

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Perfil Producto - Mercado

Mandarinas frescas en China



I. PRODUCTO

A continuación se detalla las partidas arancelarias bajo la cual se importa este producto en China, así como los impuestos adicionales que se pagan para poder ingresar a este mercado:

Cuadro N° 1
China: Partida Arancelaria de las Mandarinas

Partida China	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado a Perú ¹	Otros países	Otros impuestos
0805.20.90.00	Mandarinas, clementinas, wilkings y similares, frescas o secas	12%	1,5%	12%	IVA: 13%

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

II. REQUISITOS DE INGRESO

1. REGULACIONES Y NORMAS DE INGRESO

En líneas generales, los requisitos fitosanitarios que deben cumplir los cítricos peruanos para ingresar a territorio de la República Popular China son los siguientes:

- ✓ Certificación sanitaria del lugar de producción
- ✓ Certificación de plantas de empaque
- ✓ Certificación de inicio del tratamiento cuarentenario en frío
- ✓ Etiquetado de envases. La caja debe ser limpia y sin uso, marcada obligatoriamente en inglés de la siguiente manera:

Production place (department):
Orchard name or register number:
Packinghouse name or register number:

EXPORTED FROM PERU TO R.P. CHINA

- ✓ Certificado fitosanitario, el cual debe constar con la siguiente declaración: “*The consignment is in compliance with requirements described in the Protocol of phytosanitary requirements for the export of citrus from Perú to China and is free from quarantine pests of concern to China*”. Asimismo, se debe consignar la temperatura, duración del tratamiento de frío, número de contenedor y número de precinto.

Cuadro N° 2

Organismo o Institución que Normaliza	Título de Ley, Reglamento, Procedimiento	Fecha de Publicación	Link para ubicar publicación
Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de la República Popular China - AQSIC	Protocolo de Requisitos Fitosanitarios para la Exportación de Cítricos de Perú a China Entre AQSIC y el Ministerio de Agricultura del Perú	19 de diciembre de 2008	Protocolo de Requisitos Fitosanitarios para Cítricos a China

Fuente: SENASA Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

2. ESTÁNDARES Y CERTIFICACIONES

De acuerdo al Certification and Accreditation Administration – CNCA, organización perteneciente al AQSIC, los productos orgánicos importados podrán comercializarse como tal en China únicamente cuando cuenten con una certificación orgánica válida emitida por una acreditadora autorizada del país. Si el solicitante se encuentra en el exterior deberá pagar los costos de traslados del inspector chino al país productor, así como pagar una “cuota de

¹ Arancel aplicado a Perú en el marco del Acuerdo de Libre Comercio vigente con China, actualizado al año 2016

certificación” que usualmente no excede los US\$ 3 000. Asimismo, existen otras certificaciones de valor agregado, las cuales se presentan a continuación:

Cuadro Nº 3

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	Orgánico	Garantiza las condiciones para la comercialización de productos bajo la determinación de orgánicos o equivalentes en China	CNCA - Página web en chino
	GAP Certification of China	Certifica la aplicación de un conjunto de normas voluntarias en la producción agrícola primaria, las cuales tienen como fin mejorar la seguridad alimentaria, protección del medio ambiente y el bienestar animal.	CNCA - Página web en chino
	Green Food	Acredita la producción de alimentos acorde a elevados estándares técnicos y de cuidado del medio ambiente.	Green Food

Fuente: Stardars Map Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

III. ESTADÍSTICAS Y ANÁLISIS DE COMPETENCIA Y DEL MERCADO

3.1. El Mercado chino de mandarinas / tangerinas

China cuenta con el mercado de naranjas, mandarinas y tangerinas más grande del mundo con ventas en volumen iguales a 22,6 millones de toneladas en 2015, equivalentes al 35% de la demanda global. De hecho, el consumo de estas frutas ha sido tradicionalmente fuerte debido a su alta disponibilidad, si se tiene en cuenta que China es también el principal productor de estas frutas, y a su posicionamiento asociado a la salud y el bienestar. Asimismo, las perspectivas son positivas por lo cual se espera un crecimiento medio anual en sus ventas de 2,4% para el periodo 2015 – 2019².

En el caso específico de las mandarinas / tangerinas se proyecta una producción nacional de 20 millones de toneladas para la temporada 2015 – 2016, comprendida entre los meses de octubre y setiembre, lo cual significará un incremento de 3% en relación a la producción de la campaña anterior, en la cual se totalizaron 19,4 millones de toneladas. Si bien, predomina la fruta de origen local en esta categoría, en los últimos años las mandarinas / tangerinas importadas han comenzado a ganar terreno debido a sus precios competitivos y a la mayor demanda durante la temporada baja.

Por otro lado, es importante mencionar que el 92% de la demanda de mandarinas / tangerinas frescas en China tiene como destino el consumo doméstico. En tanto, solo 5% es destinado para la fabricación industrial, básicamente, de conservas y jugos, donde China también lidera a nivel mundial; sin embargo, en los últimos años se está presentando problemas en la logística de entrada debido a la inconsistente calidad de la materia prima y a la inestabilidad de los precios³.

Finalmente, debido a sus características históricas, existen importantes diferencias en la demanda de consumo dependiendo de la región objetivo. Mientras en las ciudades del norte los consumidores suelen centrarse más en el

² Cfr. Euromonitor International: Fruits in China - 2016

³ Cfr. Firmenich China: China Citrus Industry – Current Status & Future Growth

tamaño y apariencia de la fruta (cáscaras lisas y brillantes); los compradores del sur muestran menor interés en lo físico y priorizan el factor sabor.

3.2. Análisis de la Competencia Local

Como ya se mencionó, China es el principal productor mundial de cítricos y se espera un rendimiento de 20 millones de toneladas para la temporada Octubre 2015 – Setiembre 2016. El 90% de las plantaciones se localizan en regiones montañosas como Guangxi, Jiangxi, Hunan, Zhejiang y Hebei.

Las superficies de cultivo en Guangxi, Hunan y Hebei se están expandiendo, lo cual debería conducir a un aumento de 3% en la producción en volumen de la campaña 2016 – 2017. Hecho positivo, si se tiene en cuenta que la cosecha del año pasado se vio afectada por fuertes lluvias en noviembre que dañó muchas plantaciones.

En 2014, los precios a la producción de la provincia de Hunan se cotizaron en promedio a 1,8 RMB/kilo (US\$ 0,28), un aumento de casi 30% con respecto al año anterior.

3.3. Análisis de la Competencia Internacional

Cuadro N° 4
China – Importaciones Mundiales de Mandarinas, clementinas y wilkings, frescas o secas
(Partida Nro. 0805.20.90.00)

RK	País Socio	US\$ (millones)					Volumen (TN)					Precio Ref. 2015 (US\$ / Kg.)
		2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015	
1	Australia	0,1	7	10	12	17	47	3 960	4 819	5 369	9 165	1,84
2	Taiwán	0,3	2	3	4	5	251	1 490	2 597	2 937	3 306	1,16
3	Sudáfrica	-	0,4	4	11	4	-	274	2 933	7 423	3 831	1,46
4	Perú	-	1	0,4	1	2	-	567	275	343	1 431	1,55
5	Tailandia	2	1	1	1	1	1 842	455	711	424	462	1,35
	Subtotal	14	2	1	0	1	10 616	1 100	433	206	598	
	Mundo	16	12	19	28	30	12 757	7 846	11 768	16 701	18 792	

Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

Tal como se muestra en la anterior tabla, las importaciones chinas de mandarinas, clementinas y wilkings frescas sumaron US\$ 30 millones en 2015 y mostraron un avance de 5,4% con respecto al año anterior. Perú, con presencia desde 2012, muestra una participación de 7% sobre las compras totales y cuenta con un precio promedio (US\$ 1,55) ligeramente superior al de Sudáfrica (US\$ 1,46) pero bastante inferior al de Australia (US\$ 1,84), dos de los principales competidores.

Asimismo, es importante mencionar que mientras Australia provee al mercado chino entre julio y noviembre; Sudáfrica lo hace entre mayo y octubre; y Perú entre julio y setiembre. El mes de mayor demanda para las importaciones es agosto⁴.

Por otro lado, USDA estima que las importaciones de estas frutas por parte de China totalizarán 21 mil toneladas durante la campaña 2015 – 2016 (Octubre – Setiembre), incrementándose en 10% con relación a similar periodo anterior como consecuencia del impulso brindado por la demanda interna de mandarinas de alta calidad durante la temporada baja.

⁴ Penta - Transaction

IV. TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

1. MEDIOS DE TRANSPORTE

Cuadro N° 6
Tiempo de Transporte hacia China

Vía	Tiempo de transporte	Puerto de Salida	Puerto de llegada
Marítimo	32 – 33 Días	Callao (PER)	Hong Kong
Marítimo	34 Días	Callao (PER)	Xiamen (China)
Marítimo	36 Días	Callao (PER)	Shanghái (China)

Fuente: SIICEX – Rutas Marítimas Elaboración: Inteligencia de Mercados- PROMPERU

2. FLETES

Los costos promedio asignados al transporte desde Perú hacia China al 31 de agosto de 2016, son los siguientes:

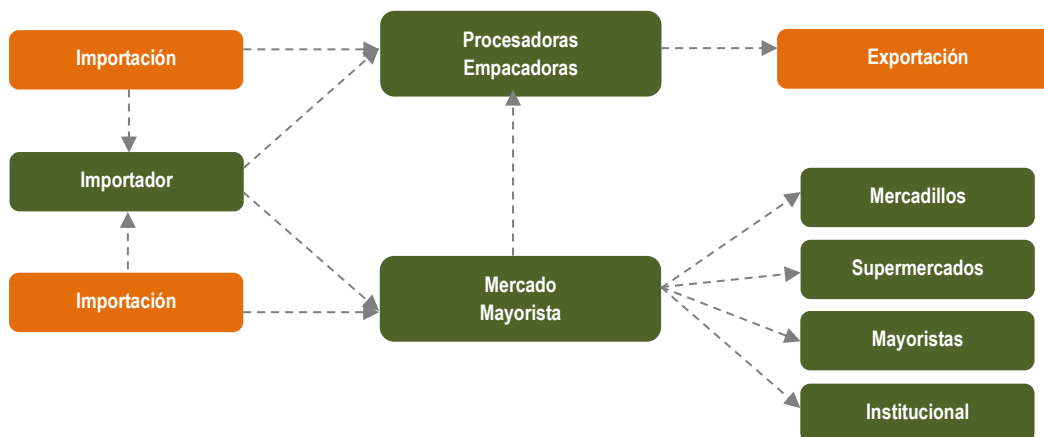
Cuadro N° 7
Costo del Flete Promedio hacia China

Agente de Carga	Medio de Transporte	Unidad	Importe
Greenandes/CMA CGM/ MSC / Maersk / K-Line / Hansemar / Agunsa	Marítimo Callao – Hong Kong	Contenedor de 40' Refrigerado	US\$ 4 500 – US\$ 4 900
Greenandes / CMA CGM / MSC / Tecnapo	Marítimo Callao – Xiamen	Contenedor de 40' Refrigerado	US\$ 4 950
Greenandes / Maersk / K-Line / Cosco / MSC	Marítimo Callao – Shanghái	Contenedor de 40'	US\$ 4 950

Fuente: SIICEX – Rutas Marítimas Elaboración: Inteligencia de Mercados- PROMPERU

V. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

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



Fuente: Embajada de Holanda en China Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

VI. PRECIOS

Cuadro N° 8
Precios Minoristas

Producto	Distribuidor	Origen	Peso	Precio*
Clementina	Taobao	China	2,5 kg.	¥ 32,0 / US\$ 4,80
Mandarina verde sin pepa	Taobao	China	2,5 kg.	¥ 26,8 / US\$ 4,0
Clementina easy peel	Taobao	China	2,5 Kg.	¥ 29,8 / US\$ 4,47

Fuente: ODEPA - Precios al consumidor en línea Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

*Precios promedio al consumidor reportados durante el periodo comprendido entre 29/02/2016 y 04/03/2016

VII. PRESENTACIONES CON VALOR AGREGADO DE MANDARINAS EN CHINA

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Conserva de mandarinas
	Presentación del producto	Lata – 425 gr.
	Marca	SJ
	Precio	¥ 7,8 (US\$ 1,17)
	País de fabricación	China
	País de distribución	China
	Fecha de lanzamiento	----

Fuente: Taobao

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Conserva de mandarinas
	Presentación del producto	Envase de Vidrio – 360 gr.
	Marca	Leasun Food
	Precio	¥ 9,9 (US\$ 1,48)
	País de fabricación	China
	País de distribución	China
	Fecha de lanzamiento	----

Fuente: Taobao

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Mandarinas deshidratadas
	Presentación del producto	Envase de Vidrio – 360 gr.
	Marca	Jeju
	Precio	¥ 20,0 (US\$ 3,01)
	País de fabricación	Corea del Sur
	País de distribución	China
	Fecha de lanzamiento	----

Fuente: Taobao

VIII. POTENCIAL DEL PRODUCTO PERUANO

1. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Cuadro N° 9
Perú: Exportaciones de 0805.20.10.00 – Mandarinas (Incluidas tangerinas)

Año	Exportación - Mundo				Exportación - China			
	Valor FOB (Millones US\$)	%Δ	Peso Neto (TN)	# Empresas	Valor FOB (Millones US\$)	%Δ	Peso Neto (TN)	# Empresas
2011	45	27,1%	39 500	39	-	-	-	-
2012	55	23,7%	47 131	29	0,1	-	73	2
2013	67	20,3%	37 141	32	0,1	-40,5%	46	1
2014	88	32,8%	53 294	43	0,1	20,5%	46	1
2015	93	5,7%	52 415	42	0,6	720,4%	482	3

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

Perú es el séptimo exportador mundial de mandarinas (HS06 – 0805.20) y el primero a nivel latinoamericano, posicionándose por encima de productores regionales importantes como Chile, Argentina y Uruguay. En los últimos cinco años, los envíos peruanos de mandarinas frescas crecieron a una media anual de 20,2%, hasta alcanzar US\$ 93 millones en 2015. Asimismo, se realizaron ventas al exterior de estas frutas a 42 mercados internacionales, entre los que destacaron Estados Unidos (34% de participación), Reino Unido (30%), Canadá (13%), Holanda (12%) e Irlanda (3%).

China, mercado relativamente nuevo para las mandarinas peruanas desde 2012, ha dinamizado sus importaciones desde Perú en 2015, año en que totalizaron US\$ 618 mil y se incrementaron en 720,4% de manera interanual. Asimismo, China ya se posiciona como el destino número 9° para este producto y destacan los envíos de la variedad Murcott.

IX. INFORMACIÓN DE INTERÉS

1. FERIAS

Nombre de la Feria	Web Site	Duración	N° Expositores	N° Visitantes
China Fruit & Vegetable Fair 2016	http://en.chinafvf.com/	3 días	168	30 000
Asia Fruit Logística 2016	http://www.asiafruitlogistica.com/	3 días	574	9 200
SIAL China 2017	http://www.sialchina.com/	3 días	2 942	76 986

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU *Información en base a las últimas ediciones de los eventos.

2. OFICINAS COMERCIALES EN CHINA

- **Oficina Comercial de Perú en Beijing - China**
Consejero Comercial: Diana Pita Rodríguez
Teléfono: (86) 10 8440 - 0117
E-Mail: dpita@mincetur.gob.pe
- **Oficina Comercial de Perú en Shanghái - China**
Consejero Comercial: Vladimir Kocerha
Teléfono: (86) 21 5298 - 8775
E-Mail: vkocerha@mincetur.gob.pe

3. LINKS DE INTERÉS

- General Administration of Quality Supervision, Inspection & Quarantine (<http://english.aqsiq.gov.cn/>)
- Certification & Accreditation Administration of the People's Republic of China (<http://english.cnca.gov.cn/>)
- Ministerio de Agricultura de China (<http://www.agri.cn/>)