



# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

2020

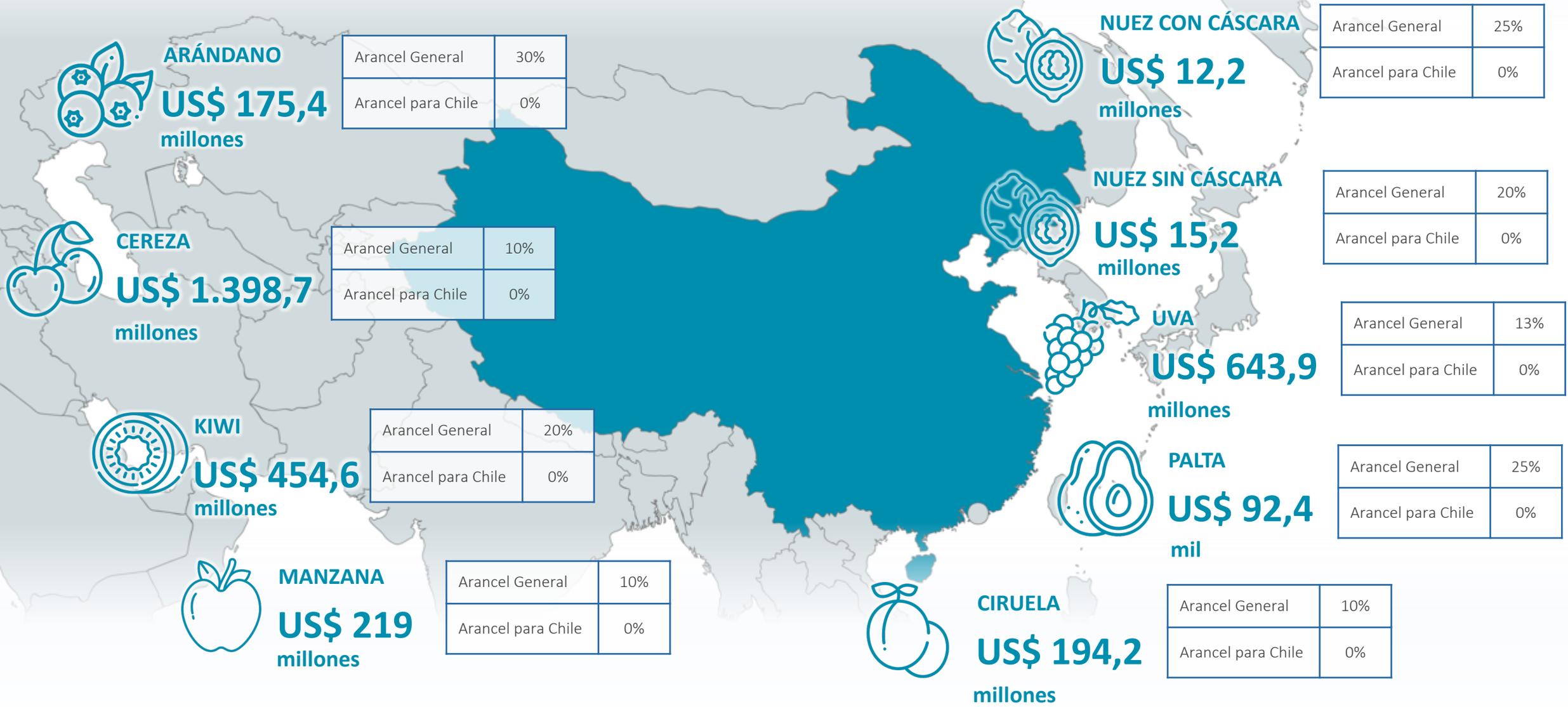
# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

*Estadísticas*

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## ESTADÍSTICAS

### IMPORTACIONES DE CHINA EN 2019

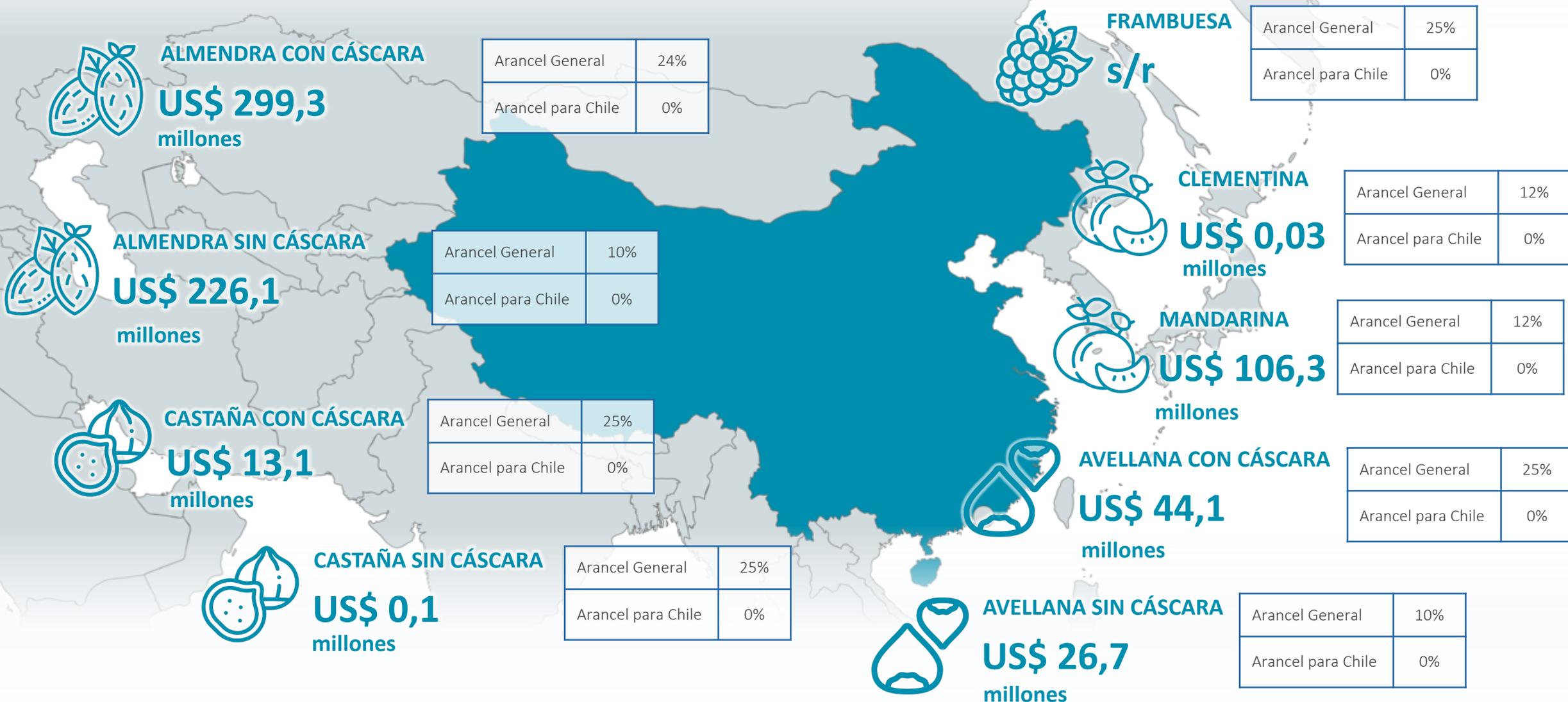


Fuente: Inteligencia de Mercado con cifras de IHS MARKIT y MACMAP. Arancel General: Corresponde al arancel NMF. Arancel para Chile: El arancel efectivamente aplicado al país.

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## ESTADÍSTICAS

### IMPORTACIONES DE CHINA EN 2019



# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## ESTADÍSTICAS



ARÁNDANO



CEREZA



KIWI



MANZANA



NUEZ



PALTA



UVA

**RANKING DE CHILE EN IMPORTACIONES 2019**

**2° lugar**  
47,6% de participación de mercado en 2019

**1° Lugar**  
88% de participación de mercado en 2019

**2° Lugar**  
7,4% de participación de mercado en 2019

**2° Lugar**  
24,4 % de participación de mercado en 2019

**1° Lugar**  
(con cáscara)  
85% de participación de mercado en 2019  
**2° Lugar**  
(sin cáscara)  
11,5% de participación de mercado en 2019

**2° lugar**  
32,7% de participación de mercado en 2019

**1° Lugar**  
38,5% de participación de mercado en 2019

**VARIACIÓN VALOR IMPORTACIÓN DE CHILE 2019/2018**

**6%**

**9,3%**

**27,4%**

**259%**

**57%**  
(con cáscara)  
**240%**  
(sin cáscara)

**-14,5%**

**-7,3%**

**PRINCIPALES ORÍGENES EN 2019**

1. Perú (52,1%)
2. Chile (47,6%)
3. Canadá (0,3%)

1. Chile (88%)
2. Estados Unidos (6,3%)
3. Canadá (2,6%)

1. Nueva Zelanda (86,3%)
2. Chile (7,4%)
3. Italia (5,4%)

1. Nueva Zelanda (53,6%)
2. Chile (24,4%)
3. Estados Unidos (11%)

- Con cáscara:
1. Chile (85%)
  2. Estados Unidos (11,3%)
  3. Australia (3,1%)
- Sin cáscara:
1. Estados Unidos (84,5%)
  2. Chile (11,5%)
  3. Ucrania (2%)

1. Perú (39,3%)
2. Chile (32,7%)
3. México (27,1%)

1. Chile (38,5%)
2. Australia (28,2%)
3. Perú (24,7%)

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## ESTADÍSTICAS



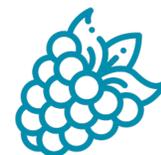
ALMENDRA



AVELLANA



CASTAÑA



FRAMBUESA



CIRUELA



MANDARINA /  
CLEMENTINA

**RANKING DE  
CHILE EN  
IMPORTACIONES  
2019**

-

-

-

-

**1° lugar**  
86,4% de participación de  
mercado en 2019

**15° Lugar**  
(mandarina)  
0,0% de participación de  
mercado en 2019  
- (clementinas)

**VARIACIÓN  
VALOR  
IMPORTACIÓN DE  
CHILE 2019/2018**

**-%**

**-%**

**-%**

**-%**

**79,6%**

**57%** (mandarina)  
**-%** (clementinas)

**PRINCIPALES  
ORÍGENES EN  
2019**

Con cáscara:

1. Australia (61,1%)
2. Estados Unidos (34,8%)
3. Tailandia (3,9%)

Sin cáscara:

1. Australia (54,5%)
2. Estados Unidos (41,1%)
3. Tailandia (2,8%)

Con cáscara:

1. Estados Unidos (93,4%)
2. Georgia (5%)
3. Irán (1,3%)

Sin cáscara:

1. Turquía (98%)
2. Georgia (2%)

Con cáscara:

1. Corea del Sur (83,7%)
2. Japón (16%)
3. Australia (0,2%)

Sin cáscara:

1. Italia (100%)

-

1. Chile (86,4%)
2. Estados Unidos (6,4%)
3. Australia (4,4%)

Mandarina:

1. Australia (62,5%)
2. Sudáfrica (15,2%)
3. Perú (11,5%)

Clementina:

1. Uruguay (100%)

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

*Tendencias de Mercado*



# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## TENDENCIAS DE MERCADO

### TENDENCIAS GENERALES DEL MERCADO Y CONSUMIDOR CHINO

- Los cambios en tendencias de consumo que hemos visto en China durante los últimos años son características comunes a países con una rápida industrialización: **aumento de los ingresos, vida urbana, mejor educación, etapas de vida pospuestas y mayor movilidad**. Sin embargo, hay algunos factores únicos a China; como la política de hijo único (ahora derogada) y los marcados desequilibrios económicos entre las regiones, que hacen que la tendencia en China sea única.
- A esto se suma el factor de la **crisis sanitaria**, la que **ha cambiado profundamente los paradigmas económicos**. A pesar de la incertidumbre transversal que ha generado esta situación, hay tendencias que han surgido durante la crisis y que se espera que continúen con posterioridad a ella:



# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## TENDENCIAS DE MERCADO

### e-Commerce



- La demanda de compras online ha aumentado de forma importante. (470% YOY en el caso de JD.com).
- Las principales plataformas ofrecen un gran volumen de productos enviados directamente a los hogares.
- El minorista en línea Pinduoduo incluso ha creado una sección especial para "productos agrícolas anti epidémicos".
- Es probable que la epidemia estimule un crecimiento aún más rápido en la economía digital de China, especialmente entre las personas mayores y los residentes rurales.
- Esto podría conducir a nuevos patrones de consumo online, basados en el cambio de edad de los consumidores y su lugar de procedencia.

### Resurgimiento comercio de barrio



- Los compradores buscan limitar los viajes y las grandes aglomeraciones, las personas buscan alejarse de los grandes supermercados, prefiriendo puntos de venta más pequeños y más cercanos a su hogar.
- Los supermercados de barrio, los minimarkets y los puntos de recogida de productos comprados en línea podrán mostrar una tendencia al alza.

### Conciencia de la seguridad alimentaria



- Una mayor conciencia de la salud probablemente se convierta en tendencia generalizada.
- Esto podría beneficiar especialmente a las empresas que usan blockchain, big data y otras nuevas tecnologías para ejercer una supervisión más sólida de la producción de alimentos, así como las industrias de salud y bienestar en general.

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## TENDENCIAS DE PREFERENCIAS DE CONSUMO DE FRUTAS



ARÁNDANO



CEREZA



KIWI

### PRODUCCIÓN

- En 2018 la producción fue de **184 mil toneladas**.
- La producción va desde marzo hasta mediados de agosto.
- **Bajos rendimientos:** de 3 a 4 ton/ha.
- Inversión extranjera ha profesionalizado la industria local.

- Se prevé una producción de **420 mil toneladas** para 2019/2020.
- La producción va de abril a marzo.
- Las **variedades** más cultivadas comercialmente son europeas, como **Brooks, Bing, Rainier, Van y Lapin**.

- En 2017 China fue el principal productor con **2.024 mil toneladas**.
- El **kiwi rojo** se cultiva principalmente en China.

### TENDENCIAS DE CONSUMO

- Consumo per cápita de **2,7 gramos por año**.
- Preferencia por mayor tamaño, buena apariencia, textura, vida útil y alto contenido de azúcar.
- Preferencia de **calidad por sobre precio**.
- La mayor preocupación por la alimentación saludable ha **aumentado la demanda por arándanos orgánicos**.

- Su **color simboliza la buena suerte** y lo positivo.
- Tiene el **valor simbólico** de la prosperidad, por lo que es común regalar cajas de grandes cerezas rojas en año nuevo chino.
- Existe **preferencia por la calidad**.
- Consumidor prefiere cajas de 2,5 kg que es mejor para transportarla y regalarla.

- El grupo de consumo más numeroso es el de 25 a 34 años.
- Consumidores de **Kiwi importado** se encuentran en las ciudades de **2,3 tier**.
- Es uno de los **productos con mayor aceptación** para su comercialización en el **canal eCommerce**.

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## TENDENCIAS DE PREFERENCIAS DE CONSUMO DE FRUTAS



MANZANA



NUEZ



PALTA

### PRODUCCIÓN

- China es el **principal productor de manzanas del mundo** con 41 millones de toneladas entre 2019/2020 un 24% más que en el periodo anterior.

- En 2018 la producción fue de **3.850 millones de toneladas**, siendo el principal productor mundial.
- Gobierno central y regional ha impulsado su desarrollo.

- En 2018 la producción fue de **128 mil toneladas**, siendo el 11º productor a nivel mundial.

### TENDENCIAS DE CONSUMO

- Mayor consumo per cápita en el mundo** con 30 kg anuales.
- 90% del consumo de frutas corresponde a manzanas.**
- Cuando el precio sube en **primavera aumenta a demanda** en sectores de altos ingresos, sobre todo en ciudades 2,3 tier.
- El enfoque de los consumidores está en la calidad, normas y marcas

- Se espera que las **ventas totalicen \$5.35 mil millones en China, un 14% de aumento** respecto a las cifras actuales.
- La mayor conciencia por productos saludables ha impulsado a la clase media como el principal grupo de consumidores.
- Formas de consumo: Con cáscara y sin cáscara, leche, aceite y en polvo.

- La **popularidad** de paltas listas aún **no es tan alta** sobre todo fuera de las ciudades fuera del 1 tier.
- En la plataforma de Alibaba, el 90% de las plantas que se vendieron el 2019 online eran mexicanas.
- En **2019 se autorizó el ingreso** de palta de **Nueva Zelanda y de Kenia.**

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## TENDENCIAS DE PREFERENCIAS DE CONSUMO DE FRUTAS



UVA



ALMENDRA



AVELLANA

### PRODUCCIÓN

- La producción alcanzó los **13,67 millones de toneladas** en 2018.
- Existe una gran variedad de uvas sin semillas obtenidas gracias al mejoramiento genético.

- La producción (sin cáscara) de **45 mil toneladas** para 2019/2020. La variedad de almendra local de Xinjiang (que representa el 95% de la producción nacional) se vende principalmente dentro de la provincia.

- China es el **6º productor mundial**.
- Se espera que pronto el país se vuelva autosuficiente del producto. En la temporada 29/20 (septiembre a agosto) se espera que llegue a 40 mil toneladas, un 40% más que el periodo anterior.

### TENDENCIAS DE CONSUMO

- Las uvas importadas se perciben como de mayor estatus y exclusividad, siendo esencial un gran calibre y que sea tratada con cuidado para envasarse.
- En el caso de las **Red Globe deben tener un color RGB2 parejo** y nunca mezclar diferentes colores.
- Chile había posicionado la Red Globe como un producto de lujo, pero con el tiempo se comoditizó.

- El **60% de los consumidores chinos son conscientes de los beneficios** de los frutos secos y su consumo va en aumento.
- A esto se suman otras estrategias para aumentar el consumo de frutos secos en general: reducir aditivos, introducción de pequeños paquetes que contienen la cantidad diaria recomendada, y el desarrollo de nuevas combinaciones.

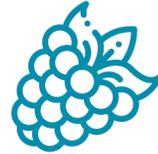
- Se consumen principalmente como snacks, así como ingredientes en la pastelería y panadería.
- Hay un **rápido crecimiento en las ciudades del 3-4 tier**.
- La avellana (y otros frutos secos) se consume en China como Fruto Seco, y en Polvo. Se observa creciente consumo además en productos elaborados, como helados y chocolates.

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## TENDENCIAS DE PREFERENCIAS DE CONSUMO DE FRUTAS



CASTAÑA



FRAMBUESA



CIRUELA



MANDARINA/CLEMENTINA

### PRODUCCIÓN

- Principal productor de **castañas** con 1.879 mil toneladas en 2018.
- Producción centralizada en las provincias de Hebei, Shandong y Hubei.

- La **demanda se abastece de producción local** proveniente de las provincias de Yunnan, Jiangsu, Qinghai y Jilin.

- Producción local de **6.788 mil toneladas en 2018**.
- Mayoría de consumo es importado. Ciruelas domésticas de Xinjiang han ganado mercado por índice Brix más alto y mayor “crocancia”.

- La **producción de cítricos en China alcanzó los 41,38 millones de toneladas** en 2019.
- Las plantaciones se concentran en la provincia de Guangxi.

### TENDENCIAS DE CONSUMO

- Consumido como snack procesado endulzado, envasado con y sin cáscara.
- Para agregar valor **algunos las venden al vacío** que generalmente son bocadillos pequeños y fáciles de llevar.
- Como ingrediente donde se usa fresco en la preparación de carne o vegetales.

- No son populares en China** principalmente por su precio en relación a otros berries.
- Al ser un producto fresco que sólo se puede conservar un par de días no hay gran disponibilidad de fruta de calidad.
- Prácticamente ya no hay importaciones.

- Consumo de ciruelas chilenas por producto en contraestación.
- Plataformas e-Commerce como Pagoda y Tmall las promocionan para el día de la madre.**
- Posicionamiento en mujeres jóvenes por sus efectos antienviejamiento y contenidos de vitamina A y fibra.

- Industria con poca identidad de marca lo que dificulta diferenciarse entre productores e importadores.
- En Asia en general **se espera un mayor consumo por el rol que tiene la vitamina C** en mejorar el sistema inmune.



# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

*Canales de distribución*

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN – EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS



### ARÁNDANO

- Los importadores entregan a distribuidores a lo largo de China, o bien directamente a retailers (online y offline).
- El canal eCommerce está cobrando cada vez más importancia, una tendencia potenciada por la emergencia sanitaria actual, pero que se espera continúe en el tiempo.
- En el caso de las frutas procesadas, la mayor zona de procesamiento es en la provincia de Guangdong y Shandong.

<p>fruta tamaño grande 125g x 4</p> <p>¥87.00 ≈ 12.26 USD</p> <p>【顺丰空运】新鲜水果蓝莓云南应季京东生鲜大果礼物非智利3700+条评价 代养官方旗舰店</p>	<p>12 cajas de 125g</p> <p>¥199.00 ≈ 28.2 USD</p> <p>【顺丰空运】Driscoll's 怡颗莓 当季云南蓝莓原箱12盒装 约125g/盒 新鲜18万+条评价 水果京东自营专区</p>	<p>4 cajas de 125g</p> <p>¥86.80 ≈ 12.24 USD</p> <p>【顺丰空运】品质云南Driscoll's的怡颗莓4盒*125g 蓝莓新鲜新鲜水果1.4万+条评价 品质生鲜旗舰店</p>	<p>4 cajas de 125g</p> <p>¥76.90 ≈ 10.85 USD</p> <p>【顺丰空运】Driscoll's 的怡颗莓 当季云南蓝莓4盒装 约125g/盒 新鲜18万+条评价 水果京东自营专区</p>	<p>2 cajas de 125g</p> <p>¥39.90 ≈ 5.64 USD</p> <p>【顺丰空运】Driscoll's 的怡颗莓 当季云南蓝莓2盒装 约125g/盒 新鲜18万+条评价 水果京东自营专区</p>
--	---	--	--	---

Retailer: JD.com | Origen: Provincia de Yunnan | Formato: Caja de 125 gr

<p>高品质空运包邮 智利进口蓝莓6盒</p> <p>¥168.00 ≈ 23.7 USD</p> <p>智利蓝莓6盒装大果新鲜蓝莓鲜果进口甜蓝莓宝宝辅食空运包邮</p>	<p>智利进口蓝莓 酸甜可口 坏果包赔</p> <p>¥79.80 ≈ 11.25 USD</p> <p>智利蓝莓鲜果125g*6盒装新鲜蓝莓应季水果750g [48小时内发货]</p>	<p>顺丰空运 新鲜直达 108</p> <p>¥150.00 ≈ 21.15 USD</p> <p>智利蓝莓大果鲜果500g进口秘鲁蓝莓孕妇宝宝辅食新鲜水果顺丰包邮</p>	<p>¥236.88 ≈ 33.4 USD</p> <p>智利进口蓝莓新鲜水果整箱12盒孕妇水果单盒125克 125g x 12 cajas</p>
---	---	---	--

Retailer: Taobao (Alibaba) | Origen: Chile

<p>¥59.90 ≈ 8.45 USD</p> <p>顺丰 秘鲁蓝莓鲜果新鲜蓝莓水果蓝莓4盒装 共500g</p>	<p>¥89.90 ≈ 12.7 USD</p> <p>【顺丰快速125g*2盒4盒装】秘鲁进口蓝莓鲜果大果时令水果</p>	<p>¥65.90 ≈ 9.3 USD</p> <p>【顺丰快速125g*2盒4盒装】秘鲁进口蓝莓鲜果大果时令水果</p>	<p>¥79.00 ≈ 11.14 USD</p> <p>【顺丰空运】农家新语 新鲜进口蓝莓4盒 约125g/盒 现摘水果 顺丰</p>	<p>¥39.90 ≈ 5.64 USD</p> <p>果之然 秘鲁蓝莓鲜果125g*6盒装新鲜水果宝宝辅食孕妇当季新鲜</p>
--	--	---	--	--

Retailer: JD.com | Origen: Perú

<p>进口蓝莓 ¥29.80 ≈ 4.23 USD</p> <p>现货新鲜智利进口蓝莓4盒护眼水果蓝莓鲜果蓝莓稀有时令当季</p>	<p>秘鲁蓝莓 共发四盒 买2盒送2盒 ¥59.80 ≈ 8.46 USD</p> <p>现货秘鲁蓝莓4盒蓝莓鲜果进口蓝莓宝宝辅食新鲜孕妇水果智利</p>	<p>秘鲁蓝莓 4盒 ¥45.8元 ¥58.80 ≈ 8.32 USD</p> <p>现货秘鲁蓝莓鲜果4盒进口蓝莓新鲜当季宝宝辅食孕妇水果智利</p>	<p>进口新鲜蓝莓 ¥56.00 ≈ 7.9 USD</p> <p>现货秘鲁蓝莓4盒蓝莓鲜果进口蓝莓宝宝辅食当季新鲜孕妇水果</p>
---	---	---	--

Retailer: Taobao (Alibaba) | Origen: Perú

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN – EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS



### CEREZA

- Los importadores, de Guangzhou y Shanghái, tienen vínculos con exportadores y distribuidores, lo cual les permite controlar e importar grandes cantidades.
- Al ser la cereza chilena un “bien de lujo” se encuentran principalmente en supermercados y las tiendas especializadas.
- El eCommerce es relevante en especial en días previos al año nuevo chino.



Cerezas de Liaoning 300g a  
48 RMB (US\$6.3) en  
Supermercado ALDI



¥ 138.00

55盛典

山东烟台大樱桃车厘子5斤10新鲜水果  
张格庄水果旗舰店

Cerezas de Shandong 1kg a 138 RMB (US\$19.5) en Tmall

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN – EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS



KIWI

- Los canales principales son distribuidores y el Commerce. Las compras online se concentran principalmente en las provincias costeras, lideradas por Guangdong, Beijing y Shanghai, seguidas de Jiangsu, Zhejiang.
- El desarrollo del eCommerce, cadena de frío avanzada y las costumbres de comprar online son los 3 factores que más influyen en las ventas en línea de kiwi.



Kiwi de Nueva Zelanda-8.9 yuanes (\$1.3) por unidad



Kiwi de Nueva Zelanda - 49.9 yuanes (\$7.2) por caja de 10 unidades



Kiwi Zespri de Nueva Zelanda- 168 yuanes (\$24) por caja de 8 unidades

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN – EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS



### MANZANA

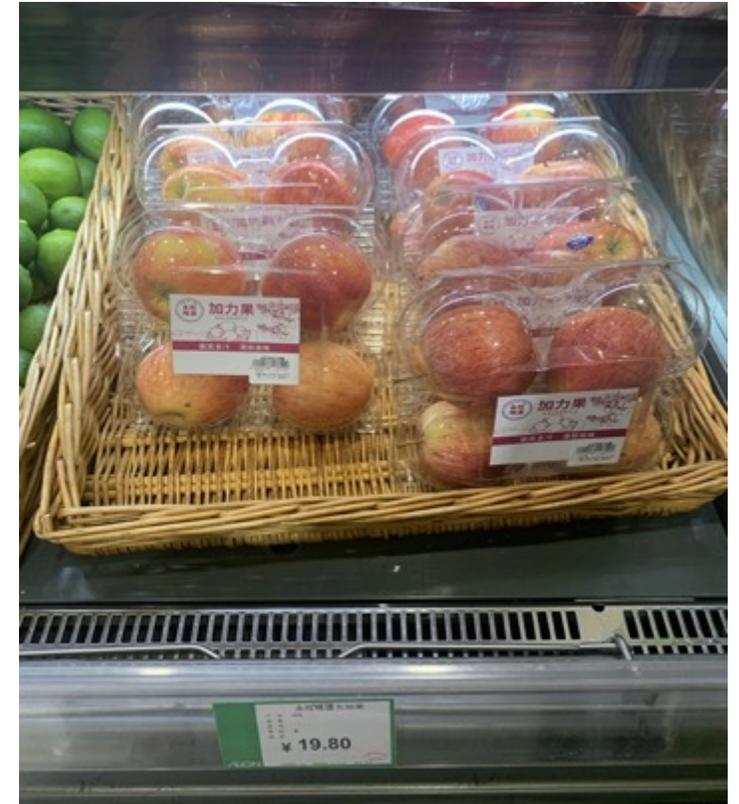
- China es uno de los principales productores de manzanas a nivel mundial.
- El consumo es tradicional, por lo que puede encontrarse en todos los canales de comercialización.
- En el caso de la manzana importada, puede encontrarse en bandejas de 4 y 6 unidades.



Manzana de Nueva Zelanda - 11.9  
yuanes(\$1.7)por 500g



Manzana de EEUU - 198 yuanes(\$28) por  
bandeja de 6 unidades



Manzana Gala de Francia - 19.8 yuanes  
(\$2.9) por bandeja de 4 unidades

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN – EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS



### NUEZ

- Mayormente los importadores compran la nuez con cáscara, la cual es partida en China, con un costo inferior al de Chile.
- Las marcas principales que venden este producto son: Qiaqia, Tres Artillas, Baicaowe, Liangpin Puzi, Wolong.
- En el 2018 los tres gigantes del eCommerce Tmall, Tabao y JD.com vendieron \$2.5 mil millones en la categoría de frutos secos, el 30% de todos los snacks vendidos online con un aumento de un 57%.
- Las mayores ventas de frutos secos ocurren entre noviembre a enero, cuando son regalados para el Año Nuevo Chino.



¥114.47

京东国际 BerginFruitandNut 核桃粒 312克 干果零食炒货纸皮核桃核桃仁 美国直

Origen: EE.UU.  
312 gr. (USD 16,4)



¥231.00

京东国际 Kirkland 柯克兰 可兰美国原装进口休闲零食 Costco采购 WALNUTS 原味

Origen: EE.UU.  
1360gr (USD 32,7)



¥65.80

京东国际 盛香珍 台湾地区特产进口零食 原味核桃仁140g/包 办公休闲炒货坚果 两

Origen: Taiwán  
140 gr (USD 9,4)



¥49.90

京东超市 舌里 新疆特产 薄皮核桃 3斤装 原味生核桃 非纸皮核桃 送夹子1500g/箱

Origen: Doméstico  
1500 gr (USD 7,10)

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN – EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS



### PALTA

- Cuando llega a China, se transporta al centro de maduración del importador.
- La palta sigue siendo nueva para la mayoría de la población, pero en ciudades como Shanghai es bastante común, si bien se considera “exótica”.
- A raíz de esto, las paltas se venden principalmente en los supermercados de alta-gama o boutique, donde los clientes son de alto poder adquisitivo y con un mayor acceso a la cultura extranjera.
- En las zonas de comunidades extranjeras, también hay un buen número de tiendas minoristas donde uno pueda elegir y comprar.

森林奶油  
现货!

顺丰包邮

首件减10元 24.8元起  
精选大果 超值8个装

55盛典价  
¥34.8起 55盛典券后 ¥24.8起  
5月5日 00:00 开卖

跨店每300减30 店铺券 满168减5

¥34.8起

天猫 甘福园 墨西哥进口牛油果8个装新鲜当季水果鳄梨整箱应季批发包邮

推荐 3433 帮帮选

Paltas de México 8 unidades, 34.8 RMB (US\$4.9) en Taobao

秘魯牛油果 6粒裝 (單果180g起)

软糯细腻 唇齿留香

¥49.9/箱 ¥59

秘魯牛油果 青果 1.08kg  
品种 成熟度 净含量

Paltas de Perú 6 unidades, 49.9 RMB (US\$7) en Hema

墨西哥牛油果(巨无霸)

巨型能量果 健身咖都爱吃

¥39.90

2个 19.95元/个

最快明天08:00-18:00送达 单个重210-270g

Paltas de México 2 unidades, 39.9 RMB (US\$5.6) en Fruitday

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN – EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS



### UVA

- A diferencia de otras frutas importadas, la uva de mesa se vende bastante en mercados pequeños (al sol como se dice, donde se aprecia mejor el color y calibre).
- La venta en supermercados y fruit stores y/o tiendas especializadas, son cada vez más populares, pues permite comprar fruta ya embalada en pequeños envases listos para regalar.
- Existe bastante del potencial de la zona centro de China (no las principales ciudades), pero particularmente para la uva, ha existido un crecimiento del consumo en ciudades de esa zona, donde distribuidores han tenido que rediseñar sus esquemas logísticos.



Uva sin semilla de Australia 650g a 26.9 RMB (US\$3.8) en ALDI



Uva 500g a 16.9 RMB (US\$2.3) de Chile en ALDI



¥41.80

云南夏黑葡萄5斤新鲜水果包邮当季整  
恬香果旗舰店

Uva de Yunnan 2kg a 41.8 RMB (US\$5.9) en Tmall



Ciruelas de Xinjiang, 2kg a 88 RMB (US\$ 12.4) en Taobao

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN – EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS



### ALMENDRA

- El país casi ha alcanzado la autosuficiencia en producción de nueces, macadamia y avellana. Sin embargo, en el futuro previsible, China seguirá dependiendo de las almendras y los pistachos importados.
- Los altos aranceles a las importaciones de EE.UU. son una preocupación entre los compradores chinos de frutos secos. Se observan dificultades en el mercado, y los compradores están en búsqueda de alternativas de proveedores de otros países para llenar los vacíos del mercado.
- La almendra se compra como producto terminado o bien en Bulk.



Precio: RMB 116 (USD 16.57)  
Peso: 1.36kg  
Origen: EE.UU.



Precio: RMB 29.6 (USD 4.23)  
Peso: 500 g  
Origen: Provincia de Hebei, China



Precio: RMB 29.8 (USD 4.26)  
Peso: 500 g  
País de origen: Provincia de Xinjiang de China



Precio: RMB 768 (USD 109.71)  
Peso: Caja de 190ml x 24  
País de Origen: Corea del Sur

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN – EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS



### AVELLANA

- La avellana se importa mayormente en bulk. Los importadores chinos venden el producto natural a las procesadoras, quienes la empaican en distintos tipos de formatos y las venden a los distribuidores o directamente al Retail.
- El mercado de los frutos secos en China se encuentra muy fragmentado, más del 83% del mercado corresponde a pequeñas marcas, mientras el restante 17% corresponde a 5 players principales: Qiaqia 6%, Tres Artillas 5%, Baicaowei 3%, Liangpin Puzi 2%, Laiyifen 1%, otros 83%.



Precio: RMB 62 (USD 8.86)  
Peso: 500g  
Origen: Turquía



Precio: RMB 122 (USD 17.43)  
Peso: 500g  
Origen: Australia



Precio: RMB 23.08 (USD 3.4)  
Peso: 500g  
Origen: China



Precio: RMB 41.90 (USD 6)  
Peso: 248g  
Origen: China

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN – EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS



- La castaña importada es pelada y procesada en plantas especializadas, luego vendida a los distribuidores o directamente a cadenas de supermercados o plataformas online.



¥22.90

京东超市 百草味 板栗仁80g/袋x3 坚果  
零食特产 栗子熟制甘栗仁即食干果 【满

Castaña sin cáscara 80g\*3, RMB  
22,90 (USD 3.2)



Castaña con cascara, orgánica,  
120gr, RMB 19.9 (USD 2.8)



领券满300减40 (4.8-4.9)

¥55.90

京东超市 聚怀斋 河北迁西新鲜板栗  
1.5kg 京东板栗 生板栗 油栗子 新鲜蔬菜

Castaña fresca, 1,5kg,  
RMB 55,90 (USD 8)



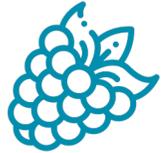
¥128.00

法式栗子蓉蛋糕950g瓶装生日淋面抹酱栗  
子泥蛋糕烘焙中国大陆AA 法式栗子蓉

Puré de Castañas: (Francia)  
950g, RMB 128 (USD 19)

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN – EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS



### FRAMBUESA

- Los canales tradicionales siguen siendo los más importantes. El canal eCommerce no es muy popular por la corta duración de la fruta.
- China no ha importado frambuesas frescas desde hace varios años, por lo que muchas veces llegan directo del productor al retail donde son más populares en supermercados (especialmente de índole internacional) y tiendas especializadas.



Frambuesas de Yunnan 125g a 20 Rmb (US\$2.8) en tienda especializada



Frambuesas de Kunming 125g a 15 Rmb (US\$2.1) en supermercado ALDI

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN – EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS



### CIRUELA

- La ciruela es una fruta bastante nueva en el mercado, por lo que el consumidor chino tiene aún poco conocimiento, esto hace que no se encuentre en todos los lugares.
- Tienen una mayor presencia en canales online, donde un consumidor más “sofisticado”, busca productos específicos, y muchas veces alternativos.



Ciruelas de Xinjiang, 2kg a 88 RMB (US\$ 12.4) en Taobao



Ciruelas de Sichuan 2kg a 39.9 RMB (US\$ 12.4) en Taobao

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN – EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS



### MANDARINA/ CLEMENTINA

- Como China es un país productor de mandarinas y clementinas a gran escala, estas frutas se pueden encontrar en todas las fruterías y supermercados.
- Sin embargo, como las importadas tienden a venderse a un precio más caro que las domésticas, es importante tener este tipo de frutas en los supermercados de alta-gama o de lifestyle.



Mandarinas de Israel  
2.3kg, 99 RMB (US\$14) en  
Fruitday



Mandarinas de España 400g  
a 17.9 RMB (US\$2.5) en  
Hema



Clementinas de Sichuan, 1kg  
a 27.8 RMB (US\$3.9) en  
Taobao



Clementinas de Taiwan, 2kg a  
49.9  
RMB (US\$7) en Fruitday

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

*Acceso al Mercado*

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## ACCESO AL MERCADO

### NORMATIVAS REGULATORIAS PARA INGRESAR A CHINA

Las normativas más importantes son las siguientes al momento de ingresar a China:

- Desde abril de 2018, de acuerdo con el plan de reforma institucional del Consejo de Estado, las tareas de inspección de entrada y salida y gestión de cuarentena y sus equipos de la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena (AQSIQ) se involucraron en la Administración General de Aduanas. El regulador del mercado alimentario en China hoy en día la Administración General de Aduanas, República Popular de China (en breve, aduana china).
- Todos los huertos y plantas de empaque tienen que estar registrados. En la página web oficial de la aduana china está publicada el listado.

 <http://www.customs.gov.cn//dzs/2747042/2851205/index.html>

### DOCUMENTOS NECESARIOS PARA INGRESAR

A continuación, se muestran algunos de los documentos que se necesitan para ingresar los productos al país:

- ✓ **Bill of lading**
- ✓ **Certificado fitosanitario**
- ✓ **Certificado de origen**
- ✓ **Factura**
- ✓ **Lista de empaque**
- ✓ **Contrato**

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## ACCESO AL MERCADO



ARÁNDANO



CEREZA



KIWI



MANZANA



NUEZ



PALTA



UVA

ESTADO DE  
NEGOCIACIÓN

**Negociado**

**Negociado**

**Negociado**

**Negociado**

**Negociado**

**Negociado**

**Negociado**

APERTURA  
SANITARIA

**SI**

**SI**

**SI**

**SI**

**SI**

**SI**

**SI**

REQUISITOS  
FITOSANITARIOS



El detalle de los requisitos de los productos puede encontrarse en el sitio del SAG:  
[https://www2.sag.gob.cl/reqmercado/consulta\\_agricola.asp](https://www2.sag.gob.cl/reqmercado/consulta_agricola.asp)

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## ACCESO AL MERCADO



ALMENDRA



AVELLANA



CASTAÑA



FRAMBUESA



CIRUELA



MANDARINA /  
CLEMENTINA

### ESTADO DE NEGOCIACIÓN

Negociación en proceso, constituye uno de los productos prioritarios a negociar por el SAG.

Sí, pero sólo para avellana sin cáscara.

**NO**

**NO**

**Negociado**

**Negociado**

### APERTURA SANITARIA

**NO**

Sí, pero sólo para avellana sin cáscara.

**NO**

**NO**

**SI**

**SI**

### REQUISITOS FITOSANITARIOS



El detalle de los requisitos de los productos puede encontrarse en el sitio del SAG:  
[https://www2.sag.gob.cl/reqmercado/consulta\\_agricola.asp](https://www2.sag.gob.cl/reqmercado/consulta_agricola.asp)

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

*Recomendaciones de la Oficinas  
Comerciales*

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## RECOMENDACIONES DE LAS OFICINAS COMERCIALES

### RECOMENDACIONES GENERALES

- La **calidad e imagen país son muy importantes**, es esencial relacionar el producto a su país de origen. A raíz de esto, **se recomienda hacer lanzamientos, campañas, degustaciones y promociones en los canales de venta.**
- **Asegurar** la calidad, apariencia y frescura del producto.
- **Analizar y mejorar** constantemente las ventajas competitivas de su oferta.
- **Desarrollar material informativo** dirigido a importadores, supermercados, industria alimenticia y consumidores, de manera de educarlos respecto a los atributos diferenciadores del producto.

Una vez pase la pandemia:

- **Visitar** al mercado mayorista de frutas en distintas ciudades para analizar situación actual de fruta local e importada.
- **Invitar** a los importadores de frutas frescas a Chile para visitar centros de producción y empaque para tener más confianza.
- **Asistir o participar** en ferias internacionales para conocer a los compradores.



# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## RECOMENDACIONES DE LA OFICINAS COMERCIALES



ARÁNDANO

- **Fortalecer la promoción en ciudades del interior**, destacando el origen, con el objeto de posicionar la marca país y lograr diferenciarlo de la competencia local.
- Se recomienda **robustecer** las gestiones de promoción en el **canal eCommerce**.



CEREZA

- Cada vez más mercados buscan competir respecto a precio y calidad.
- Es esencial no perder **el concepto de “bien de lujo”** de la cereza y “comoditarla”, o no solo bajarán los precios, si no también se perderá la cuota de mercado.



KIWI

- Mantenga la **buena calidad**.
- Promociones de **marketing**.
- Desarrollar **marcas de kiwi chileno**.
- Participar ferias en el mercado meta para tener presencia.



MANZANA

- Mantener las **promociones en ciudades de 1,2 tier**.
- Mantener una **buena calidad** de producto.
- **Participar** en ferias en el mercado meta para tener presencia.



NUEZ

- Se recomienda **más actividades promocionales** para promover el valor nutricional de las nueces chilenas y el **concepto de consumo saludable**.
- Exportadores pueden **enviar muestras a importadores** chinos para promover el conocimiento de las nueces chilenas.



PALTA

- Es esencial **diferenciarse de los competidores** (por ejemplo, tamaño, forma, zona de producción).
- Se recomienda **elaborar más material promocional o educativos** para importadores y consumidores chinos.



UVA

- La contraestación juega a favor ofreciendo oportunidades para Chile.
- Es importante destacar que China no tiene escasez, por lo que, si se desea llegar al mercado, hay que **competir con la calidad de la fruta**.

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## RECOMENDACIONES DE LA OFICINAS COMERCIALES



ALMENDRA

- Debido a las **implicancias de la guerra comercial** en la importación de almendra desde EE.UU. se han **abierto oportunidades** para nuevos proveedores.
- La Oficina Comercial espera que **se pueda concluir la negociación del protocolo sanitario** para aprovechar las oportunidades del mercado.



AVELLANA

- Se recomienda **fortalecer las actividades de promoción** en el mercado, la avellana chilena aún es un producto desconocido.
- Se debe **dar a conocer el producto, su origen y sus atributos** para poder dar a conocer este producto, y lograr aprovechar las crecientes oportunidades de mercado.



CASTAÑA

- Se **necesita negociar el protocolo** para su exportación.
- **Promover primero en ciudades grandes**, con el concepto de **consumo saludable u orgánico**.
- Se puede hacer **eventos de tasting o cooking show** para promover el producto o participar en ferias internacionales.



FRAMBUESA

- Es un poco **producto con poco interés** en el mercado chino en comparación con otras frutas.
- Chile **actualmente no puede ingresar al mercado**.



CIRUELA

- Se recomienda **participar en más festivales de promoción online y offline** para dar a conocer más al consumidor chino.



MANDARINA /  
CLEMENTINA

- Se recomienda agregar valor al **producto con objeto de diferenciarse** de la competencia.
- Se puede **trabajar también en los diseños de packaging**, como el caso de cerezas .

# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

## **Edición general**

Gabriel Parra

Analista del Subdepartamento de Inteligencia de Mercado de la Dirección de Desarrollo Estratégico.

## **Revisión de textos**

Marcela González

Jefa del Subdepartamento de Inteligencia de Mercado de la Dirección de Desarrollo Estratégico.

## **Entrega de información para la realización del estudio**

Departamento Económico Beijing

Departamento Económico en Shanghai

Representación Comercial en Guangzhou



# FRUTA FRESCA Y SECA EN CHINA

2020