos de mercado de produtos de luxo com elevada qualidade, a realização de parcerias locais e a presença física. Todos estes fatores têm subjacente um elevado nível de investimento, seja no conhecimento das realidades locais, na existência presença física local e no acompanhamento de proximidade com envolvimento pessoal.

---

## *Análise da concorrência*

### **Concorrentes na China: empresas e marcas**

Da pesquisa realizada, foram identificadas algumas empresas chinesas líderes na venda de alimentos embalados (categoria onde são incluídas as conservas de peixe na China), nomeadamente:

- Mengniu;
- Yili;
- Shineway;
- Hangzhou Wahaha;
- Bright Dairy & Food;
- Jinmailang Food;
- China National Cereals (COFCO).

Constata-se que as empresas nacionais chinesas são líderes na venda de alimentos embalados na China.

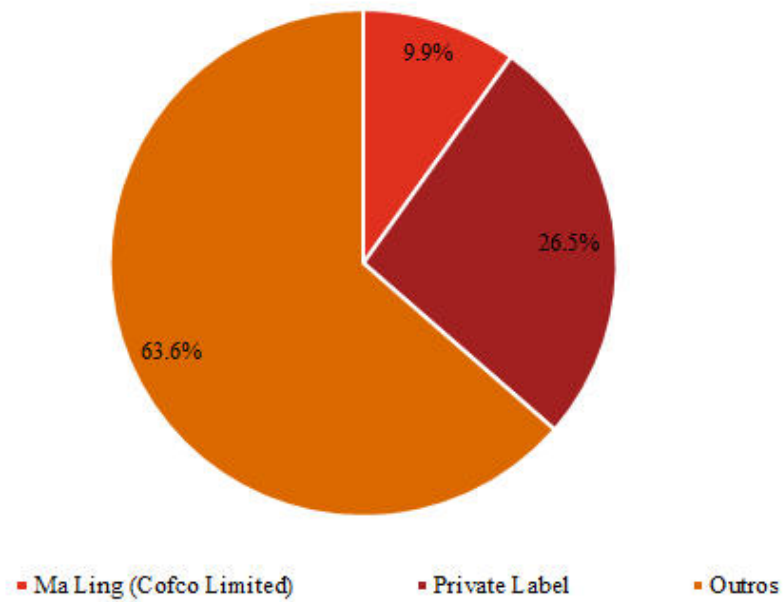
Foi ainda possível verificar a distribuição das quotas de mercado de peixe e marisco conservados à temperatura ambiente por marca.

De acordo com dados da *Canadean*, com referência a 2015, verifica-se que o mercado de conservas na China é dominado por uma marca, a Ma Ling, da Cofco Limited.

Esta marca representava em 2015, em termos de valor, cerca de 64% do mercado de peixe e marisco conservados à temperatura ambiente na China.

A figura seguinte ilustra esta situação:

*Quotas de mercado por marca de peixe e marisco conservados à temperatura ambiente  
(em termos de valor em 2015)*



Fonte: Canadean

Verifica-se, portanto, uma relativa concentração do mercado chinês de conservas em empresas chinesas e na marca MaLing. Como tal, os principais concorrentes que existem neste mercado são concorrentes locais.

## Concorrentes na China: produtos

Tendo por base uma análise realizada em junho de 2017 de informação constante dos principais *sites* de comercialização de produtos de conservas na China (auchan.cn | jd.com), foi possível identificar os principais produtos de conservas comercializados na China, respetivas marcas, preços, quantidades e origens, que se apresentam abaixo.

### Tailândia

#### TC BOY

- Atum em azeite virgem extra [¥ 19,90 – 180g]
- Atum em óleo [¥ 13,80 – 180g]
- Atum com picante [¥ 18,90 – 180g]
- Atum com maionese [¥ 14,80 – 180g]
- Atum em água mineral [¥ 14,90 – 150g]
- Sardinha em molho de tomate [¥ 6,80 – 155g]
- Salada de salmão vermelho [¥ 16,50 – 180g]



#### Tropical

- Atum em óleo [¥ 13,90 – 170g]



#### Ayam Brand

- Atum em azeite virgem extra [¥ 19,80 – 185g]
- Atum em óleo de girassol [¥ 19,80 – 185g]
- Atum em água de nascente [¥ 19,80 – 150g]
- Sardinhas com molho teriaky [¥ 10,90 – 155g]
- Sardinhas com molho de tomate [¥ 12,90 – 150g]





## Tailândia (continuação)

### Century

- Atum coreano com picante [¥ 14,80 – 180g]
- Atum em óleo de girassol [¥ 36,00 – 370g]
- Salada exótica de atum [¥ 16,80 – 180g]
- Atum em óleo de soja [¥ 13,80 – 180g]
- Atum com molho de feijão preto
- Atum com caril [¥ 65,00 – 5\*180g]
- Atum com tomate [¥ 65,00 – 5\*180g]
- Atum com caril vermelho tailandês [¥ 18,80 – 185g]
- Atum com caril verde tailandês [¥ 18,50 – 185g]
- Atum com picante tailandês [¥ 18,80 – 185g]
- Atum japonês teriyaki [¥ 16,80 – 180g]



### Panpolo

- Atum picante [¥ 34,00 – 150g]
- Salmão com anis [¥ 44,00 – 115g]
- Salmão com pimenta verde [¥ 44,00 – 115g]
- Cavala com caril verde [¥ 32,00 – 185g]



Fonte: auchan.cn | jd.com

## China

### Yu Jia Xiang

- Enguia japonesa assada [¥ 13,80 – 128g]



### YeHua

- Peixe de água doce frito com feijão preto [¥ 8,50 – 207g]



### Eagle-coin

- Peixe de água doce com molho de lagosta [¥ 9,80 – 227g]
- Peixe de água doce frito [¥ 10,90 – 227g]
- Peixe de água em azeite [¥ 12,50 – 184g]
- Peixe de água doce picante [¥ 15,80 – 184g]
- Peixe de água doce frito com feijão preto [¥ 13,00 – 227g]
- Sardinhas em tomate [¥ 8,80 – 425g]
- Sardinhas picantes [¥ 8,80 – 155g]
- Atum em óleo [¥ 14,90 – 185g]
- Anchovas em óleo [¥ 13,50 – 184g]
- Peixe cravo frito [¥ 11,50 – 170g]
- Enguia japonesa frita [¥ 13,90 – 128g]



### 粤花 (Flor Guangdong)

- Peixe de água doce frito com feijão preto [¥ 14,80 – 227g]
- Peixe espada frito picante com feijão preto [¥ 8,50 – 184g]
- *Carassius* frito [¥ 8,50 – 207g]
- Harengula frita [¥ 8,50 – 207g]
- Sardinhas em molho de tomate [¥ 10,50 – 425g]



*China (continuação)*

**Ganzhu**

- Peixe de água doce com molho de lagosta [¥ 12,90 – 227g]
- Anchovas [¥ 13,80 – 184g]
- Harengula com molho de lagosta [¥ 8,90 – 184g]
- Peixe de água doce em óleo [¥ 14,90 – 227g]
- Peixe água doce frita com feijão preto [¥ 10,80 – 184g]
- Tilapia frita com feijão preto [¥ 9,90 – 184g]
- Sardinhas fritas com feijão preto [¥ 15,80 – 184g]



**味品堂 (Weinpintang)**

- Corvina picante com arroz [¥ 9,90 – 150g]
- Peixe espada [¥ 19,00 – 230g]
- Corvina amarela com arroz [¥ 9,90 – 150g]
- Cavala com arroz [¥ 9,90 – 150g]
- Corvina amarela [¥ 14,80 – 230g]
- Corvina frita [¥ 9,50 – 156g]
- Corvina picante [¥ 9,50 – 156g]
- Cavala espanhola [¥ 14,80 – 230g]
- Peixe espada picante [¥ 14,80 – 230g]
- Peixe espada frito [¥ 29,90 – 3\*150g]
- Peixe agridoce [¥ 29,90 – 3\*150g]



**北戴河 (Beidaihe)**

- Atum em óleo [¥ 7,90 – 85g]
- Atum picante [¥ 7,90 – 85g]
- Cavala picante [¥ 7,90 – 170g]
- Albacora [¥ 7,90 – 85g]

**蓬盛 (Peng Sheng)**

- Peixe cravo [¥ 52,50 – 6\*180g]



*China (continuação)*

**Maling**

- Sardinhas em molho de tomate [¥ 13,90 – 425g]
- Anchovas temperadas [¥ 11,00 – 227g]
- Anchovas com picante [¥ 11,00 – 227g]
- Anchovas secas [¥ 11,00 – 227g]
- Corvina com picante [¥ 9,90 – 227g]
- Corvina com picante [¥ 13,90 – 425g]
- “fiambre” de peixe [¥ 13,50 – 340g]



**Linjiapuzi**

- Corvina amarela frita [¥ 9,90 – 168g]
- Corvina picante [¥ 77,40 – 6\*184g]
- Corvina com molho de lagosta [¥ 77,40 – 6\*184g]
- Atum em óleo [¥ 32,50 – 4\*185g]
- Atum picante [¥ 54,90 – 6\*185g]
- Sardinha em molho de tomate [¥ 71,40 – 6\*184g]
- Cavala japonesa picante [¥ 65,40 – 6\*180g]
- Cavala espanhola [¥ 65,40 – 6\*180g]
- Cavala em molho de tomate [¥ 59,40 – 6\*200g]
- Peixe espada picante [¥ 77,40 – 6\*180g]
- Peixe espada com especiarias [¥ 77,40 – 6\*180g]





*China (continuação)*

**紅塔 (Hongta)**

- Salmão assado [¥ 10,00 – 100g]
- Salmão picante [¥ 10,00 – 100g]
- Salmão em azeite [¥ 10,00 – 100g]
- Salmão em molho de tomate [¥ 10,00 – 100g]
- Arenque em molho de tomate [¥ 54,00 – 8\*400g]
- Arenque picante [¥ 54,00 – 8\*400g]
- Peixe espada frito [¥ 24,00 – 227g]
- Atum em molho de tomate [¥ 20,50 – 185g]
- Atum assado [¥ 20,50 – 185g]
- Atum ao natural [¥ 20,50 – 185g]
- Cavala em molho de tomate [¥ 9,90 – 8\*400g]
- Corvina amarela frita [¥ 11,90 – 158g]
- Peixe gelo com feijão preto [¥ 10,00 – 158g]
- Peixe gelo picante [¥ 10,00 – 90g]



**欢乐家 (Huanlejia)**

- Peixe frito [¥ 9,90 – 207g]
- Peixe frito com feijão preto [¥ 59,90 – 3\*207g]
- Peixe picante com feijão preto [¥ 59,90 – 3\*207g]



*China (continuação)*

**远洋 (Oceano)**

- Atum ao natural [¥ 15,20 – 185g]
- Atum em molho de tomate [¥ 15,20 – 185g]
- Atum em óleo de soja [¥ 15,20 – 185g]
- Atum braseado com molho [¥ 15,20 – 185g]
- Atum picante [¥ 15,20 – 185g]
- Atum com molho de mel [¥ 15,20 – 185g]
- Atum com tempero de diferentes países: Itália, Brasil, França, México, Índia, Coreia [¥ 198,00 – 12\*185g]
- Sardinha em molho de tomate [¥ 18,90 – 278g]
- Sardinha braseada [¥ 18,90 – 278g]
- Peixe espada frito [¥ 13,60 – 120g]
- Peixe espada picante [¥ 12,90 – 120g]



**立兴 (Lixing)**

- Peixe cravo em óleo [¥ 40,80 – 6\*140g]
- Peixe cravo picante [¥ 55,00 – 8\*140g]
- Sardinha em molho de tomate [¥ 49,00 – 5\*425g]
- Anchovas [¥ 95,00 – 8\*170g]
- Sardinha picante com molho de feijão preto [¥ 13,00 – 192g]



China (continuação)



**北戴河 (AIDi)**

- Salmão picante [¥ 13,90 – 150g]
- Salmão com molho de feijão preto [¥ 13,90 – 150g]
- Salmão com molho de soja [¥ 13,90 – 150g]
- Salmão ao vapor [¥ 12,90 – 100g]
- Cavala com molho de tomate [¥ 8,90 – 100g]
- Cavala espanhola com pimenta [¥ 10,00 – 100g]
- Atum com pimenta [¥ 12,90 – 100g]

**Gulong**

- Sardinhas em molho de tomate [¥ 8,50 – 425g]
- Corvina amarela [¥ 14,90 – 120g]
- Corvina amarela com feijão preto salgado [¥ 8,90 – 120g]
- Corvina amarela picante [¥ 14,90 – 120g]
- Corvina amarela frita [¥ 14,90 – 120g]
- Peixe cravo frito com especiarias [¥ 9,80 – 110g]
- Sardinhas com feijão preto [¥ 5,90 – 156g]
- Sardinhas com picante [¥ 8,80 – 120g]
- Sardinhas fritas [¥ 8,80 – 120g]
- Cavala em molho de tomate [¥ 9,90 – 425g]
- Cavala com feijão preto [¥ 12,90 – 227g]
- Pasta de peixe picante [¥ 6,90 – 120g]
- Peixe espada frito [¥ 14,90 – 120g]
- Peixe espada com feijão [¥ 14,90 – 120g]
- Peixe espada picante [¥ 14,90 – 120g]



Fonte: auchan.cn | jd.com

## *Outros países*

### *Espanha*

#### **Calvo**



- Atum em azeite [¥ 21,90 – 160g]
- Atum em óleo de girassol [¥ 11,00 – 80g]
- Sardinhas e azeite [¥ 16,50 – 120g]

### *EUA*

#### **Bumble Bee**

- Atum ao natural [¥ 53,68 – 5\*142g]

### *Rússia*

#### **Акпаторня (Akinator)**

- Sardinhas fumadas [¥ 26,00 – 175g]
- Salmão [¥ 37,80 – 170g]
- Caviar [¥ 58,00 – 105g]



#### **Вкусчек**

- Sauro [¥ 36,50 – 120g]





*Outros países (continuação)*

**Portugal**

**Bom Appetite**



- Atum em óleo vegetal [¥ 25,90 – 120g]
- Atum em azeite [¥ 26,80 – 120g]
- Atum ao natural [¥ 21,90 – 120g]

**Júpiter**

- Paté de atum picante [¥ 19,90 – 65g]
- Paté de atum [¥ 14,90 – 65g]
- Paté de sardinha picante [¥ 14,90 – 65g]
- Sardinhas picantes [¥ 19,90 – 120g]
- Sardinhas em tomate [¥ 19,90 – 120g]



## Outros países (continuação)

### *Dinamarca*

#### **Amanda**

- Pasta de ovas de bacalhau [¥ 29,90 – 190g]
- Salmão em azeite [¥ 43,90 – 115g]
- Cavala em óleo [¥ 24,90 – 125g]



### *Coreia*

#### **Dong Won**

- Atum em azeite [¥ 5,90 – 156g]
- Atum com picante [¥ 39,00 – 3\*100g]
- Atum com maionese [¥ 39,00 – 3\*100g]
- Atum com vegetais [¥ 9,90 – 150g]
- Salada de atum [¥ 12,80 – 100g]



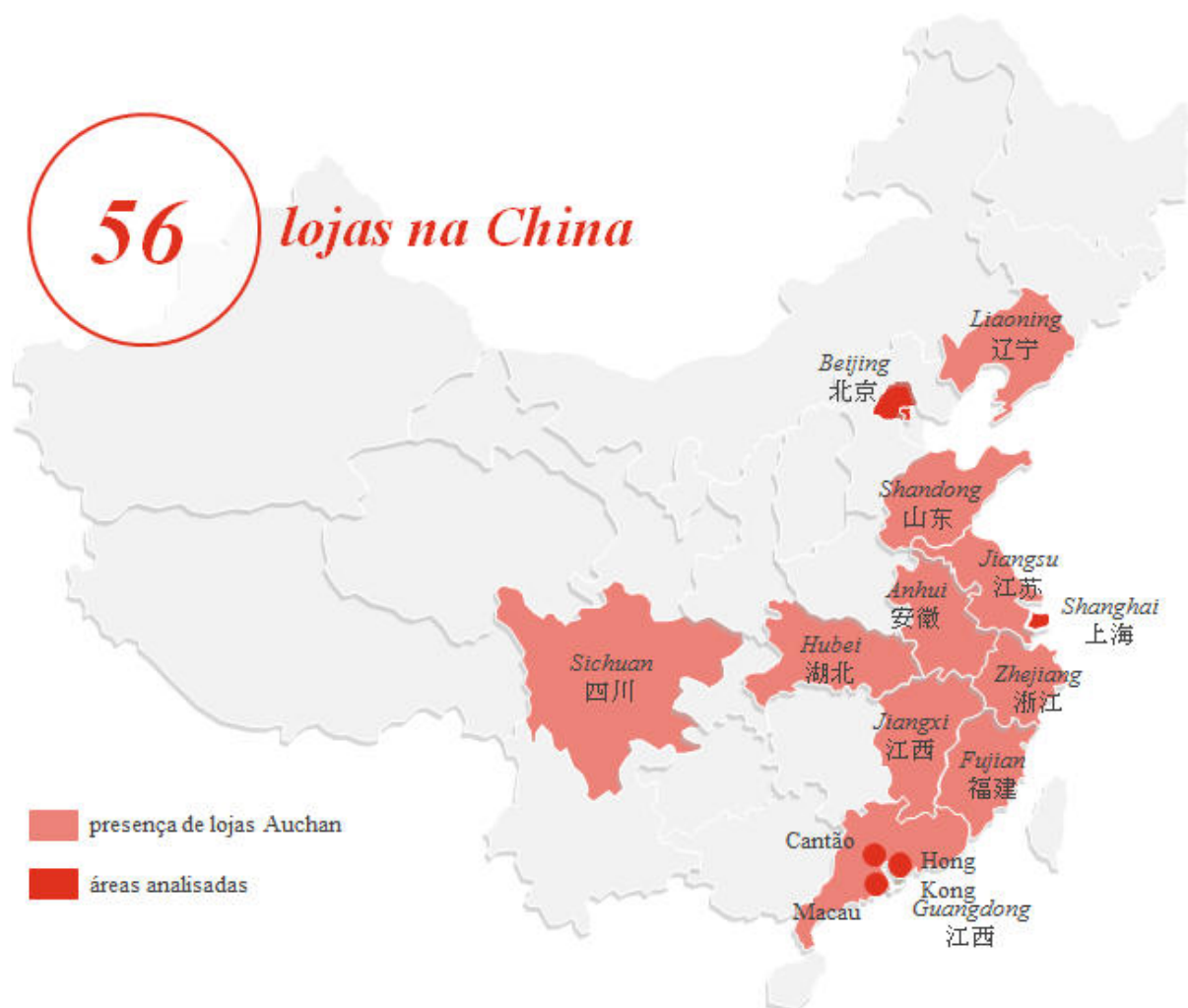
Fonte: auchan.cn | jd.com

Da análise realizada constata-se que a maioria dos produtos de conservas comercializados na China são oriundos do próprio país e da Tailândia. No entanto, são também comercializados na China produtos de conservas oriundos de outros países, como de Espanha, dos EUA, da Rússia, de Portugal, da Dinamarca e da Coreia.

## Lojas Auchan na China: distribuição geográfica

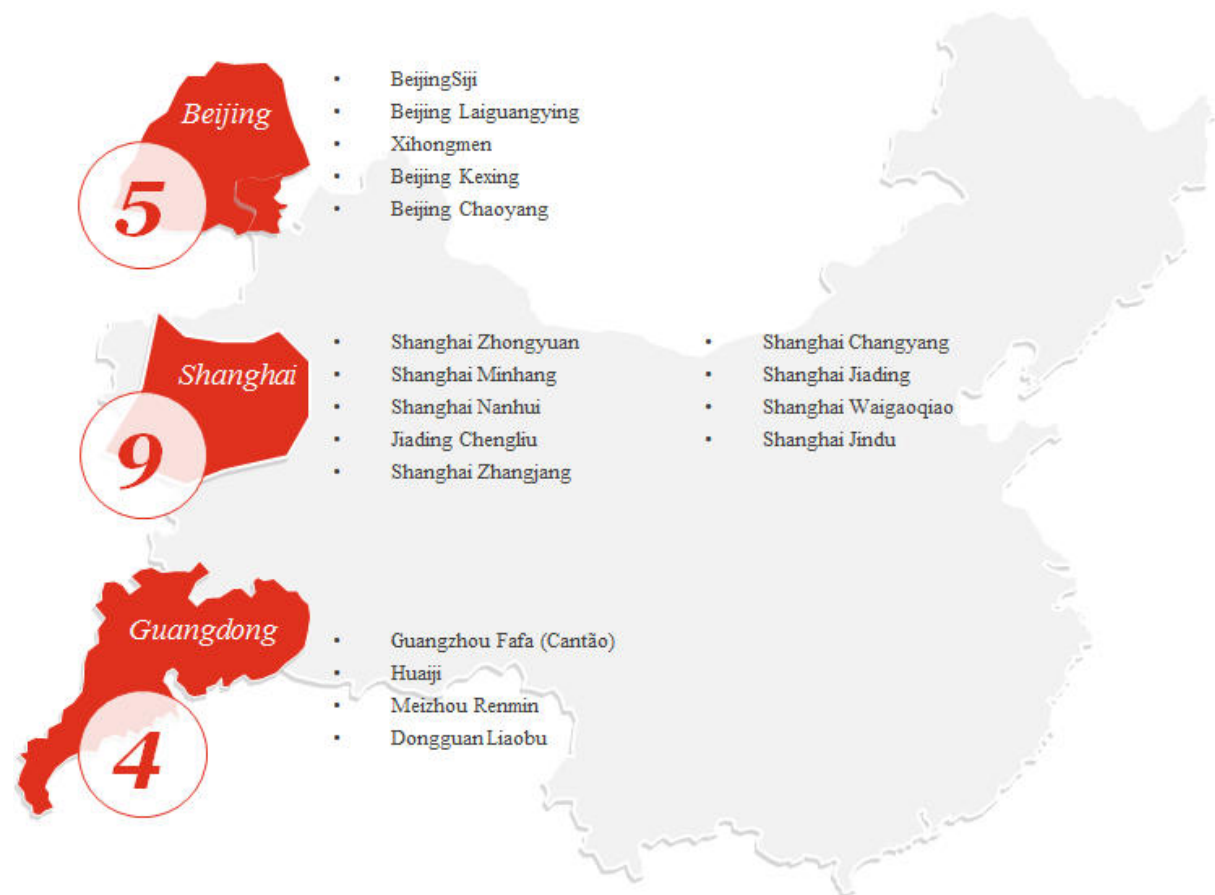
Atendendo à informação disponível sobre a distribuição geográfica dos principais players do mercado de conservas na China, foi possível recolher informação sobre o número de lojas da Auchan no país e a sua distribuição geográfica.

Verifica-se que o Grupo Auchan detém 56 lojas na China repartidas por diversas localizações sobretudo concentradas na região sudeste do país. A figura abaixo ilustra esta presença:



Fonte: groupe-auchan.com | auchan.com.cn

Destacam-se as seguintes localizações:



Fonte: auchan.com.cn

De salientar que não é identificada pelo Grupo a existência de lojas em Macau e Hong Kong.

## ***6. Programa de Ação***

- ✓ Ações desenhadas com vista à penetração das conservas de peixe no mercado alvo
- ✓ Público-alvo
- ✓ Calendarização
- ✓ Principais interlocutores
- ✓ Monitorização

---

## *Ações desenhadas com vista à penetração das conservas de peixe no mercado alvo, público-alvo, principais interlocutores e monitorização e calendarização*

Tendo por base a informação recolhida ao longo do presente trabalho, o programa de ação a desenvolver deverá ter por base a síntese dos principais aspetos identificados relativamente ao mercado chinês, nomeadamente:

- ✓ em geral os consumidores na China não estão muito habituados a consumir conservas de peixe;
- ✓ apenas nas zonas urbanas existe alguma propensão ao consumo de conservas de peixe;
- ✓ a China tem produção de conservas de peixe e os seus países vizinhos também (por exemplo a Tailândia), sendo que a maioria das conservas de peixe consumidas na China são de origem chinesa e de outros países asiáticos e de produção eminentemente fluvial (aquacultura de água doce);
- ✓ as preferências de sabores na China têm diferenças face à Europa e a Portugal;
- ✓ a conserva de peixe portuguesa tem muito boa qualidade;
- ✓ a produção de conserva portuguesa é proporcionalmente baixa face à dimensão populacional da China;
- ✓ os produtos da Europa e de Portugal são percecionados como *gourmet* aos olhos do consumidor Chinês médio.

Tendo em consideração estes pressupostos, o plano de ação deverá abordar essencialmente cidades, segmentando o produto para classe média alta e forçando o contacto com o produto português ajustado aos gostos e preferências locais, pois em geral os Chineses não estão treinados a comer conservas. Assim, a adaptação de produtos aos gostos e preferências dos consumidores locais, a participação nas principais feiras locais do setor e a realização de provas de degustação e *workshops* são aspetos fundamentais, enquadrados num plano de marketing e comunicação robusto.

Adicionalmente, a falta de informação e conhecimento sobre conservas na China torna relevante a realização de ações promocionais que visem a promoção e divulgação das conservas portuguesas, como por exemplo a organização de visitas oficiais de empresas portuguesas à China com o apoio da AICEP, bem como a organização de reuniões de negócios em Portugal convidando *players* relevantes chineses no âmbito do *Business to Sea*.

No contexto da promoção e da comunicação, deverão ter-se em consideração dois momentos distintos: antes da entrada no mercado e após a entrada no mercado.

- ✓ Antes da entrada no mercado:
  - Conhecer o mercado in loco;
  - Reuniões com potenciais compradores;

- Participação em feiras agroalimentares.
- ✓ Após a entrada no mercado:
  - Promoção dos produtos em conjunto com o parceiro local, tanto em espaços físicos como online – por exemplo: degustações/showcookings;
  - Promoção dos produtos nos aviões, aproveitando a nova ligação aérea Lisboa – Pequim;
  - Workshops e seminários.

Dada a dimensão da China e, conseqüentemente, as diversidades ao nível das diferentes regiões, será importante aprofundar o conhecimento sobre os padrões de consumo e sobre os principais *players* de mercado em cada região, como forma a ajustar adequadamente a estratégia de entrada no mercado em função das especificidades de cada uma das regiões. A estratégia de comunicação e divulgação deverá ser alinhada em função das especificidades de cada região.

Por outro lado, existem múltiplas barreiras na China, como a língua, hábitos, cultura, protecionismo, etc., pelo que é fundamental uma boa estratégia de parceria com agentes e ou cadeias comerciais instaladas na China, bem como um acompanhamento de proximidade com envolvimento pessoal. A identificação de interlocutores de referência e entidades institucionais a envolver são fatores cruciais no âmbito da implementação da estratégia de entrada no mercado Chinês.

A mobilização das diferentes entidades e instituições portuguesas relevantes em torno de uma estratégia de cooperação e em articulação com uma ação coletiva e concertada das empresas portuguesas do setor das conservas serão fatores determinantes para a entrada no mercado Chinês. A ANICP – Associação Nacional dos Industriais das Conservas de Peixe poderá assumir um papel determinante neste processo.

Adicionalmente, o reduzido grau de conhecimento que existe do mercado Chinês, quer dos seus consumidores, quer dos requisitos legais, regulamentares e administrativo-burocráticos, remete para a importância da realização de ações formação e informação dirigidas aos principais *players* nacionais sobre este mercado.

Tendo em consideração que a produção de peixe na China é essencialmente de origem fluvial e que a população chinesa é uma população jovem com preocupações em termos de saúde e estilo de vida saudável, a promoção de conservas portuguesas, maioritariamente de origem marinha, deverá focar a qualidade do produto e dos seus valores nutricionais, associados a um *lifestyle* de população jovem, saudável e muito ligada a novas tecnologias. Por isso, a análise do posicionamento dos produtos e a sua ligação com o conceito de *lifestyle* chinês são aspetos a ter em consideração.

Segundo a Direção-Geral de Alimentação e Veterinária – “Exportação de géneros alimentícios para a R.P. China” – outubro 2015, a exportação de géneros alimentícios de Portugal para a China requer:

- Conhecimento e aplicação das regras e legislação da China;
- Boa articulação entre Direção-Geral de Alimentação e Veterinária, Ministério dos Negócios Estrangeiros, AICEP e operadores;
- Apoio da Embaixada Portuguesa na China;

- Rigor no cumprimento dos requisitos aplicáveis por parte de todos os intervenientes;
- Estreita comunicação entre Exportador e Importador.

Assim, os passos a dar para a exportação de géneros alimentícios de origem animal de Portugal para a China são:

1. Habilitação do país;
2. Registo de exportadores;
3. Habilitação de estabelecimentos e produtos;
4. Certificação para a exportação;
5. Requisitos adicionais a cargo dos operadores.

A figura seguinte ilustra estes passos:





---

## ***Público-alvo***

Tendo por base a informação recolhida da Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), em particular sobre a relação entre o consumo de peixe e produtos de peixe, por nível de rendimento e localização, dado que esse consumo na China é tanto maior quanto maior o nível de rendimento dos consumidores e quanto maior a sua proximidade aos centros urbanos, o público-alvo deverá ser a classe média, média-alta e alta que habite nos centros urbanos e subúrbios. Adicionalmente, tendo em conta a estrutura etária da população chinesa, o público-alvo é um público jovem, que atribui importância a aspetos relacionados com a saúde, conveniência e com as novas tecnologias, encetando um conceito de *lifestyle*.

---

## *Principais Interlocutores*

Foram identificadas como relevantes no contexto de penetração das conservas de peixe no mercado Chinês entidades como por exemplo:

- ✓ Portugal Foods;
- ✓ AICEP;
- ✓ CCPIT - China Council for the Promotion of International Trade;
- ✓ EUSME Centre.

---

## *Monitorização e Calendarização*

Tendo por base a informação recolhida ao longo do documento, a monitorização das ações desenhadas com vista à penetração das conservas de peixe no mercado Chinês é um aspeto importante. Como em qualquer plano de ação, neste caso é também importante avaliar-se o grau de concretização do mesmo.

Deste modo é fundamental implementar um plano de monitorização regular dos benefícios de entrada no mercado chinês à medida que se vai progredindo nos respetivos investimentos.

Neste particular, o envolvimento pessoal poderá ser um fator importante.

No contexto da monitorização, cumpre também referir o Acordo de monitorização de exportações de peixe “IUU – Illegal, Unreported and Unregular”, entre a China e a União Europeia, estabelecido em 2010.

O intermediário nesta monitorização, da parte chinesa, é a “CAPPMA – China Aquatic Products Processing and Marketing Alliance”. É uma organização não-governamental autorizada pelo Ministério chinês da Agricultura e Pescas.

---

## *Principais eventos do setor*

### **16-18 junho**

- IFE 2017 – The 17th China International Food Exhibition & Guangzhou Import Food Exhibition 2017

Local: Guangzhou – China Import and Export Fair Pazhou Complex

### **20-22 junho**

- FiAC 2017 – Food Ingredients /Fi) Asia-China 2017

Local: Xangai – Shangai New International Expo Centre (SNIEC)

- HNC Empo 2017 – Healthplex & Nutraceutical China 2017

Local: Xangai – Shangai New International Expo Centre (SNIEC)

- Hi China 2017 – Health Ingredients (Hi) China 2017

Local: Xangai – Shangai New International Expo Centre (SNIEC)

- Ni China 2017 – Natural Ingredients (Ni) China 2017

Local: Xangai – Shangai New International Expo Centre (SNIEC)

- CPhI China 2017

Local: Xangai – Shangai New International Expo Centre (SNIEC)

## 7. Conclusão

Com este trabalho visou-se proceder à recolha e sistematização de informação sobre a China e, em particular, sobre o mercado das conservas de peixe Chinês, com vista a disponibilizar informação estratégica e propostas de ação dirigidas às empresas do setor das conservas de peixe da região Norte do País, de forma a melhorar a sua capacidade de abordagem e penetração no mercado Chinês. De facto, apesar do setor das conservas de peixe já ser um setor maioritariamente exportador e com grande conhecimento dos mercados internacionais, há novas dinâmicas, tendências e mercados ainda por explorar, como é o caso do mercado Chinês, considerado pelos representantes da indústria conserveira como um mercado de possível aposta.

Através do diagnóstico realizado foi possível compreender o mercado Chinês, em diversas vertentes (preferências dos consumidores, tradição no consumo de peixe, a sua evolução e projeções futuras, os principais *players* no mercado e a sua legislação e fiscalidade), bem como identificar as suas potencialidades e oportunidades e as suas debilidades e ameaças. Foi também possível compreender a oferta existente dos principais produtos de conservas de peixe em Portugal e, em particular, na região Norte do país, e o seu potencial de penetração no mercado chinês.

O mercado Chinês pauta-se por ser um mercado de elevada dimensão, em que os consumidores não têm a cultura de consumir conservas de peixe, sendo que apenas em zonas urbanas e junto de classes com maior poder de compra existe alguma propensão ao consumo de conservas de peixe. As preferências de sabores dos consumidores chineses revelam diferenças face às dos consumidores europeus e portugueses, sendo que os consumidores chineses de conservas têm a perceção de que as conservas chinesas e asiáticas são diferentes das da Europa e mais em conformidade com os seus gostos e preferências. O consumo de conservas de peixe existente é essencialmente satisfeito por produção local e importações de alguns países vizinhos, essencialmente de origem fluvial (aquacultura de água doce), sendo que se verifica uma concentração em termos de oferta no mercado das conservas de peixe chinês. Por outro lado, trata-se de um mercado com potencial de crescimento futuro, que valoriza produtos de qualidade e de elevados padrões em termos de segurança alimentar.

As conservas portuguesas destacam-se pela sua qualidade e valores nutricionais, de origem sobretudo marinha, sendo vista pelos consumidores chineses como um produto *gourmet*. Apesar da indústria das conservas em Portugal ser um setor fortemente exportador, verifica-se que, no contexto do comércio internacional com a China, Portugal tem um forte potencial de crescimento. De facto, apesar da União Europeia ser um dos principais parceiros comerciais da China, Portugal assume uma posição residual nas trocas comerciais com a China.

Através do levantamento de casos de outras empresas, do setor agroalimentar e do setor das conservas, que já avançaram com a sua estratégia de internacionalização para o mercado Chinês, foi possível estabelecer uma análise de *benchmarking* e identificar alguns fatores críticos de sucesso, que deverão servir de exemplo para empresas que estejam a planear avançar para este mercado. Entre eles foram destacados fatores importantes relacionados com marketing e comunicação, a adaptação de produtos aos gostos e preferências dos consumidores locais e a identificação de nichos de mercado de produtos de luxo com elevada qualidade, a realização de parcerias locais e a presença física.

Com base no diagnóstico realizado e na análise de *benchmarking*, foi possível identificar e definir um conjunto de aspetos fundamentais a ter em consideração pelas empresas do setor das conservas de peixes da região Norte do país no programa de ação a definir e, assim, melhorar a sua capacidade de abordagem e penetração no mercado Chinês.

Assim, tendo por base a informação recolhida e a sua análise, conclui-se que o plano de ação deverá abordar essencialmente cidades, segmentando o produto para classe média alta e forçando o contacto com o produto português ajustado aos gostos e preferências locais, pois em geral os Chineses não estão treinados a comer conservas. A adaptação de produtos aos gostos e preferências dos consumidores locais, a participação nas principais feiras locais do setor e a realização de provas de degustação e *workshops* são aspetos fundamentais, enquadrados num plano de marketing e comunicação robusto. A falta de informação e conhecimento sobre conservas na China torna relevante a realização de ações promocionais que visem a promoção e divulgação das conservas portuguesas, como por exemplo a organização de visitas oficiais de empresas portuguesas à China, bem como a organização de reuniões de negócios em Portugal convidando *players* relevantes chineses. Por outro lado, dada a dimensão da China e, conseqüentemente, as diversidades ao nível das diferentes regiões, será importante aprofundar o conhecimento sobre os padrões de consumo e sobre os principais *players* de mercado em cada região, como forma a ajustar adequadamente a estratégia de entrada no mercado em função das especificidades de cada uma das regiões. A estratégia de comunicação e divulgação deverá ser alinhada em função das especificidades de cada região. Adicionalmente, existem múltiplas barreiras na China, como a língua, hábitos, cultura, protecionismo, etc., pelo que é fundamental uma boa estratégia de parceria com agentes e ou cadeias comerciais instaladas na China, bem como um acompanhamento de proximidade com envolvimento pessoal. A identificação de interlocutores de referência e entidades institucionais a envolver são fatores cruciais no âmbito da implementação da estratégia de entrada no mercado Chinês. A mobilização das diferentes entidades e instituições portuguesas relevantes em torno de uma estratégia de cooperação e em articulação com uma ação coletiva e concertada das empresas portuguesas do setor das conservas serão fatores determinantes para a entrada no mercado Chinês. Este contexto de reduzido grau de conhecimento que existe do mercado Chinês, quer dos seus consumidores, quer dos requisitos legais, regulamentares e administrativo-burocráticos, remete para a importância da realização de ações formação e informação dirigidas aos principais *players* nacionais sobre este mercado.

Adicionalmente, tendo em consideração que a produção de peixe na China é essencialmente de origem fluvial e que a população chinesa é uma população jovem com preocupações em termos de saúde e estilo de vida saudável, a promoção de conservas portuguesas, maioritariamente de origem marinha, deverá focar a qualidade do produto e dos seus valores nutricionais, associados a um *lifestyle* de população jovem, saudável e muito ligada a novas tecnologias. Por isso, a análise do posicionamento dos produtos e a sua ligação com o conceito de *lifestyle* chinês são aspetos a ter em consideração.

Deverá, por fim, implementar-se um plano de monitorização regular dos benefícios de entrada no mercado chinês à medida que se vai progredindo nos respetivos investimentos.

- A Fórum Oceano – Associação da Economia do Mar (Fórum Oceano) está a desenvolver uma ação cujo principal objetivo consiste em aumentar a capacidade de exportação e penetração em mercados internacionais de produtos da economia do mar representativos da região do Norte, com elevada incorporação de valor acrescentado, designadamente as conservas de peixe.

- Apesar do setor das conservas de peixe já ser um setor maioritariamente exportador e com grande conhecimento dos mercados internacionais, há novas dinâmicas, tendências e mercados ainda por explorar, como é o caso do mercado Chinês, considerado pelos representantes da indústria conserveira como um mercado de possível aposta.
- Neste sentido, a Fórum Oceano desenvolveu o presente Estudo, com o apoio da PwC e em estreita articulação com a ANICP - Associação Nacional dos Industriais de Conservas de Peixe (ANICP), que visa disponibilizar informação estratégica e propostas de ação dirigidas às empresas do setor das conservas de peixe, de forma a melhorar a sua capacidade de abordagem e penetração no mercado visado - a China.
- O estudo enquadra-se no âmbito de ações previstas no projeto North Ocean, financiado pelo programa operacional Norte 2020.
- O presente Estudo de mercado e procura internacional tem como principais objetivos estratégicos:
  - Obter conhecimento sobre as atitudes e preferências de consumo de conservas de peixe no mercado Chinês, que possa ser usado pelas empresas, em conjunto com as suas análises e apoio especializado, para tomarem decisões informadas sobre como entrar no mercado e com que produtos;
  - Contribuir para o aumento da exportação de conservas de peixe de empresas da região Norte do país para o mercado Chinês.
- A confiança na segurança alimentar e integridade dos ingredientes e elevada qualidade do produto, excelentes valores nutricionais do produto, melhor estilo de vida devido a consumir produtos mais variados, *packaging* moderno, frescura dos produtos e conveniência, são elementos importantes a ter em conta na abordagem ao mercado da China.
- Hong Kong e, em menor grau Macau, são montras por excelência para a China. O que aqui tem sucesso poderá ser cobiçado e assimilado noutras regiões chinesas, pela classe média e alta, constituída por mais de 200 milhões de habitantes.
- Embora, em geral, os consumidores na China não estarem muito familiarizados com as conservas de peixe, apreciam conservas com sabores intensos, como por exemplo a carpa com feijão de soja.
- É possível identificar as seguintes forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que se colocam à exportação de conservas das empresas portuguesas para o mercado chinês:
  - Forças: produto 100% natural, saudável e seguro; vários tipos de produtos e sabores; alta segurança alimentar e elevados padrões de higiene.
  - Fraquezas: estruturas das empresas de conservas Portuguesas com capacidade limitada para promover o produto num mercado tão longínquo; baixo conhecimento dos hábitos de consumo no mercado chinês.

- Oportunidades: consumidor chinês gosta de consumir peixe; grande dimensão populacional; classe média em crescimento; problemas de higiene e segurança alimentar.
- Ameaças: grande distância entre Portugal e China, o que implica custos; processo de desalfandegamento difícil e moroso; elevados índices de contrafação.
- O setor da indústria das conservas em Portugal assume-se já como um sector fortemente exportador e com grande conhecimento dos mercados internacionais, com contributo positivo a nível nacional para o emprego e para a balança comercial.
- As conservas portuguesas destacam-se pela sua qualidade, pelas suas características nutricionais (ricas em Ómega 3), pela versatilidade da sua utilização, pela sua conveniência e pela variedade dos produtos existentes.
- O setor das conservas em Portugal tem vindo a destacar-se pela inovação na oferta de conservas de peixe, com novos produtos, mais focados na qualidade e no mercado gourmet, o que tem permitido criar valor no produto e atrair novos consumidores com capacidade para pagar mais por melhor qualidade.
- Em Portugal, as “Preparações e Conservas” representavam já, em 2014, cerca de 19% do total das quantidades produzidas de produtos de pesca e aquacultura, pela indústria transformadora.
- Em Portugal, as “preparações e conservas de peixe” representavam em 2015 cerca de 18% do valor das exportações da fileira alimentar do mar e aproximadamente 7% do valor das importações, assumindo-se como um dos grupos de produtos com maior importância nas exportações e um dos grupos com menos peso em termos de importações.
- Com referência ao período entre 2014 e 2016, a balança comercial portuguesa dos produtos da pesca em Portugal, em termos de entradas e saídas de conservas, em milhares de toneladas, tem vindo a apresentar-se superavitária.
- Verifica-se que a sardinha e a sarda e cavala são as espécies com maior contributo para a balança comercial.
- Através da análise das toneladas exportadas de conservas portuguesas entre 2006 e 2016, verifica-se que, nos últimos 10 anos, as quantidades exportadas mais do que duplicaram.
- Entre 2014 e 2016, tem-se continuado a verificar um aumento das quantidades exportadas de conservas portuguesas, que é também acompanhado por um aumento no seu valor.
- Segundo dados do Anuário Estatístico da Região Norte de 2015, as relações comerciais totais entre Operadores com sede na Região Norte e a China apresentaram em 2015 um valor de importações, em milhares de euros, superior ao valor das exportações.
- Face ao total do país, a Região Norte apresentou, em 2015, um peso de cerca de 14% no total das exportações de Portugal para a China e de cerca de 31% face ao total das importações.



- De acordo com a publicação “Região Norte em Números, 2015”, do Instituto Nacional de Estatística, verifica-se que o valor médio anual por kg da pesca descarregada nos portos da região Norte se situa próximo da média nacional.
- Segundo dados da Docapesca, entre 2015 e 2016, assistiu-se na Região Norte a um aumento do volume de pescado de cerca de 8%, sendo que apenas Vila Praia de Âncora e Caminha apresentaram decréscimos, com as restantes localidades a evidenciarem crescimentos, alguns dos quais a dois dígitos.
- Segundo dados da Datapescas, para o período de janeiro a dezembro de 2016, as principais espécies desembarcadas na Região Norte, em toneladas, foram o carapau, a sardinha, o biqueirão, a cavala e polvos.
- Segundo informações recolhidas da Direção-Geral de Alimentação e Veterinária (DGAV), da AICEP e da Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), o mercado chinês caracteriza-se por:
  - ✓ 1.357 milhões de consumidores;
  - ✓ prevê-se que em 2020 a China apresente um consumo de peixe de 35,9 kg per capita;
  - ✓ após adesão à Organização Mundial do Comércio e ao liberalismo de mercado, o volume de importações no setor agroalimentar chinês tem crescido consistentemente;
  - ✓ tornou-se um dos mercados com maior potencial de crescimento e dos mais apetecíveis para os parceiros comerciais;
  - ✓ a China é o segundo maior parceiro comercial da União Europeia que é, por sua vez, o maior parceiro comercial da China; a posição de Portugal, neste contexto, não tem grande relevância, ficando as quotas de mercado, como cliente e fornecedor, próximas de 0,1%;
  - ✓ As exportações portuguesas de bens e serviços para a China aumentaram nos últimos cinco anos, tendo-se observado um crescimento médio anual de 26,9%.
- O mercado chinês é um mercado de elevada dimensão, com potencial de crescimento, com fortes relações comerciais com a União Europeia e onde a posição de Portugal ainda se apresenta residual.
- O mercado chinês encerra um elevado potencial para a dinamização do comércio internacional português, em geral, e do setor das conservas de peixe, em particular.
- No âmbito do comércio internacional de bens, o mercado chinês ainda assume um peso residual, quer enquanto cliente, quer como fornecedor, de Portugal.
- Segundo dados da AICEP, desde 2011 a 2016, tem-se assistido a um reforço do peso da China no comércio internacional Português de bens, quer ao nível das exportações, quer ao nível das importações.
- De janeiro a agosto de 2016, a China foi o nosso 11º cliente, com uma quota de 1,3%, e o 7º fornecedor, com uma quota de 3,0%, sendo o saldo da balança comercial tradicionalmente desfavorável para Portugal.
- Ao nível das exportações, segundo dados da AICEP, o sector com maior percentagem de exportações de Portugal para a China é o de “Veículos e de outros materiais de transporte” (41,9%), seguido pelo setor

de “Minerais e minérios” (18,1%). O setor alimentar representa, por sua vez, 4,1% do total de exportações.

- Segundo dados da Canadean, apesar do Produto Interno Bruto per capita Chinês ter vindo a crescer nos últimos anos, verifica-se que a respetiva taxa de crescimento se tem vindo a reduzir.
- Em termos de população, a China tem apresentado um crescimento nos últimos anos, evidenciado taxas médias de crescimento anual crescentes.
- O índice de preços do consumidor da China tem acompanhado esta tendência de crescimento.
- A população chinesa assume-se como sendo relativamente jovem, em que as faixas etárias com maior peso se situam entre os 20 e os 49 anos de idade.
- O segmento de “Cereais e Leguminosas (não processados)”, continua a ser o segmento com maior peso em termos de consumo per capita na China, sendo seguido dos segmentos de “Vegetais e Cogumelos” e “Frutos secos e fruta fresca”. O consumo per capita de “Peixe” encontra-se numa posição intermédia do total nacional.
- No que respeita ao consumo per capita de peixe na China por região, de acordo com dados de 2015, verifica-se que existem grandes simetrias entre regiões.
- Segundo dados da Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), constata-se que consumo per capita de peixe na China é significativamente superior nos meios urbanos quando comparado com os meios rurais e concentrado nas províncias costeiras do sudeste do país.
- Verifica-se que o consumo de peixe e produtos de peixe per capita na China tende a ser tanto maior quanto maior o nível de rendimento e maior a proximidade às cidades (meios urbanos).
- O rápido aumento da procura de produtos de peixe tem sido principalmente suportado pelos fornecedores domésticos de aquacultura de água doce.
- Segundo dados da Canadean, o valor do mercado chinês de peixe e marisco, quer em dólares, quer em yuans, apresentou um crescimento composto anual de 7,3% e 5,5%, respetivamente, no período entre 2010 e 2015 e prevê-se que continue a crescer até 2020. Verifica-se ainda que este crescimento em termos de valor é também acompanhado por um crescimento ao nível das quantidades.
- Segundo dados da Canadean, o mercado de peixe e marisco chinês totalizou 4.935,3 milhões de kg em 2015, dos quais a categoria “Peixe e Marisco Frescos” representou 58,3% do total, sendo seguida pela categoria de “Peixe e marisco embalados crus refrigerados - cortes inteiros”, com 12,1% de quota. As conservas de pescado representaram cerca de 6% do volume do peixe vendido na China em 2015, o equivalente a cerca de 0,3 milhões de toneladas.
- Segundo dados da China Statistical Yearbook 2016, tem-se verificado um crescimento do valor de vendas a retalho de conservas na China, prevendo que continuem a crescer no futuro.
- Analisando o mercado de pescado chinês por produto, em termos de importações, verifica-se que os moluscos são a categoria com maior valor de importação, de cerca de 122 milhões de dólares. No caso

da sardinha e da cavala, verifica-se que não se assumem como produtos relevantes no contexto das importações chinesas.

- Segundo o Observatory of Economic Complexity (OEC), a China é o país do mundo que mais importa refeições, farinhas e aglomerados de peixe para consumo humano (11%) e, no total de comida importada pela China, o peixe em conserva representa apenas 0,27%.
- Verifica-se que a sardinha e a cavala, das principais espécies desembarcadas na região norte de Portugal, podem passar a ser uma oportunidade de exportações para a China.
- Segundos dados da Canadean, o principal canal de distribuição de peixe e marisco conservados à temperatura ambiente são os hipermercados e supermercados, com uma quota de 51% do mercado, sendo seguidos pelas lojas de conveniência, com 35% de quota de mercado.
- De acordo com informação recolhida junto da Direção-Geral de Alimentação e Veterinária e da AICEP, é obrigatório o registo de estabelecimentos produtores junto da autoridade competente do país de destino, bem como o cumprimento de condições adicionais às da União Europeia.
- O sistema de importação de bens na China, da responsabilidade do Ministério do Comércio, estabelece 3 categorias: *Permitted Goods*, *Restricted Goods* e *Prohibited Goods*.
- Portugal tem modelos de certificados, acordados entre as autoridades competentes, para exportação para a China para produtos da pesca, animais aquáticos vivos para consumo humano e produtos lácteos.
- De acordo com EU SME Center, China-Britain Business Council – “The Food & Beverage Market in China” - julho 2015, as principais barreiras à entrada no mercado chinês são barreiras legais e regulatórias.
- Desde que se tornou membro da Organização Mundial do Comércio (OMC), em 2001, a China reduziu tarifas numa grande parte dos produtos importados. No entanto, as restrições sanitárias e fitossanitárias (e, de certa forma, a rotulação) continuam a limitar o acesso ao mercado.
- A Lei de Segurança Alimentar de 2015 veio requerer uma monitorização e supervisão mais exigentes, bem como standards de segurança mais apertados, a revocação de produtos que não cumpram os standards acordados e punições mais severas para os incumpridores.
- De acordo com a informação prestada pela Embaixada de Portugal na República Popular da China, não existe na China Continental um regime de amostras. Apenas para a participação em feiras comerciais oficialmente reconhecidas existem mecanismos de exceção.
- No caso de Hong Kong não é obrigatório o registo de estabelecimentos produtores junto da autoridade competente do país de destino, nem o cumprimento de condições adicionais às da União Europeia.
- Segundo dados do Banco Mundial e de acordo com a publicação da PwC – “Paying Taxes” – edições 2013 a 2017, verifica-se que a taxa agregada de impostos na China é, atualmente, de 68%, sendo que tem vindo a aumentar desde 2013.

- Projeto da zona de livre comércio: os produtos vindos de países de língua portuguesa terão, nesta zona de livre comércio, direito a condições especiais de entrada no território chinês. Esta zona livre de comércio resulta de uma parceria entre a Região Administrativa de Macau, cuja ação é conduzida pela Associação de Exportadores e Importadores de Macau e tem a aprovação do Conselho de Estado da China.
- A nível regional a China faz parte do Encontro Ásia-Europa (Asia-Europe Meeting – ASEM). As relações comerciais da República Popular da China com a União Europeia (UE) continuam a processar-se fundamentalmente no âmbito do Acordo de Cooperação Comercial e Económica de 1985.
- Na 16.ª Cimeira União Europeia / China, ocorrida a 21 de novembro de 2013, foi possível adotar uma parceria estratégica de cooperação (EU-China 2020 Strategic Agenda for Cooperation).
- Com base na pesquisa e nos questionários efetuados, desconhece-se, até ao momento, a existência de estudos específicos para o mercado de conservas de peixe, a nível nacional, regional e internacional, sobre a China.
- Com base em exemplos de estratégias de internacionalização para o mercado chinês de empresas do setor das conservas e do setor agroalimentar, foram identificados alguns fatores críticos para o sucesso. Entre eles foram destacados fatores importantes relacionados com marketing e comunicação, a adaptação de produtos aos gostos e preferências dos consumidores locais e a identificação de nichos de mercado de produtos de luxo com elevada qualidade, a realização de parcerias locais e a presença física. Todos estes fatores têm subjacente um elevado nível de investimento, seja no conhecimento das realidades locais, na existência presença física local e no acompanhamento de proximidade com envolvimento pessoal.
- Verifica-se uma relativa concentração do mercado chinês de conservas em empresas chinesas e na marca Ma Ling. Como tal, os principais concorrentes que existem neste mercado são concorrentes locais.
- Constata-se que a maioria dos produtos de conservas comercializados na China são oriundos do próprio país e da Tailândia. No entanto, são também comercializados na China produtos de conservas oriundos de outros países, como de Espanha, dos EUA, da Rússia, de Portugal, da Dinamarca e da Coreia.
- O plano de ação deverá abordar essencialmente cidades, segmentando o produto para classe média alta e forçando o contacto com o produto português ajustado aos gostos e preferências locais, pois em geral os Chineses não estão treinados a comer conservas. Assim, a adaptação de produtos aos gostos e preferências dos consumidores locais, a participação nas principais feiras locais do setor e a realização de provas de degustação e workshops são aspetos fundamentais, enquadrados num plano de marketing e comunicação robusto.
- A falta de informação e conhecimento sobre conservas na China torna relevante a realização de ações promocionais que visem a promoção e divulgação das conservas portuguesas, como por exemplo a organização de visitas oficiais de empresas portuguesas à China com o apoio da AICEP, bem como a organização de reuniões de negócios em Portugal convidando *players* relevantes chineses no âmbito do *Business to Sea*.

- Dada a dimensão da China e, conseqüentemente, as diversidades ao nível das diferentes regiões, será importante aprofundar o conhecimento sobre os padrões de consumo e sobre os principais players de mercado em cada região, como forma de ajustar adequadamente a estratégia de entrada no mercado em função das especificidades de cada uma das regiões. A estratégia de comunicação e divulgação deverá ser alinhada em função das especificidades de cada região.
- Existem múltiplas barreiras na China, como a língua, hábitos, cultura, protecionismo, etc., pelo que é fundamental uma boa estratégia de parceria com agentes e ou cadeias comerciais instaladas na China, bem como um acompanhamento de proximidade com envolvimento pessoal. A identificação de interlocutores de referência e entidades institucionais a envolver são fatores cruciais no âmbito da implementação da estratégia de entrada no mercado Chinês.
- A mobilização das diferentes entidades e instituições portuguesas relevantes em torno de uma estratégia de cooperação e em articulação com uma ação coletiva e concertada das empresas portuguesas do setor das conservas serão fatores determinantes para a entrada no mercado Chinês. A ANICP – Associação Nacional dos Industriais das Conservas de Peixe poderá assumir um papel determinante neste processo.
- O reduzido grau de conhecimento que existe do mercado Chinês, quer dos seus consumidores, quer dos requisitos legais, regulamentares e administrativo-burocráticos, remete para a importância da realização de ações de formação e informação dirigidas aos principais *players* nacionais sobre este mercado.
- Tendo em consideração que a produção de peixe na China é essencialmente de origem fluvial e que a população chinesa é uma população jovem com preocupações em termos de saúde e estilo de vida saudável, a promoção de conservas portuguesas, maioritariamente de origem marinha, deverá focar a qualidade do produto e dos seus valores nutricionais, associados a um *lifestyle* de população jovem, saudável e muito ligada a novas tecnologias. Por isso, a análise do posicionamento dos produtos e a sua ligação com o conceito de *lifestyle* chinês são aspetos a ter em consideração.
- Dado que o consumo de peixe e produtos de peixe na China é tanto maior quanto maior o nível de rendimento dos consumidores e quanto maior a sua proximidade aos centros urbanos, o público-alvo deverá ser a classe média, média-alta e alta que habite nos centros urbanos e subúrbios. Adicionalmente, tendo em conta a estrutura etária da população chinesa, o público-alvo é um público jovem, que atribui importância a aspetos relacionados com a saúde, conveniência e com as novas tecnologias, encetando um conceito de *lifestyle*.
- Existem entidades relevantes no contexto de penetração das conservas de peixe no mercado Chinês, como por exemplo:
  - AICEP;
  - ANICP – Associação Nacional dos Industriais de Conservas de Peixe;
  - CCPIT - China Council for the Promotion of International Trade;
  - EUSME Centre;
  - Loja das Conservas;

- Portugal Foods.
- É fundamental implementar um plano de monitorização regular dos benefícios de entrada no mercado chinês à medida que se vai progredindo nos respetivos investimentos.
- Com este trabalho visou-se proceder à recolha e sistematização de informação sobre a China e, em particular, sobre o mercado das conservas de peixe Chinês, com vista a disponibilizar informação estratégica e propostas de ação dirigidas às empresas do setor das conservas de peixe da região Norte do País, de forma a melhorar a sua capacidade de abordagem e penetração no mercado Chinês. De facto, apesar do setor das conservas de peixe já ser um setor maioritariamente exportador e com grande conhecimento dos mercados internacionais, há novas dinâmicas, tendências e mercados ainda por explorar, como é o caso do mercado Chinês, considerado pelos representantes da indústria conserveira como um mercado de possível aposta.
- Através do diagnóstico realizado foi possível compreender o mercado Chinês, em diversas vertentes (preferências dos consumidores, tradição no consumo de peixe, a sua evolução e projeções futuras, os principais players no mercado e a sua legislação e fiscalidade), bem como identificar as suas potencialidades e oportunidades e as suas debilidades e ameaças. Foi também possível compreender a oferta existente dos principais produtos de conservas de peixe em Portugal e, em particular, na região Norte do país, e o seu potencial de penetração no mercado chinês.
- O mercado Chinês pauta-se por ser um mercado de elevada dimensão, em que os consumidores não têm a cultura de consumir conservas de peixe, sendo que apenas em zonas urbanas e junto de classes com maior poder de compra existe alguma propensão ao consumo de conservas de peixe. As preferências de sabores dos consumidores chineses revelam diferenças face às dos consumidores europeus e portugueses, sendo que os consumidores chineses de conservas têm a perceção de que as conservas chinesas e asiáticas são diferentes das da Europa e mais em conformidade com os seus gostos e preferências. O consumo de conservas de peixe existente é essencialmente satisfeito por produção local e importações de alguns países vizinhos, essencialmente de origem fluvial (aquacultura de água doce), sendo que se verifica uma concentração em termos de oferta no mercado das conservas de peixe chinês. Por outro lado, trata-se de um mercado com potencial de crescimento futuro, que valoriza produtos de qualidade e de elevados padrões em termos de segurança alimentar.
- As conservas portuguesas destacam-se pela sua qualidade e valores nutricionais, de origem sobretudo marinha, sendo vista pelos consumidores chineses como um produto gourmet. Apesar da indústria das conservas em Portugal ser um setor fortemente exportador, verifica-se que, no contexto do comércio internacional com a China, Portugal tem um forte potencial de crescimento. De facto, apesar da União Europeia ser um dos principais parceiros comerciais da China, Portugal assume uma posição residual nas trocas comerciais com a China.
- Através do levantamento de casos de outras empresas, do setor agroalimentar e do setor das conservas, que já avançaram com a sua estratégia de internacionalização para o mercado Chinês, foi possível estabelecer uma análise de benchmarking e identificar alguns fatores críticos de sucesso, que deverão servir de exemplo para empresas que estejam a planear avançar para este mercado. Entre eles foram

destacados fatores importantes relacionados com marketing e comunicação, a adaptação de produtos aos gostos e preferências dos consumidores locais e a identificação de nichos de mercado de produtos de luxo com elevada qualidade, a realização de parcerias locais e a presença física.

- Com base no diagnóstico realizado e na análise de benchmarking, foi possível identificar e definir um conjunto de aspetos fundamentais a ter em consideração pelas empresas do setor das conservas de peixes da região Norte do país no programa de ação a definir e, assim, melhorar a sua capacidade de abordagem e penetração no mercado Chinês.
- Assim, tendo por base a informação recolhida e a sua análise, conclui-se que o plano de ação deverá abordar essencialmente cidades, segmentando o produto para classe média alta e forçando o contacto com o produto português ajustado aos gostos e preferências locais, pois em geral os Chineses não estão habituados a consumir conservas. A adaptação de produtos aos gostos e preferências dos consumidores locais, a participação nas principais feiras locais do setor e a realização de provas de degustação e workshops são aspetos fundamentais, enquadrados num plano de marketing e comunicação robusto. Por outro lado, existem múltiplas barreiras na China, como a língua, hábitos, cultura, protecionismo, etc., pelo que é fundamental uma boa estratégia de parceria com agentes e ou cadeias comerciais instaladas na China, bem como um acompanhamento de proximidade com envolvimento pessoal.
- Deverá, por fim, implementar-se um plano de monitorização regular dos benefícios de entrada no mercado chinês à medida que se vai progredindo nos respetivos investimentos.

As opiniões e as conclusões expressas no presente documento resultam do trabalho desenvolvido e informação da Fórum Oceano e não contemplam qualquer opinião da PwC na sua formulação. A Fórum Oceano e a PwC não se responsabilizarão por qualquer dano ou prejuízo emergente de decisão tomada com base na informação aqui descrita. Este documento é de natureza geral e meramente informativa, não se destinando a qualquer entidade ou situação particular, e não substitui aconselhamento profissional adequado ao caso concreto.

## *8. Referências bibliográficas*

- ✓ AICEP - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal;
- ✓ ANICP - Associação Nacional dos Industriais de Conservas de Peixe;
- ✓ BMI – China Food and Drink Report;
- ✓ Canadean Ltd Research Reports;
- ✓ China Statistical Yearbook 2016;
- ✓ China Trade Fair;
- ✓ CIP - Confederação Empresarial de Portugal;
- ✓ COTEC 2012, Blue Growth for Portugal;
- ✓ DGAV - Direção-Geral de Alimentação e Veterinária;
- ✓ DGRM - Direção-Geral de Recursos Naturais, Segurança e Serviços Marítimos;
- ✓ Docapesca - Portos e Lotas, S.A.;
- ✓ ECO – Economia Online;
- ✓ EU SME Center, China-Britain Business Council – “The Food & Beverage Market in China” - julho 2015;
- ✓ FAO - Food and Agriculture Organization of the United Nations;
- ✓ INE - Instituto Nacional de Estatísticas;
- ✓ Observatory of Economic Complexity;
- ✓ PwC – “Paying Taxes”;
- ✓ Revista Macau;
- ✓ World Bank.



## ANEXO – Sumário Executivo

- A Fórum Oceano – Associação da Economia do Mar (Fórum Oceano) está a desenvolver uma ação cujo principal objetivo consiste em aumentar a capacidade de exportação e penetração em mercados internacionais de produtos da economia do mar representativos da região do Norte, com elevada incorporação de valor acrescentado, designadamente as conservas de peixe.
- Apesar do setor das conservas de peixe já ser um setor maioritariamente exportador e com grande conhecimento dos mercados internacionais, há novas dinâmicas, tendências e mercados ainda por explorar, como é o caso do mercado Chinês, considerado pelos representantes da indústria conserveira como um mercado de possível aposta.
- Neste sentido, a Fórum Oceano desenvolveu o presente Estudo, com o apoio da PwC e em estreita articulação com a ANICP - Associação Nacional dos Industriais de Conservas de Peixe (ANICP), que visa disponibilizar informação estratégica e propostas de ação dirigidas às empresas do setor das conservas de peixe, de forma a melhorar a sua capacidade de abordagem e penetração no mercado visado - a China.
- O estudo enquadra-se no âmbito de ações previstas no projeto North Ocean, financiado pelo programa operacional Norte 2020.
- O presente Estudo de mercado e procura internacional tem como principais objetivos estratégicos:
  - Obter conhecimento sobre as atitudes e preferências de consumo de conservas de peixe no mercado Chinês, que possa ser usado pelas empresas, em conjunto com as suas análises e apoio especializado, para tomarem decisões informadas sobre como entrar no mercado e com que produtos;
  - Contribuir para o aumento da exportação de conservas de peixe de empresas da região Norte do país para o mercado Chinês.
- A confiança na segurança alimentar e integridade dos ingredientes e elevada qualidade do produto, excelentes valores nutricionais do produto, melhor estilo de vida devido a consumir produtos mais variados, *packaging* moderno, frescura dos produtos e conveniência, são elementos importantes a ter em conta na abordagem ao mercado da China.
- Hong Kong e, em menor grau Macau, são montras por excelência para a China. O que aqui tem sucesso poderá ser cobiçado e assimilado noutras regiões chinesas, pela classe média e alta, constituída por mais de 200 milhões de habitantes.
- Embora, em geral, os consumidores na China não estarem muito familiarizados com as conservas de peixe, apreciam conservas com sabores intensos, como por exemplo a carpa com feijão de soja.

- É possível identificar as seguintes forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que se colocam à exportação de conservas das empresas portuguesas para o mercado chinês:
  - Forças: produto 100% natural, saudável e seguro; vários tipos de produtos e sabores; alta segurança alimentar e elevados padrões de higiene.
  - Fraquezas: estruturas das empresas de conservas Portuguesas com capacidade limitada para promover o produto num mercado tão longínquo; baixo conhecimento dos hábitos de consumo no mercado chinês.
  - Oportunidades: consumidor chinês gosta de consumir peixe; grande dimensão populacional; classe média em crescimento; problemas de higiene e segurança alimentar.
  - Ameaças: grande distância entre Portugal e China, o que implica custos; processo de desalfandegamento difícil e moroso; elevados índices de contrafação.
- O setor da indústria das conservas em Portugal assume-se já como um sector fortemente exportador e com grande conhecimento dos mercados internacionais, com contributo positivo a nível nacional para o emprego e para a balança comercial.
- As conservas portuguesas destacam-se pela sua qualidade, pelas suas características nutricionais (ricas em Ómega 3), pela versatilidade da sua utilização, pela sua conveniência e pela variedade dos produtos existentes.
- O setor das conservas em Portugal tem vindo a destacar-se pela inovação na oferta de conservas de peixe, com novos produtos, mais focados na qualidade e no mercado gourmet, o que tem permitido criar valor no produto e atrair novos consumidores com capacidade para pagar mais por melhor qualidade.
- Em Portugal, as “Preparações e Conservas” representavam já, em 2014, cerca de 19% do total das quantidades produzidas de produtos de pesca e aquacultura, pela indústria transformadora.
- Em Portugal, as “preparações e conservas de peixe” representavam em 2015 cerca de 18% do valor das exportações da fileira alimentar do mar e aproximadamente 7% do valor das importações, assumindo-se como um dos grupos de produtos com maior importância nas exportações e um dos grupos com menos peso em termos de importações.
- Com referência ao período entre 2014 e 2016, a balança comercial portuguesa dos produtos da pesca em Portugal, em termos de entradas e saídas de conservas, em milhares de toneladas, tem vindo a apresentar-se superavitária.
- Verifica-se que a sardinha e a sarda e cavala são as espécies com maior contributo para a balança comercial.
- Através da análise das toneladas exportadas de conservas portuguesas entre 2006 e 2016, verifica-se que, nos últimos 10 anos, as quantidades exportadas mais do que duplicaram.
- Entre 2014 e 2016, tem-se continuado a verificar um aumento das quantidades exportadas de conservas portuguesas, que é também acompanhado por um aumento no seu valor.

- Segundo dados do Anuário Estatístico da Região Norte de 2015, as relações comerciais totais entre Operadores com sede na Região Norte e a China apresentaram em 2015 um valor de importações, em milhares de euros, superior ao valor das exportações.
- Face ao total do país, a Região Norte apresentou, em 2015, um peso de cerca de 14% no total das exportações de Portugal para a China e de cerca de 31% face ao total das importações.
- De acordo com a publicação “Região Norte em Números, 2015”, do Instituto Nacional de Estatística, verifica-se que o valor médio anual por kg da pesca descarregada nos portos da região Norte se situa próximo da média nacional.
- Segundo dados da Docapesca, entre 2015 e 2016, assistiu-se na Região Norte a um aumento do volume de pescado de cerca de 8%, sendo que apenas Vila Praia de Âncora e Caminha apresentaram decréscimos, com as restantes localidades a evidenciarem crescimentos, alguns dos quais a dois dígitos.
- Segundo dados da Datapescas, para o período de janeiro a dezembro de 2016, as principais espécies desembarcadas na Região Norte, em toneladas, foram o carapau, a sardinha, o biqueirão, a cavala e polvos.
- Segundo informações recolhidas da Direção-Geral de Alimentação e Veterinária (DGAV), da AICEP e da Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), o mercado chinês caracteriza-se por:
  - ✓ 1.357 milhões de consumidores;
  - ✓ prevê-se que em 2020 a China apresente um consumo de peixe de 35,9 kg per capita;
  - ✓ após adesão à Organização Mundial do Comércio e ao liberalismo de mercado, o volume de importações no setor agroalimentar chinês tem crescido consistentemente;
  - ✓ tornou-se um dos mercados com maior potencial de crescimento e dos mais apetecíveis para os parceiros comerciais;
  - ✓ a China é o segundo maior parceiro comercial da União Europeia que é, por sua vez, o maior parceiro comercial da China; a posição de Portugal, neste contexto, não tem grande relevância, ficando as quotas de mercado, como cliente e fornecedor, próximas de 0,1%;
  - ✓ As exportações portuguesas de bens e serviços para a China aumentaram nos últimos cinco anos, tendo-se observado um crescimento médio anual de 26,9%.
- O mercado chinês é um mercado de elevada dimensão, com potencial de crescimento, com fortes relações comerciais com a União Europeia e onde a posição de Portugal ainda se apresenta residual.
- O mercado chinês encerra um elevado potencial para a dinamização do comércio internacional português, em geral, e do setor das conservas de peixe, em particular.
- No âmbito do comércio internacional de bens, o mercado chinês ainda assume um peso residual, quer enquanto cliente, quer como fornecedor, de Portugal.

- Segundo dados da AICEP, desde 2011 a 2016, tem-se assistido a um reforço do peso da China no comércio internacional Português de bens, quer ao nível das exportações, quer ao nível das importações.
- De janeiro a agosto de 2016, a China foi o nosso 11º cliente, com uma quota de 1,3%, e o 7º fornecedor, com uma quota de 3,0%, sendo o saldo da balança comercial tradicionalmente desfavorável para Portugal.
- Ao nível das exportações, segundo dados da AICEP, o sector com maior percentagem de exportações de Portugal para a China é o de “Veículos e de outros materiais de transporte” (41,9%), seguido pelo setor de “Minerais e minérios” (18,1%). O setor alimentar representa, por sua vez, 4,1% do total de exportações.
- Segundo dados da Canadean, apesar do Produto Interno Bruto per capita Chinês ter vindo a crescer nos últimos anos, verifica-se que a respetiva taxa de crescimento se tem vindo a reduzir.
- Em termos de população, a China tem apresentado um crescimento nos últimos anos, evidenciado taxas médias de crescimento anual crescentes.
- O índice de preços do consumidor da China tem acompanhado esta tendência de crescimento.
- A população chinesa assume-se como sendo relativamente jovem, em que as faixas etárias com maior peso se situam entre os 20 e os 49 anos de idade.
- O segmento de “Cereais e Leguminosas (não processados)”, continua a ser o segmento com maior peso em termos de consumo per capita na China, sendo seguido dos segmentos de “Vegetais e Cogumelos” e “Frutos secos e fruta fresca”. O consumo per capita de “Peixe” encontra-se numa posição intermédia do total nacional.

No que respeita ao consumo per capita de peixe na China por região, de acordo com dados de 2015, verifica-se que existem grandes simetrias entre regiões.

- Segundo dados da Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), constata-se que consumo per capita de peixe na China é significativamente superior nos meios urbanos quando comparado com os meios rurais e concentrado nas províncias costeiras do sudeste do país.
- Verifica-se que o consumo de peixe e produtos de peixe per capita na China tende a ser tanto maior quanto maior o nível de rendimento e maior a proximidade às cidades (meios urbanos).
- O rápido aumento da procura de produtos de peixe tem sido principalmente suportado pelos fornecedores domésticos de aquacultura de água doce.
- Segundo dados da Canadean, o valor do mercado chinês de peixe e marisco, quer em dólares, quer em yuans, apresentou um crescimento composto anual de 7,3% e 5,5%, respetivamente, no período entre 2010 e 2015 e prevê-se que continue a crescer até 2020. Verifica-se ainda que este crescimento em termos de valor é também acompanhado por um crescimento ao nível das quantidades.

- Segundo dados da Canadean, o mercado de peixe e marisco chinês totalizou 4.935,3 milhões de kg em 2015, dos quais a categoria “Peixe e Marisco Frescos” representou 58,3% do total, sendo seguida pela categoria de “Peixe e marisco embalados crus refrigerados - cortes inteiros”, com 12,1% de quota. As conservas de pescado representaram cerca de 6% do volume do peixe vendido na China em 2015, o equivalente a cerca de 0,3 milhões de toneladas.
- Segundo dados da China Statistical Yearbook 2016, tem-se verificado um crescimento do valor de vendas a retalho de conservas na China, prevendo que continuem a crescer no futuro.
- Analisando o mercado de pescado chinês por produto, em termos de importações, verifica-se que os moluscos são a categoria com maior valor de importação, de cerca de 122 milhões de dólares. No caso da sardinha e da cavala, verifica-se que não se assumem como produtos relevantes no contexto das importações chinesas.
- Segundo o Observatory of Economic Complexity (OEC), a China é o país do mundo que mais importa refeições, farinhas e aglomerados de peixe para consumo humano (11%) e, no total de comida importada pela China, o peixe em conserva representa apenas 0,27%.
- Verifica-se que a sardinha e a cavala, das principais espécies desembarcadas na região norte de Portugal, podem passar a ser uma oportunidade de exportações para a China.
- Segundos dados da Canadean, o principal canal de distribuição de peixe e marisco conservados à temperatura ambiente são os hipermercados e supermercados, com uma quota de 51% do mercado, sendo seguidos pelas lojas de conveniência, com 35% de quota de mercado.
- De acordo com informação recolhida junto da Direção-Geral de Alimentação e Veterinária e da AICEP, é obrigatório o registo de estabelecimentos produtores junto da autoridade competente do país de destino, bem como o cumprimento de condições adicionais às da União Europeia.
- O sistema de importação de bens na China, da responsabilidade do Ministério do Comércio, estabelece 3 categorias: *Permitted Goods*, *Restricted Goods* e *Prohibited Goods*.
- Portugal tem modelos de certificados, acordados entre as autoridades competentes, para exportação para a China para produtos da pesca, animais aquáticos vivos para consumo humano e produtos lácteos.
- De acordo com EU SME Center, China-Britain Business Council – “The Food & Beverage Market in China” - julho 2015, as principais barreiras à entrada no mercado chinês são barreiras legais e regulatórias.
- Desde que se tornou membro da Organização Mundial do Comércio (OMC), em 2001, a China reduziu tarifas numa grande parte dos produtos importados. No entanto, as restrições sanitárias e fitossanitárias (e, de certa forma, a rotulação) continuam a limitar o acesso ao mercado.
- A Lei de Segurança Alimentar de 2015 veio requerer uma monitorização e supervisão mais exigentes, bem como standards de segurança mais apertados, a revocação de produtos que não cumpram os standards acordados e punições mais severas para os incumpridores.

- De acordo com a informação prestada pela Embaixada de Portugal na República Popular da China, não existe na China Continental um regime de amostras. Apenas para a participação em feiras comerciais oficialmente reconhecidas existem mecanismos de exceção.
- No caso de Hong Kong não é obrigatório o registo de estabelecimentos produtores junto da autoridade competente do país de destino, nem o cumprimento de condições adicionais às da União Europeia.
- Segundo dados do Banco Mundial e de acordo com a publicação da PwC – “Paying Taxes” – edições 2013 a 2017, verifica-se que a taxa agregada de impostos na China é, atualmente, de 68%, sendo que tem vindo a aumentar desde 2013.

Projeto da zona de livre comércio: os produtos vindos de países de língua portuguesa terão, nesta zona de livre comércio, direito a condições especiais de entrada no território chinês. Esta zona livre de comércio resulta de uma parceria entre a Região Administrativa de Macau, cuja ação é conduzida pela Associação de Exportadores e Importadores de Macau e tem a aprovação do Conselho de Estado da China.

- A nível regional a China faz parte do Encontro Ásia-Europa (Asia-Europe Meeting – ASEM). As relações comerciais da República Popular da China com a União Europeia (UE) continuam a processar-se fundamentalmente no âmbito do Acordo de Cooperação Comercial e Económica de 1985.
- Na 16.ª Cimeira União Europeia / China, ocorrida a 21 de novembro de 2013, foi possível adotar uma parceria estratégica de cooperação (EU-China 2020 Strategic Agenda for Cooperation).
- Com base na pesquisa e nos questionários efetuados, desconhece-se, até ao momento, a existência de estudos específicos para o mercado de conservas de peixe, a nível nacional, regional e internacional, sobre a China.
- Com base em exemplos de estratégias de internacionalização para o mercado chinês de empresas do setor das conservas e do setor agroalimentar, foram identificados alguns fatores críticos para o sucesso. Entre eles foram destacados fatores importantes relacionados com marketing e comunicação, a adaptação de produtos aos gostos e preferências dos consumidores locais e a identificação de nichos de mercado de produtos de luxo com elevada qualidade, a realização de parcerias locais e a presença física. Todos estes fatores têm subjacente um elevado nível de investimento, seja no conhecimento das realidades locais, na existência presença física local e no acompanhamento de proximidade com envolvimento pessoal.
- Verifica-se uma relativa concentração do mercado chinês de conservas em empresas chinesas e na marca Ma Ling. Como tal, os principais concorrentes que existem neste mercado são concorrentes locais.
- Constata-se que a maioria dos produtos de conservas comercializados na China são oriundos do próprio país e da Tailândia. No entanto, são também comercializados na China produtos de conservas oriundos de outros países, como de Espanha, dos EUA, da Rússia, de Portugal, da Dinamarca e da Coreia.
- O plano de ação deverá abordar essencialmente cidades, segmentando o produto para classe média alta e forçando o contacto com o produto português ajustado aos gostos e preferências locais, pois em geral os Chineses não estão treinados a comer conservas. Assim, a adaptação de produtos aos gostos e

preferências dos consumidores locais, a participação nas principais feiras locais do setor e a realização de provas de degustação e workshops são aspetos fundamentais, enquadrados num plano de marketing e comunicação robusto.

- A falta de informação e conhecimento sobre conservas na China torna relevante a realização de ações promocionais que visem a promoção e divulgação das conservas portuguesas, como por exemplo a organização de visitas oficiais de empresas portuguesas à China com o apoio da AICEP, bem como a organização de reuniões de negócios em Portugal convidando *players* relevantes chineses no âmbito do *Business to Sea*.
- Dada a dimensão da China e, conseqüentemente, as diversidades ao nível das diferentes regiões, será importante aprofundar o conhecimento sobre os padrões de consumo e sobre os principais *players* de mercado em cada região, como forma a ajustar adequadamente a estratégia de entrada no mercado em função das especificidades de cada uma das regiões. A estratégia de comunicação e divulgação deverá ser alinhada em função das especificidades de cada região.
- Existem múltiplas barreiras na China, como a língua, hábitos, cultura, protecionismo, etc., pelo que é fundamental uma boa estratégia de parceria com agentes e ou cadeias comerciais instaladas na China, bem como um acompanhamento de proximidade com envolvimento pessoal. A identificação de interlocutores de referência e entidades institucionais a envolver são fatores cruciais no âmbito da implementação da estratégia de entrada no mercado Chinês.
- A mobilização das diferentes entidades e instituições portuguesas relevantes em torno de uma estratégia de cooperação e em articulação com uma ação coletiva e concertada das empresas portuguesas do setor das conservas serão fatores determinantes para a entrada no mercado Chinês. A ANICP – Associação Nacional dos Industriais das Conservas de Peixe poderá assumir um papel determinante neste processo.
- O reduzido grau de conhecimento que existe do mercado Chinês, quer dos seus consumidores, quer dos requisitos legais, regulamentares e administrativo-burocráticos, remete para a importância da realização de ações formação e informação dirigidas aos principais *players* nacionais sobre este mercado.
- Tendo em consideração que a produção de peixe na China é essencialmente de origem fluvial e que a população chinesa é uma população jovem com preocupações em termos de saúde e estilo de vida saudável, a promoção de conservas portuguesas, maioritariamente de origem marinha, deverá focar a qualidade do produto e dos seus valores nutricionais, associados a um *lifestyle* de população jovem, saudável e muito ligada a novas tecnologias. Por isso, a análise do posicionamento dos produtos e a sua ligação com o conceito de *lifestyle* chinês são aspetos a ter em consideração.
- Dado que consumo de peixe e produtos de peixe na China é tanto maior quanto maior o nível de rendimento dos consumidores e quanto maior a sua proximidade aos centros urbanos, o público-alvo deverá ser a classe média, média-alta e alta que habite nos centros urbanos e subúrbios. Adicionalmente, tendo em conta a estrutura etária da população chinesa, o público-alvo é um público jovem, que atribui importância a aspetos relacionados com a saúde, conveniência e com as novas tecnologias, encetando um conceito de *lifestyle*.



- Existem entidades relevantes no contexto de penetração das conservas de peixe no mercado Chinês, como por exemplo:
  - AICEP;
  - ANICP – Associação Nacional dos Industriais de Conservas de Peixe;
  - CCPIT - China Council for the Promotion of International Trade;
  - EUSME Centre;
  - Loja das Conservas;
  - Portugal Foods.
- É fundamental implementar um plano de monitorização regular dos benefícios de entrada no mercado Chinês à medida que se vai progredindo nos respetivos investimentos.
- Com este trabalho visou-se proceder à recolha e sistematização de informação sobre a China e, em particular, sobre o mercado das conservas de peixe Chinês, com vista a disponibilizar informação estratégica e propostas de ação dirigidas às empresas do setor das conservas de peixe da região Norte do País, de forma a melhorar a sua capacidade de abordagem e penetração no mercado Chinês. De facto, apesar do setor das conservas de peixe já ser um setor maioritariamente exportador e com grande conhecimento dos mercados internacionais, há novas dinâmicas, tendências e mercados ainda por explorar, como é o caso do mercado Chinês, considerado pelos representantes da indústria conserveira como um mercado de possível aposta.
- Através do diagnóstico realizado foi possível compreender o mercado Chinês, em diversas vertentes (preferências dos consumidores, tradição no consumo de peixe, a sua evolução e projeções futuras, os principais players no mercado e a sua legislação e fiscalidade), bem como identificar as suas potencialidades e oportunidades e as suas debilidades e ameaças. Foi também possível compreender a oferta existente dos principais produtos de conservas de peixe em Portugal e, em particular, na região Norte do país, e o seu potencial de penetração no mercado chinês.
- O mercado Chinês pauta-se por ser um mercado de elevada dimensão, em que os consumidores não têm a cultura de consumir conservas de peixe, sendo que apenas em zonas urbanas e junto de classes com maior poder de compra existe alguma propensão ao consumo de conservas de peixe. As preferências de sabores dos consumidores chineses revelam diferenças face às dos consumidores europeus e portugueses, sendo que os consumidores chineses de conservas têm a perceção de que as conservas chinesas e asiáticas são diferentes das da Europa e mais em conformidade com os seus gostos e preferências. O consumo de conservas de peixe existente é essencialmente satisfeito por produção local e importações de alguns países vizinhos, essencialmente de origem fluvial (aquacultura de água doce), sendo que se verifica uma concentração em termos de oferta no mercado das conservas de peixe chinês. Por outro lado, trata-se de um mercado com potencial de crescimento futuro, que valoriza produtos de qualidade e de elevados padrões em termos de segurança alimentar.



- As conservas portuguesas destacam-se pela sua qualidade e valores nutricionais, de origem sobretudo marinha, sendo vista pelos consumidores chineses como um produto gourmet. Apesar da indústria das conservas em Portugal ser um setor fortemente exportador, verifica-se que, no contexto do comércio internacional com a China, Portugal tem um forte potencial de crescimento. De facto, apesar da União Europeia ser um dos principais parceiros comerciais da China, Portugal assume uma posição residual nas trocas comerciais com a China.
- Através do levantamento de casos de outras empresas, do setor agroalimentar e do setor das conservas, que já avançaram com a sua estratégia de internacionalização para o mercado Chinês, foi possível estabelecer uma análise de benchmarking e identificar alguns fatores críticos de sucesso, que deverão servir de exemplo para empresas que estejam a planear avançar para este mercado. Entre eles foram destacados fatores importantes relacionados com marketing e comunicação, a adaptação de produtos aos gostos e preferências dos consumidores locais e a identificação de nichos de mercado de produtos de luxo com elevada qualidade, a realização de parcerias locais e a presença física.
- Com base no diagnóstico realizado e na análise de benchmarking, foi possível identificar e definir um conjunto de aspetos fundamentais a ter em consideração pelas empresas do setor das conservas de peixes da região Norte do país no programa de ação a definir e, assim, melhorar a sua capacidade de abordagem e penetração no mercado Chinês.
- Assim, tendo por base a informação recolhida e a sua análise, conclui-se que o plano de ação deverá abordar essencialmente cidades, segmentando o produto para classe média alta e forçando o contacto com o produto português ajustado aos gostos e preferências locais, pois em geral os Chineses não estão habituados a consumir conservas. A adaptação de produtos aos gostos e preferências dos consumidores locais, a participação nas principais feiras locais do setor e a realização de provas de degustação e workshops são aspetos fundamentais, enquadrados num plano de marketing e comunicação robusto. Por outro lado, existem múltiplas barreiras na China, como a língua, hábitos, cultura, protecionismo, etc., pelo que é fundamental uma boa estratégia de parceria com agentes e ou cadeias comerciais instaladas na China, bem como um acompanhamento de proximidade com envolvimento pessoal.
- Deverá, por fim, implementar-se um plano de monitorização regular dos benefícios de entrada no mercado chinês à medida que se vai progredindo nos respetivos investimentos.