

Perfil Producto Mercado:

Kiwi en China



I. Producto

El kiwi, llamado en principio "yang-tao" o "uva espina china" es originario de China, conocido desde tiempos inmemoriales por sus habitantes, donde crece en forma natural en los márgenes de los bosques del Valle del río Yangtze, en una geografía montañosa entre la latitud 25° y 30° Norte. Se expandió hacia Nueva Zelanda y posteriormente se extendió su cultivo a otras latitudes, llegando a países como España, Italia y Francia, principales países productores en Europa.

En relación a su evolución; al largo de los años, esta ha sido muy significativa, ya sea por sus variedades y por su cosecha. En un estudio sobre la guía de cultivo de kiwi, Coque, V (2011) manifiesta que el primer cultivo comercial del kiwi, que por aquel entonces todavía era conocido como grosella china, lo inició en 1934 el agricultor Jim Mac Louglin en Te Puke, en la Bahía de Plenty en Nueva Zelanda, también conocida como la bahía de la abundancia. Los primeros años la cosecha se destinó a los mercados locales, hasta que en 1952 Mac Louglin se decidió a comercializar los primeros frutos fuera de Nueva Zelanda, enviando 20 cajas por barco a Inglaterra. Los frutos se vendieron en el mercado de Covent Garden en Londres, donde gustaron tanto que, a partir de ese momento, ya no cesaron las exportaciones a Europa y al resto del mundo. A partir del año 1959 se le bautiza de forma definitiva con el nombre de "Kiwi", como actualmente se le conoce en todo el mundo. Este nombre proviene de una especie de pájaro, endémica de Nueva Zelanda, y que es todo un símbolo en este país.

Los kiwis crecen en forma de racimos, en unas plantas trepadoras, propias de climas templados, que recuerdan a las vides. Se trata de un fruto de forma ovalada con piel marrón cubierta de una fina pelusa que encierra en su interior una pulpa verde brillante y diminutas semillas negras comestibles. Estos frutos pesan, aproximadamente entre 50 y 90 gramos. Su aroma es suave y su sabor dulce y ligeramente ácido, lo que hace de él una fruta singular. Un aspecto clave para destacar es que existen más de 400 variedades de kiwi. Por parte de sus propiedades, se puede destacar que el kiwi es fruta con un alto contenido en agua y fibra, pero fundamentalmente destaca por su elevado contenido en vitamina C y E.

A continuación, se detalla la partida arancelaria específica bajo la cual se importa este producto en China, así como los impuestos adicionales que se pagan para poder ingresar a este mercado. Según el portal Market Access Map (2016) se especifica lo siguiente:

Cuadro N° 1
China: Partida Arancelaria del Kiwi

Partida China	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado a Perú	Arancel aplicado a Nueva Zelanda	Preferencias APTA	Preferencias ASEAN
0810500000	¹ Other fruit, fresh: Kiwifruit	20%	6%	0%	16.50%	0%

Fuente: Market Access Map / Acuerdos Comerciales del Perú
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

¹ Otras frutas frescas: Kiwi

II. Requisitos de ingreso**1. Regulaciones y normas de ingreso**

Las principales entidades y leyes (y sus normas) encargadas de regular el ingreso de alimentos frescos y procesados al mercado chino son las siguientes:

Cuadro N° 2
Ley y Reglamentos

Organismo o Institución que Normaliza	Título de Ley, Norma, Reglamento	Fecha de Publicación
Comité Permanente del Congreso Nacional	Ley de Seguridad Alimentaria de la República Popular China	Febrero 2009
Consejo de Estado de China	Norma de Desarrollo de la Ley de Seguridad Alimentaria	Julio 2009
MOH	Medidas Administrativas referentes a las Normas Nacionales de Seguridad Alimentaria	Octubre 2010

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Para mayor detalle consultar el documento: [Guía de Requisitos de Alimentos a China](#).

Cuadro N° 3
China: Entidades reguladoras del ingreso de alimentos frescos y procesados

Entidad	Funcion	Links
La Administración General de Calidad, Supervisión, Inspección y Cuarentena, AQSIQ	Actúa en el campo de la calidad, metrología, inspección de materias primas de entrada y salida, cuarentenas de salubridad	http://www.aqsiq.gov.cn/
Ministerio de Comercio, MOFCOM	Regula las operaciones de comercio exterior. Los importadores (y exportadores) deben registrarse en MOFCOM antes de registrar sus declaraciones de aduanas.	http://english.mofcom.gov.cn/
Administración de Normalización / Estandarización de China – SAC	Se encarga de implementar los proyectos de cooperación internacional y elabora gran cantidad de normas técnicas sobre productos agrícolas e industriales.	-
Administración Nacional de Certificación y Acreditación de China, CNCA	Fue fundada bajo AQSIQ como entidad independiente para promover la unificación de los dos regímenes de inspección existentes que diferenciaban a los productos domésticos de los importados	-



Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

2. Estándares y certificaciones

Para la exportación de la partida 0810.50.00.00 a China se debe tener en cuenta el Protocolo para la exportación de Kiwis, el SAC deberá llevar a cabo una inspección rigurosa y certificar que están libres de plagas cuarentenarias, que preocupan a la contraparte china. Después de la inspección en el mercado de origen, el SAC deberá emitir un certificado fitosanitario según los requisitos establecidos. Por otro lado, otro aspecto clave es considerar que con respecto al embalaje deberá tener una etiqueta con la información y las identificaciones en inglés del origen de los kiwis que indiquen: productor, central frutícola, exportador y región.

A continuación; se presentan algunas certificaciones importantes al momento de ingreso de Kiwi natural y procesados, los cuales, deben cumplir los estándares de calidad según la condición del producto.

Cuadro N° 4
Certificaciones

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	Food Safety System Certification 22000- FSSC 22000	La norma FSSC 22000 es aplicable a los sistemas de seguridad alimentaria de los productores de alimentos en procesos de productos vegetales y animales, productos perecederos de origen vegetal, productos con una vida útil larga y (otros)	www.fssc22000.com
	Safe Quality Food Program – SQF	Este programa ofrece una certificación independiente de que el sistema de gestión de la calidad y la seguridad de los alimentos de un proveedor cumple con una serie de reglamentos internacionales y nacionales sobre seguridad alimentaria.	-

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Por otro lado, según; la Ley de estándares orgánicos chino señala que los productos alimenticios no pueden ser llamados orgánicos en ningún idioma en el paquete, a menos que estén certificados para los estándares orgánicos chinos. Se estima que la certificación orgánica bajo los estándares chinos cuesta US3, 200.

Para el caso peruano; en el caso de exportación de productos de la agroexportación deberán tener la certificación fitosanitaria emitida por SENASA, y bajo los requisitos y estándares de calidad según temporada.

III. Estadísticas de competencia y del mercado

3.1. El mercado Chino de Kiwi

El kiwi se ha convertido en una oferta esencial de los productos frescos de los supermercados en todas partes, disfrutando prácticamente de disponibilidad durante todo el año. En tal sentido; China país más poblado del mundo, cuya proyección de habitantes según el FMI llegaría a 1,384.500 millones de habitantes en 2017 y uno de los principales socios comerciales del Perú, país originario del Kiwi, es un mercado interesante para analizar, cuya temporada de kiwis transcurre desde octubre hasta febrero.

En el mercado de frutas en China, según el portal de Euromonitor (2015), se menciona que mantuvieron su tendencia de crecimiento del volumen de ventas, llegando en el 2015 alcanzar 176 millones de toneladas, apoyado en la creciente conciencia de los consumidores sobre la nutrición de las frutas frescas. Por otro lado, también se espera que las frutas tengan un crecimiento promedio anual de 2% durante los próximos 4 años y de esta manera alcanzar 195 millones de toneladas en 2020.

En China las frutas tradicionales con una gran base de ventas como manzanas, peras, y naranjas vieron un crecimiento de volumen estable, lo que apoyó el crecimiento de volumen global constante. Frutas de nicho como cerezas, arándanos y limones experimentaron un crecimiento dinámico del volumen tanto de importaciones como de producción nacional debido a la creciente aceptación por parte de los consumidores locales, impulsando un crecimiento de 6,20% en 2015.

En relación a las ventas de Kiwi en el mercado chino se registraron en 899.9 miles de toneladas, en el 2015, teniendo un crecimiento positivo de 6,20% en relación al año anterior. El crecimiento promedio de venta de Kiwi en los últimos cinco años ha crecido en 7.0%.

Cuadro N° 5
Venta de Kiwi en China (miles de toneladas)

China/toneladas	2011	2012	2013	2014	2015	Var% 2015/2014	TCP 2011/2015
Kiwi	669.2	740.6	786.8	847.4	899.9	6,20	7,7%

Fuente: Euromonitor

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Los pronósticos de Kiwi para el 2017 están aproximados en 983.6 miles de toneladas, y se espera que esta tendencia de crecimiento continúe para los siguientes años, con una tasa de crecimiento promedio de 4.3%. En el año 2020 las ventas de Kiwi deberán llegar a 1.1 millones de toneladas aproximadamente.

Cuadro N° 6
Pronóstico de venta de Kiwi en China (miles de toneladas)

China/toneladas	2016	2017	2018	2019	2020	TCP 2016/2020
Kiwi	941.3	983.6	1 026.9	1 071.1	1 116.1	4,3%

Fuente: Euromonitor

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Referente a los factores de compra de Kiwi en el mercado chino, se puede mencionar que el principal punto es cumplir con los altos estándares de calidad y exigencias del mercado chino. Este es un mercado que exige fruta "estética" y de calidad cosmética específica - como por ejemplo color- y de calibres específicos, además de una alta calidad interna, como sabor, dulzor, entre otros. La logística también es clave para el sector, ya que, la fruta nacional debe viajar largos tramos y llegar en las condiciones que el cliente, y en especial el consumidor, en tal sentido los mercados asiáticos, como China, también son exigentes desde el punto de vista logístico, lo que exige un especial cuidado en la selección de variedades, manejo, cosecha y tecnologías de post cosecha que permitan llegar al mercado con la calidad y la condición necesarias.

Las principales tendencias de consumo en el mercado chino giran en torno a temas importantes como la inocuidad, compra fácil, aumento de tiendas occidentales y nuevos mercados. La preocupación por la inocuidad alimentaria de las frutas consumidas y su valor nutricional ha generado una búsqueda de canales de compra de fácil acceso, y por ello, la creciente importancia de la distribución y venta de frutas a través de canales de compras liderado por jóvenes y adultos.

3.2. Competencia Local

De acuerdo a los portales TradeMap e InfoTrade el Perú no exporta significativamente el Kiwi, pero una oportunidad que debe ser aprovechada para los exportadores de Kiwi, son los climas, áreas de cultivo y estacionalidades.

3.3. Competencia Internacional

Analizando el marco estadístico se puede mencionar que para el caso de los principales productores de Kiwi en el mundo tenemos a: China, Italia, Nueva Zelanda y Chile, mientras que los principales países exportadores al 2015 son Nueva Zelanda (USD 1 008 millones/ +21.2%) Italia (USD 472 millones/-19.9%) Bélgica (USD 248 millones/-6.4%) y Chile (USD 232 millones/+28.2%). El mayor crecimiento en los últimos cinco años ha sido positivo para el caso de Chile llegando a +7.5% de crecimiento quien, asimismo, es un

mercado muy dinámico en 2015, país que ha tratado de diversificar sus variedades de Kiwi en los mercados internacionales.

Cuadro N° 7
Exportaciones Kiwi en el mundo

Principales países de exportadores de Kiwi en el mundo							
País	(Millones US\$)					Var% 15/14	TCP %
	2011	2012	2013	2014	2015		
Nueva Zelanda	824	845	660	832	1008	21.2	5.2
Italia	480	420	512	589	472	-19.9	-0.4
Bélgica	256	241	220	265	248	-6.4	-0.8
Chile	174	205	245	181	232	28.2	7.5
Grecia	70	104	104	110	85	-22.7	5.0
Otros	316	280	328	330	263	-20.3	-4.5
Total	2120	2095	2069	2307	2308	0.04	270.3

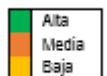
Fuente: TradeMap

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

En relación a la estacionalidad de Kiwi; los principales países exportadores como Chile y Nueva Zelanda exportan de abril a setiembre e Italia lo hace de octubre a abril.

Cuadro Nro.8
Estacionalidad del Kiwi por país exportador

País	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Chile				Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta			
Italia							Alta	Alta				
Nueva Zelanda												
China												



Fuente: TRADEMAP

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

Por otro lado, en el 2015 los principales países importadores en el mundo son: China (US\$ 267 millones/ +36.9) siendo una de los mercados que más crece y una de los más dinámicos y quien lidera las importaciones de kiwi, seguido por los mercados de Japón (US\$ 225 millones/ +7.1%), Alemania (US\$ 194 millones/ -7.2%), Bélgica (US\$ 188 millones/ -7.8%) y España. Cabe destacar que las variedades más comercializadas en el mundo hoy en día, son la Hayward, Summer, Jintao y la más reciente Hort 16A (más conocida como Zespri Gold²).

² Zespri es la gran cooperativa neo zelandesa que comercializa la totalidad de los kiwis exportados por su país. Zespri invierte fuertemente en campañas para posicionar la marca y enfatiza en los beneficios nutricionales del kiwi (bajo en calorías, mucha fibra, alto en vitaminas C y E y ácido fólico). La estrategia de promoción incluye juegos online y aplicaciones para dispositivos móviles, avisos en televisión, revistas y carteles promocionales.

Cuadro N° 9
Importaciones Kiwi en el mundo

Principales países importadores de Kiwi							
País	(Millones US\$)					Var% 15/14	TCP %
	2011	2012	2013	2014	2015		
China	82	139	122	195	267	36.9	34.3
Japón	264	274	210	210	225	7.1	-3.9
Alemania	205	168	185	209	194	-7.2	-1.4
Belgica	172	154	169	204	188	-7.8	2.2
España	164	146	173	192	173	-9.9	1.3
Otros	843	947	1 331	1 157	1 322	14.3	11.9
Total	1 730	1 828	2 190	2 167	2 369	9.3	8.2

Fuente: TradeMap
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

China tiene como principales países proveedores a: Nueva Zelanda (US\$ 212 millones/ +53.6%); una de sus principales proveedores y uno de los mercados más dinámicos, asimismo este comportamiento se ha mantenido en los últimos 5 años con un crecimiento de 3.5%. Posteriormente le siguen mercados como Italia (US\$ 25 millones/ -10.7%), Chile (US\$ 22 millones/ +37.5%), Grecia (US\$ 4 millones/ +100%) y Francia (US\$ 3 millones/ -70%).

Cuadro N° 10
China- Importaciones Mundiales de Kiwi

China: Principales países proveedores							
País	(Millones US\$)					Var% 15/14	TCP %
	2011	2012	2013	2014	2015		
Nueva Zelanda	60	113	79	138	212	53.6	3.5
Italia	4	4	9	28	25	-10.7	58.1
Chile	14	18	22	16	22	37.5	12.0
Grecia	-	1	2	2	4	100.0	-
Francia	3	3	9	10	3	-70.0	0.0

Fuente: TradeMap.
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

En relación a los tipos de Kiwi que existen en el mundo, tenemos el caso de Nueva Zelanda; el cual viene produciendo desde 1992 el kiwi dorado, el cual nace mediante el cruce de semillas de una planta China de excelentes frutas de carne amarilla con otras de kiwi macho, que producía frutos de gran tamaño y muy buen sabor. El resultado de este cruce fue una fruta de carne dorada, conocida comercialmente en la actualidad como ZESPRI Gold Kiwi que principalmente se distribuye en el mercado chino. Asimismo, cabe destacar que el kiwi dorado es una fruta que aporta pocas calorías; en torno a 80 calorías por cada 100 gramos. Su componente mayoritario es el agua, seguido por los hidratos de carbono; 18 gramos por cada 100 gramos de pulpa. Su contenido de grasas y proteínas es, al igual que el resto de frutas, muy bajo. En concreto aporta 0,5 gramos y 2 gramos de grasas y proteínas respectivamente.

Nueva Zelanda es el primer proveedor de Kiwi en China, tiene como principales exportaciones de Kiwi al mercado de Japón, el cual ha tenido un crecimiento de 4% en el 2015 con respecto al 2014 y una TCP de -3.3%, asimismo luego le sigue el mercado chino, el mercado de Europa y otros (+6.9), Taipéi Chino (+55.4), España (+18.3), y el resto del mundo (+17.6). Finalmente se puede concluir que las exportaciones a China fueron las de mayor crecimiento en los últimos 4 años. ([Ver anexos: cuadro 18](#))





Italia exporta la mayor parte de su producción a los mercados extranjeros, sobre todo a los países de la Unión Europea, que siguen importando casi el 80% del kiwi Hayward italiano. La principal región de producción es Lazio, con casi 8.000 hectáreas (30% de la superficie nacional), seguido de Piamonte, con más de 5.000 hectáreas (20% de la superficie nacional), Emilia-Romaña con 16% y el Veneto con un 15%. Por tanto, no es de extrañar que las tierras italianas brinden kiwis de gran calidad y un sabor excelente.

Italia es el segundo proveedor de Kiwi en China, tiene como principales exportaciones de Kiwi al mercado de Alemania (US\$ 82 millones/ -0.2%), y otros mercados como España (US\$ 67 millones/ -0.2%), Francia (US\$ 34 millones/ -0.1%), Estados Unidos (US\$ 34 millones/ -0.2%) y Holanda (US\$ 24 millones/ -0.2%). ([Ver anexos: cuadro 19](#))

Por el caso chileno el Kiwi verde ha sido un tipo comercializado a países como Estados Unidos y Holanda, asimismo, un factor muy importante es que tiene unas propiedades nutricionales excepcionales, con contenidos en minerales y vitaminas muy altos, siendo una de las frutas con mayor contenido en vitamina C. Por otro lado, últimamente el Baby Kiwi: la variedad verde más pequeña y dulce producida en Chile viene marcando tendencia en los mercados internacionales. En base a ello según Andrés Vergara (Ingeniero Agrónomo de Core-Export), menciona que entre sus principales atributos está su tamaño ya que es un fruto pequeño, sin pelos en su piel (no hay que pelarlo), fácil de comer, ideal para el consumo de los niños o como snack saludable. Se embala en potes chicos y es fácil de transportar.

Chile, el tercer proveedor de Kiwi en China, tiene como principales exportaciones al mercado norteamericano, el cual ha tenido un crecimiento de 8.8% en el 2015 con respecto al 2014, asimismo una TCP de 13.9%, no obstante, es importante destacar las exportaciones al mercado de China, el cual ha tenido un crecimiento de 21.4% en el 2015 con respecto al 2014 y una TCP de 70.7%. En líneas generales, en los últimos años China ha sido uno de los destinos más dinámicos dentro de las exportaciones chilenas de Kiwi. ([Ver anexos: cuadro 20](#))

Cuadro N° 11
Variedades de Kiwi en Chile, Nueva Zelanda e Italia

Tipo	Variedad	Producción	País de distribución
 Kiwi Verde	Hayward Hayward', CLON 8 Top Sta Summer Kiwi Bruno	Chile	EE.UU (30%) Holanda (15%)
 Kiwi Amarillo	Hort 16A Zespri® Gold Jintao Jing Gold A 19 Enza Gold JB Gold Kiwi Kiss Sungold	Nueva Zelanda	Europa (25%) China (20%) Japón (15%)
 Baby Kiwi	Mender Larger Issa	Chile Nueva Zelanda	Europa (60%): Holanda, Alemania, Italia y Francia. EE.UU (40%)
 Kiwi Hayward italiano	Zespri	Italia	Europa (60%)

Fuente: <http://bit.ly/2kuMSPX>

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

IV. Transporte y logística

4.1. Medios de transporte

Cuadro N° 12
Tiempo de transporte

Ruta	Puerto de origen	Puerto de destino	Días de tránsito	Frecuencia de salida
De Perú a China	Callao	Shanghái (China)	36	SEMANAL
De Nueva Zelanda a China	Wellington (Nueva Zelandia)	China, Tianjin,	11	SEMANAL
De Chile a China	Chile - Lirquen	Xingang - China	33	SEMANAL

Fuente: Rutas Marítimas, Searates www.searates.com

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

4.2. Fletes

Cuadro N° 13
Costo del Flete Promedio de Perú a China

Agente de Carga	Medio de Transporte	Unidad	Flete por Contenedor
EVERGREEN	Marítimo	Contenedor de 20'	US\$ 1 500
EVERGREEN	Marítimo	Contenedor de 40'	US\$ 1 870
EVERGREEN/ MSC	Marítimo	Contenedor de 40' Refrigerado	US\$ 4 950

Fuente: [Rutas Marítimas](#)

Elaboración: Inteligencia de Mercados- PROMPERU

Cuadro N° 14
Costo del Flete Promedio Nueva Zelanda a China

Agente de Carga	Medio de Transporte	Unidad	Flete por Contenedor
-	Marítimo	FCL 20' ST - 1mt	US\$ 2 504

Fuente: Searates www.searates.com

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Cuadro N° 15
Costo del Flete Promedio Chile a China

Agente de Carga	Medio de Transporte	Unidad	Flete por Contenedor
-	Marítimo	FCL 20' ST - 1mt FCL 40' ST	US\$ 2 818 US\$ 3 015

Fuente: Searates www.searates.com

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

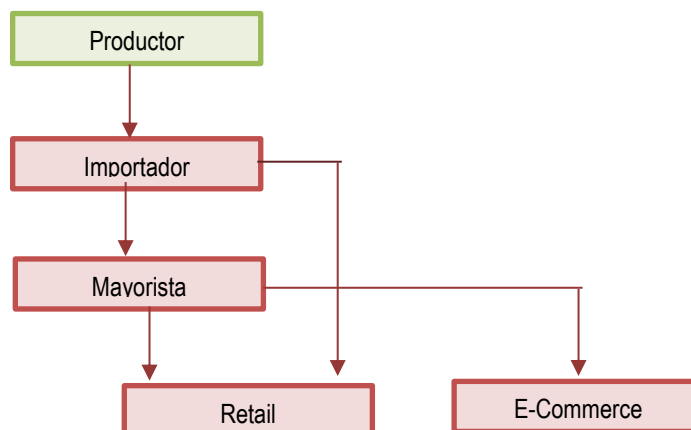
V. Canales de distribución

Para el caso de China; según el estudio de ProChile³ se manifiesta que los principales actores de cada canal de distribución son:

1. Importador: existen alrededor de 296 empresas importadoras de productos agrícolas; 3 para frutas y berries, 6 para frutos secos, 161 para productos agrícolas, y por último, 126 para comidas y brebajes.
2. Distribuidor mayorista: el principal mercado mayorista en la ciudad de Beijing para la fruta es Xinfadi Market. En Shanghái son LongWu Market y Huizhan Market; y en Guangzhou el Jiangnan Market.
3. Retail minorista: existen alrededor de la ciudad, ferias exclusivas que venden distintas variedades de frutos entre los cuales se encuentra el Kiwi. Aunque los principales minoristas son los supermercados: BHG, Jenny Lou's, April Gourmet, Jingkelong, Carrefour, Wal-Mart, City Shop, Ito Yokado y Metro.
4. E-commerce: es posible encontrar venta de frutas en www.taobao.com.

³ Para mayores detalles consultar Informe de Kiwi. ProChile en : <https://goo.gl/L0wxVF>

Gráfico Nro. 1: Canales de Distribución y Comercialización de Kiwi en China



Fuente: Prochile
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Un aspecto resaltante de mencionar es que los mercados abiertos, y los comerciantes de frutas tradicionales fueron los dos principales canales minoristas para la venta de frutas en el período de 2016. Localizado cerca de áreas residenciales y ofreciendo una variedad de frutas con precios más bajos, los mercados abiertos y los almaceneros tradicionales de la fruta eran populares entre los consumidores de masa en China. Sin embargo, la venta al por menor del Internet, representada por Yhd.com, Tiantian Guoyuan, y Yiguo.com que proporcionan principalmente las frutas importadas, atestiguó un crecimiento de +3.5%, la cual fue rápidamente aceptada por los consumidores locales, especialmente los consumidores jóvenes. La amplia gama de frutas importadas, la promoción fuerte, y los sistemas de entrega a domicilio convenientes ofrecidos por los minoristas de Internet impulsó el crecimiento dinámico de la venta al por menor de Internet en 2016.

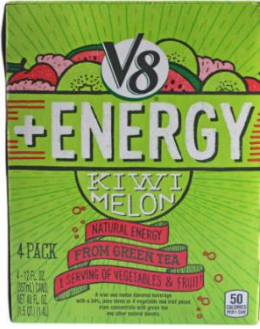
VI. Precios

Cuadro N° 16
Precio Minorista 2017

Marca	Mercancía	Precio			Fecha de actualización
		Wellcome	Pokka	Market Place	
Zespri Gold	Golden Kiwifruit (58+) (each) (956730)	\$ 4.90	-	\$ 5.50	2017-01-31
Zespri Gold	Kim Kiwifruit (each) (74457)	-	\$ 5.50	-	2017-01-31
Zespri Green	Green Kiwifruit (Kiwi Fruit) (922286)	\$ 2.60	-	-	2017-01-31
Zespri Green	Green Kiwifruit (New Zealand) (Each) (33082)	-	\$ 3.40	-	2017-01-31

Fuente: <http://bit.ly/2loHkw2>
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU


VII. Presentaciones con valor agregado de Kiwi

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Jugo energizante de Kiwi y Melón
	Presentación del producto	Caja 12 fl. oz.
	Marca	V8 Energy
	Precio	US\$ 5.99
	País de fabricación	USA
	País de distribución	China, México
	Fecha de lanzamiento	23 de Noviembre del 2016

Fuente: [Product Launch](#)

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Mermelada de Kiwi
	Presentación del producto	Vidrio 360 gr.
	Marca	Dabur
	Precio	US\$ 5.00
	País de fabricación	India
	País de distribución	China
	Fecha de lanzamiento	10 de Agosto del 2016

Fuente: [Product Launch](#)

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Yogur de Kiwi
	Presentación del producto	Plástico 125gr
	Marca	Rusuanjun Guodong
	Precio	US\$ 4.80
	País de fabricación	China
	País de distribución	China
	Fecha de lanzamiento	19 de Julio del 2016

Fuente: [Product Launch](#)

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Jugo de Kiwi y melón
	Presentación del producto	Plástico 120 gr
	Marca	Qiaqia Food
	Precio	US\$ 3.20
	País de fabricación	China
	País de distribución	China
	Fecha de lanzamiento	17 de Junio del 2016

Fuente: [Product Launch](#)

VIII. Potencial del producto peruano

Actualmente el Perú no está exportando Kiwi a los diferentes mercados mundiales, pero una oportunidad que puede ser aprovechada son las condiciones geográficas las cuales permitirían que el Perú exporte Kiwi. Algunos criterios de interés de la competencia internacional, se pueden apreciar en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 17

La competencia internacional en el cultivo de Kiwi en el mundo

Ranking	País	Elemento	Unidad	Año 2012	Año 2013	Año 2014
1	China	Área cosechada	Ha	110,000	140,000	145,000
		Producción	tonnes	1,452,767	1,765,847	1,840,000
		Rendimiento	Hg/ha	132,070	126,132	126,897
2	Italia	Área cosechada	Ha	24,327	25,728	24,828
		Producción	tonnes	384,844	453,737	506,958
		Rendimiento	Hg/ha	158,196	176,359	204,188
3	Nueva Zelanda	Área cosechada	Ha	12,757	12,564	12,081
		Producción	tonnes	376,400	402,932	410,746
		Rendimiento	Hg/ha	295,054	320,704	339,994
4	Chile	Área cosechada	Ha	11,916	11,086	10,632
		Producción	tonnes	286,082	271,765	266,017
		Rendimiento	Hg/ha	240,082	245,143	250,204

Fuente: FAO

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

En tal sentido con lo mencionado por Carlos Cruzat (2015), presidente del comité del kiwi de Chile, se puede destacar que si el kiwi se produce y exporta con éxito en países del hemisferio sur como Nueva Zelanda y Chile -al igual que la experiencia del arándano- debería ser perfectamente posible producir kiwi en Perú; con las ventajas que tenemos aquí en términos de bajas precipitaciones, agua disponible, mano de obra más competitiva y muy probablemente: la factibilidad para obtener cosechas de octubre a marzo que es donde hay menos abastecimiento combinado de los principales países exportadores.

X. Información de interés**1. Ferias del sector alimentos**

Nombre de la Feria	Web Site	Duración	N° Expositores	N° Visitantes
SIAL China 2017	http://www.sialchina.com/	17-19 de Mayo, 2017	350	80 000
FIC - Food Ingredients China	http://10times.com/food-ingredients-china	24-27 de Marzo, 2017	100	44 000
BIOFACH CHINA	http://www.biofachchina.com/en/	25-27 de Mayo, 2017	100	50 000

2. Oficinas comerciales en China

Oficina Comercial de Perú en Beijing	Sra. Diana Elizabeth Pita Rodríguez
Dirección	Unit B2, 10th Floor, A Tower, Gateway Plaza, No.18, Xiaguangli, East Third Ring North Road, Chaoyang District, Beijing , China
E-Mail	dpita@mincetur.gob.pe

Oficina Comercial de Perú en Shanghái	Sr. Vladimir Kocerha
Dirección	Office 2703, Kerry Centre, 1515 Nanjing West Rd., Shanghai, Peoples Republic of China, 200040
E-Mail	vkocerha@mincetur.gob.pe

3. Links de interés

- Aduanas de China: <http://english.customs.gov.cn/publish/portal191/>
- Guía de negocios de China: <http://www.business-china.com/>
- Ministerio de Comercio Exterior China: <http://spanish.mofcom.gov.cn/>
- National Bureau of Statistics of China: <http://www.stats.gov.cn/english/>
- The State Council the People´s Republic of China: <http://english.gov.cn/>
- China Org: <http://spanish.china.org.cn/>
- Guía de requisitos al mercado Chino:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/985662904rad923CA.pdf>
- Guía de mercado multisectorial:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/394385814rad68D58.pdf>

XI. Anexos

Cuadro N° 18
Nueva Zelanda: Exportaciones de Kiwi al mundo

Nueva Zelanda: Principales países de exportación de Kiwi							
País	(Millones US\$)					Var% 15/14	TCP %
	2011	2012	2013	2014	2015		
Japón	238	257	184	200	208	4.0	-3.3
China	71	94	68	128	201	57.0	29.7
Europa Otros	181	158	147	174	186	6.9	0.70
Taipei Chino	58	76	47	65	101	55.4	14.9
España	65	56	58	60	71	18.3	2.2
Resto	211	204	156	205	241	17.6	3.4
Total	824	845	660	832	1008	21.2	5.2

Fuente: TradeMap.

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Cuadro N° 19
Italia: Exportaciones de Kiwi al mundo

Italia: Principales países de exportación de Kiwi							
País	(Millones US\$)					Var% 15/14	TCP %
	2011	2012	2013	2014	2015		
Alemania	92	82	92	98	82	-0.2	-0.02836
España	64	56	74	81	67	-0.2	0.011518
Francia	30	27	33	39	34	-0.1	0.03
EE.UU	20	24	30	41	34	-0.2	0.14
Holanda	19	20	27	30	24	-0.2	0.06
Otros	254	211	256	300	231	-0.2	-0.02
Total	479	420	512	589	472	-0.2	0.0

Fuente: TradeMap.

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Cuadro N° 20
Chile: Exportaciones de Kiwi al mundo

Chile: Principales países de exportación de Kiwi							
País	(Millones US\$)					Var% 15/14	TCP %
	2011	2012	2013	2014	2015		
EE.UU	22	29	35	34	37	8.8	13.9
Holanda	18	22	31	19	23	21.1	6.3
Rusia	17	16	22	18	19	5.6	2.80
Italia	20	19	24	13	18	38.5	-2.6
China	2	9	14	14	17	21.4	70.7
Otros	95	110	119	83	118	40.9	5.4
Total	174	205	245	181	232	27.6	7.4

Fuente: TradeMap.

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ