

Taller cítricos

Información Oficom Beijing

22 Marzo 2021

3. ARANCELES MERCADOS COMPETENCIA

NARANJAS

080515- Citrus fruits fresh or dried:
Oranges

0%

Chile, Taiwan

2.4%

Australia

11%

Egipto, Sud Africa,
España, USA,
Maruecos, Israel,
Italia, Uruguay

MANDARINAS

080521- Citrus fruits fresh or dried:
Mandarines (incl. Tangerines and
satsumas), celementines, wilkings

0%

Chile, Peru

2.7%

Australia

12%

Sud Africa, Israel,
Egipto, Taiwan,
España, Argentina,
Uruguay, Maruecos

LIMONES

080550- Citrus fruits fresh or dried:
lemons (citrus limón, citrus
limonum) and limes (citrus
aurantifolia citrus latifolia)

0%

Chile, Taiwan,
Nueva Zelandia

2.4%

Australia

11%

Egipto, USA, Sud
Africa, España,
Israel, Argentina,
Tajikistan

POMELO

080540- Citrus fruits fresh or dried:
grapefruit, incl. pomelos

0%

Chile, Afganistan,
Tailandia, Peru

2.7%

Australia

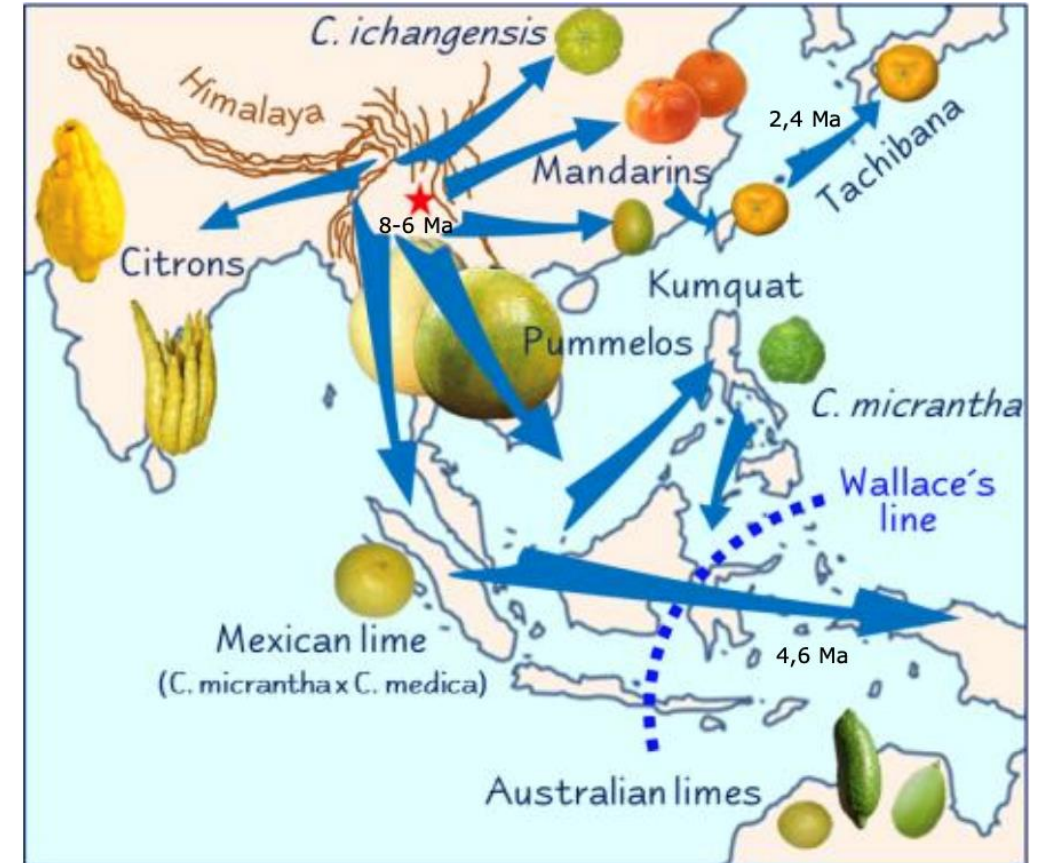
12%

Sud Africa, Taiwan,
Israel, Egipto,
España, USA

3. CONSUMO

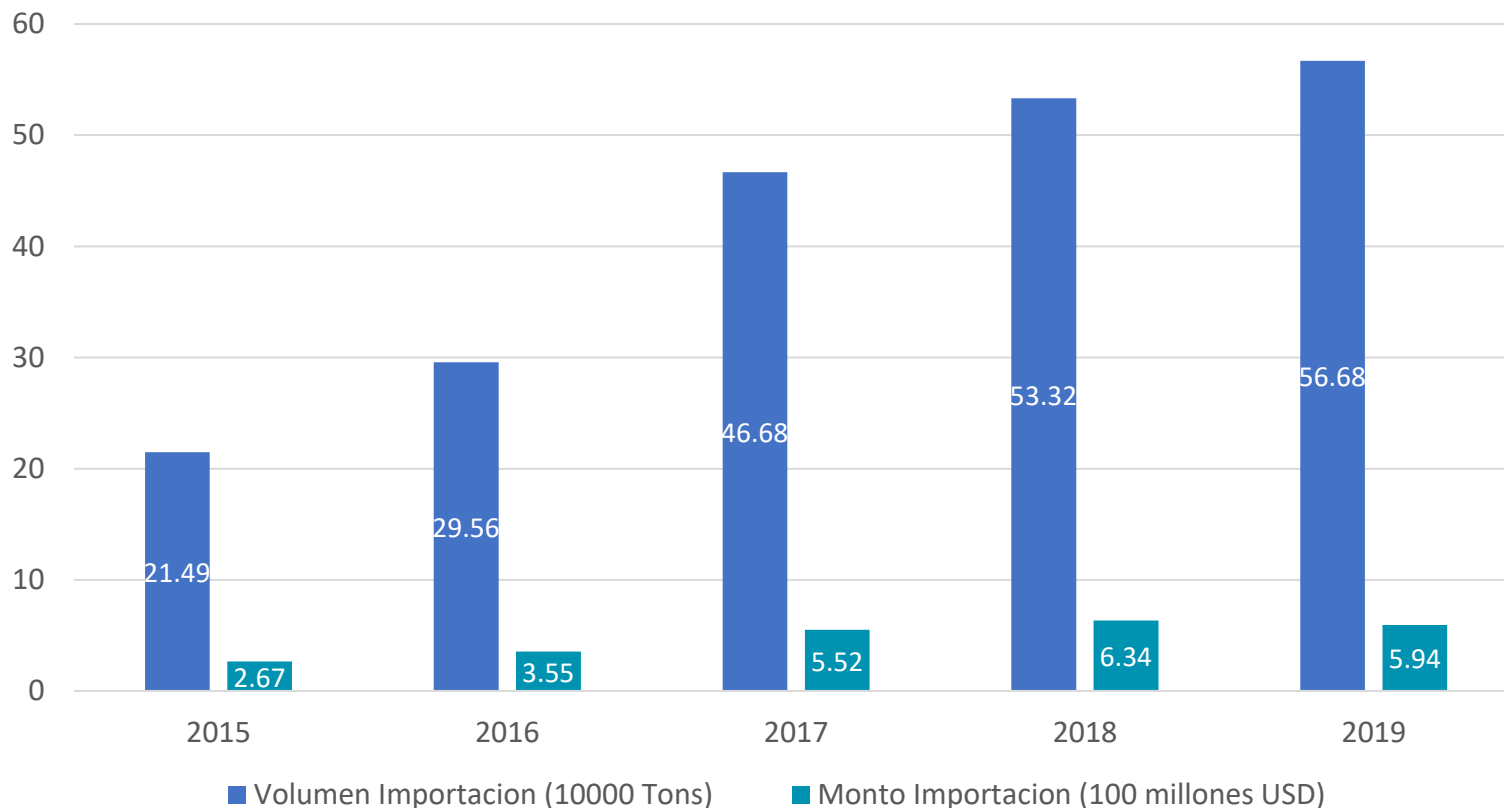
KEY POINTS

- ✓ China tiene una amplia variedad de cítricos, e historia de cultivo de estos por mas de 4000 años.
- ✓ De 2010 a 2019 demanda per cápita en crecimiento constante; desde 18.64kg/persona a 32.43kg/persona. **Crecimiento 77%**
- ✓ Preferencia del consumidor: Los cítricos se consumen **frescos**. Se prefieren fáciles de pelar, sin semillas, jugosos y de alto dulzor.
- ✓ **Sabor** es el principal factor considerado por el consumidor al repetir la compra



3. MERCADO INTERNO

Importación de Cítricos por China



166%

Crecimiento volumen importado 2015 a 2019

122%

Crecimiento monto importado 2015 a 2019

4. CERTIFICACIONES

SUSTENTABILIDAD

- ✓ CHINA es aun un mercado poco desarrollado en términos de reconocimiento de sustentabilidad de los productos importados.
- ✓ Existe cierto reconocimiento a calidad orgánica, pero no es generalizado. (Se da principalmente para las hortalizas locales)

RECOMENDACION

- ✓ REFORZAR mensaje de alta calidad del producto importado
- ✓ Promoción con enfoque a consumidor social en redes sociales, con uso de influencers locales (KOL) y consumidores (KOC)