Webinar
Exportador

Seminarios virtuales especializados

Perfil del consumidor y tendencias de consumo de alimentos en China

Lic.Diana Maraví Acosta

dmaravi@promperu.gob.pe

Sub dirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial
Especialista en Mercados

Lima, 13 de octubre de 2021

2021

Webinar
Exportador

Impacto de COVID-19 en alimentos frescos

- Disminución en volumen total de ventas en 2020
- Food services, canal horeca e Institucional cerrados
- Confinamiento durante año Nuevo Chino
- Aumento de ventas en canal minorista
- Consumidor prepara comidas en casa

Fuente: Euromonitor

promperú

Turno de venta al por menor

- Las tiendas de conveniencia, los supermercados de productos frescos y otras **pequeñas empresas comunitarias** , que estuvieron más cerca de los residentes, **han tenido un buen desempeño**
- Ejemplo: Una tienda de conveniencia en Wuhan vendió más de 8,000RMB (22enero 2020), antes sólo vendía 500 a 600 RMB en dicha fecha

Fuente: chemlinked

Turno de venta al por menor

- La penetración de Internet aumentó un 9% en Asia Pacífico y, según la encuesta Voice of the Consumer: Lifestyles Survey, los consumidores que compran artículos y servicios del comercio electrónico a través de dispositivos móviles aumentaron del 31% en 2019 a 39% en 2021.
- Esto apoyó una creciente presencia directa al consumidor por marca y una mayor asociación por parte de plataformas de terceros, incluso lejos de las principales ciudades. Por ejemplo, Tmall da servicio a 600 ciudades en China.

Fuente: Euromonitor

Turno de venta al por menor

- Apps más usadas para la entrega de alimentos frescos: HEMA y DINGDONG MAICAI.
- En el período de confinamiento se incrementó en 128% el número de usuarios en la app HEMA vs 2019.
- Se unió a más de 40 restaruantes, hoteles, cines para que su fuerza laboral trabaje para ella.
- Restaurantes pusieron a disposición su capacidad de almacenamiento, empleados como delivery y procesamiento de alimentos

Fuente: Euromonitor

HEMA SUPERMARKET AND EXPERIENCE "NEW RETAIL

https://www.youtube.com/watch?v=XNt18b5hOVE&t=20s

Turno de venta al por menor

- Las **nuevas plataformas de comercio electrónico minorista de alimentos frescos han estado sujetas a una mayor demanda.** En Beijing, durante el Festival de Primavera, los pedidos en línea diarios de verduras y frutas en Suresh (un nuevo comercio electrónico minorista de alimentos frescos propiedad de Suning) aumentaron en más de un 200%, y Suning Food Market, una parte de Suning Small Store (La tienda de conveniencia comunitaria de Suning), registró un aumento del 245% en los pedidos en línea.

Fuente: chemlinked

Una economía Post COVID19...

Webinar Exportador

Desde 1870, la economía global ha experimentado 14 recesiones globales. Las proyecciones actuales implican que la recesión global de COVID-19 será la 4ta más profunda en los últimos 150 años, solo superada por aquellas relacionadas con las dos guerras mundiales y la Gran Depresión.

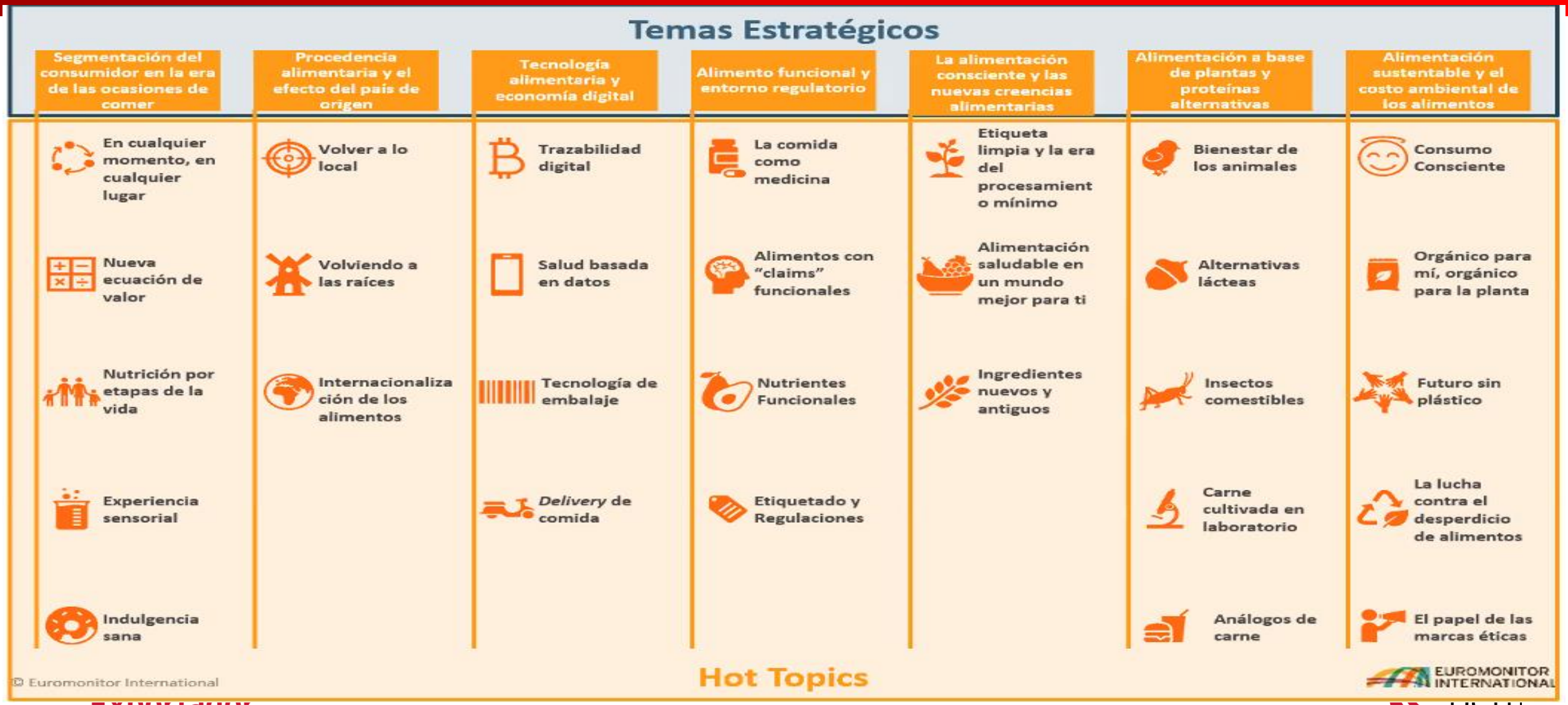
*Fuente : BANCO MUNDIAL / GLOBAL ECONOMICS PROSPECTS JUNIO 2020

PERSPECTIVAS ECONÓMICAS - PREVISIONES DE CRECIMIENTO ANUAL DEL PIB REAL (%)

Country / Region	2020	2021	2022	2023	2024	2025-2030
Americas	-4.6	5.9	3.9	2.8	2.1	1.9
EMEA	-4.4	3.9	3.7	2.8	2.4	2.1
Australasia	-2.3	3.9	2.7	2.4	2.3	2.2
Australia	*-2.5*	*3.7*	*2.8*	*2.5*	*2.4*	*2.3*
New Zealand	*-2.5*	*3.7*	*2.8*	*2.5*	*2.4*	*2.3*
Asia	**-1.2**	**7.1**	**5.7**	**4.9**	**4.5**	**4.3**
India	*-7.1*	*9.6*	*9.0*	*6.9*	*6.2*	*5.9*
China	*2.3*	*8.6*	*5.5*	*5.1*	*4.7*	*4.4*
South Korea	*-1.0*	*3.4*	*3.0*	*2.5*	*2.2*	*2.0*
Japan	*-4.8*	*3.0*	*2.3*	*1.4*	*0.8*	*0.6*
ASEAN	**-3.5**	**4.8**	**5.6**	**5.0**	**4.6**	**4.5**
Vietnam	*2.3*	*7.5*	*6.7*	*6.0*	*5.5*	*5.4*
Philippines	*-9.5*	*7.0*	*6.5*	*5.5*	*5.0*	*5.0*
Indonesia	*-2.1*	*4.5*	*5.5*	*5.4*	*5.2*	*4.9*
Malaysia	*-5.6*	*5.2*	*5.3*	*4.7*	*4.0*	*3.9*
Singapore	*-5.4*	*6.0*	*4.0*	*3.0*	*2.2*	*2.0*
Thailand	*-6.1*	*3.0*	*5.0*	*3.7*	*3.0*	*2.8*

- Se espera que la economía de Asia Pacífico tenga un PBI real de 7.1% cierre 2021.
- Gran parte de la recuperación Asia Pacífico está impulsada por China, India, Vietnam y Filipinas.
- Se espera que la región registre una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) en el PBI para el período 2022-2032 de 6.9%.
- El PIB de la región alcanzará el 43% del total mundial para 2040, frente al 35% en 2020.

TENDENCIAS CLAVES QUE REDEFINEN LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y NUTRICIÓN

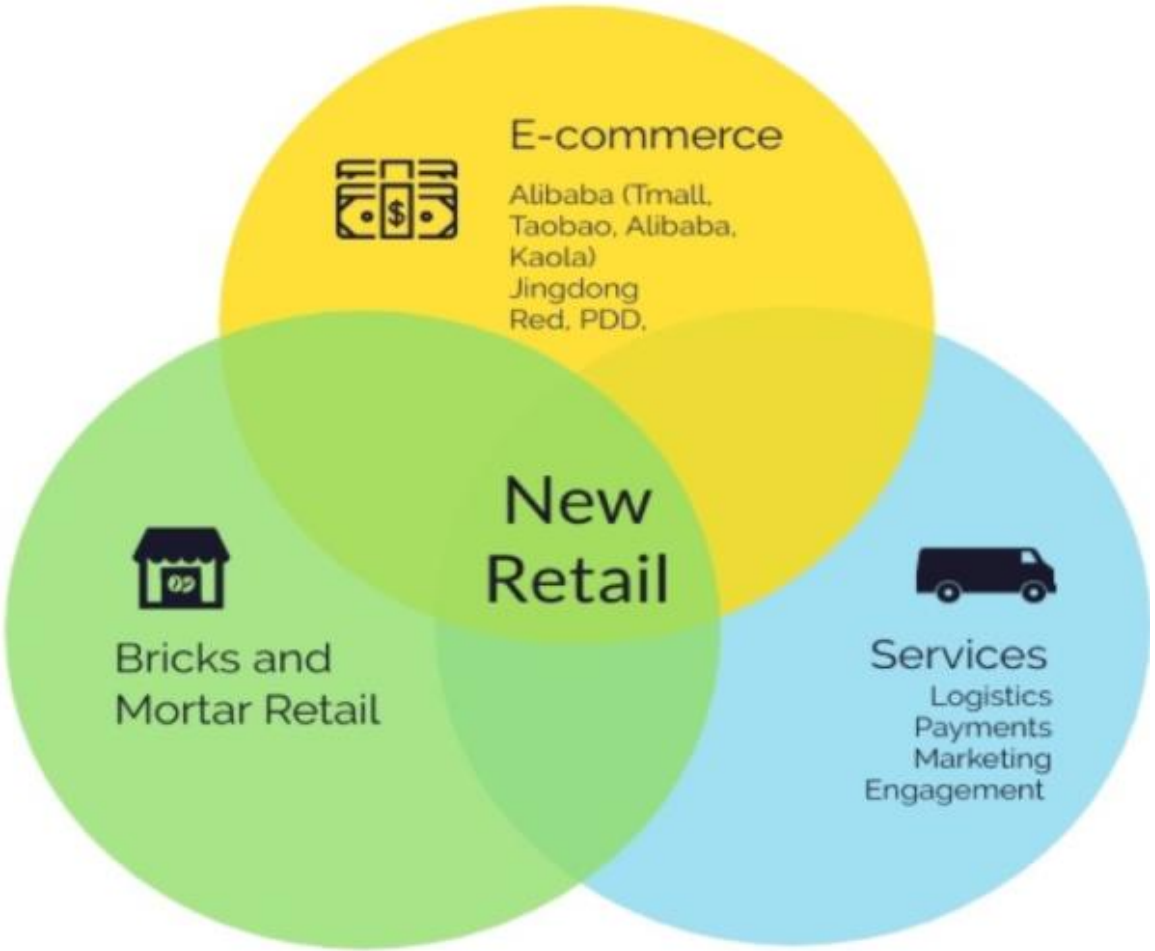


Qué sigue para los alimentos frescos?

- Se estima un mayor incremento demanda de productos frescos.
- Creciente enfoque de alimentación saludable
- Principalmente en categorías como nueces, frutas y verduras
- Creciente tendencia a la cocina casera
- Incremento de kits de alimentos frescos, cortados, limpios, listos para facilicitar la preparación en casa.

Fuente: Euromonitor

NUEVO COMERCIO MINORISTA:NEGOCIO DE LADRILLO Y MORTERO,COMERCIO ELECTRÓNICO Y LOS SERVICIOS

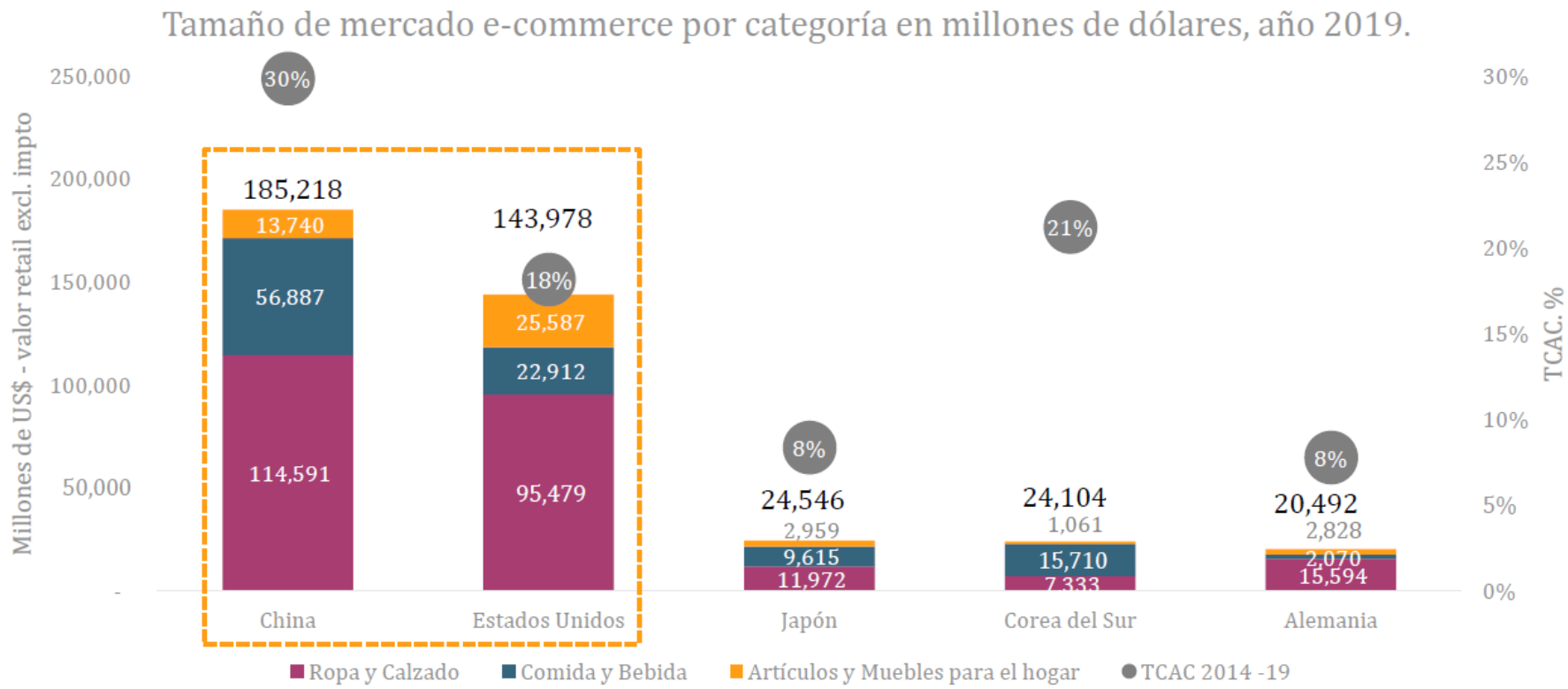


Fuente: chemlinked

EL AUMENTO DE LA ADOPCIÓN DIGITAL OFRECE UN GRAN POTENCIAL A LOS MERCADOS DE CONSUMIDORES

MERCADO GLOBAL DE E-COMMERCE

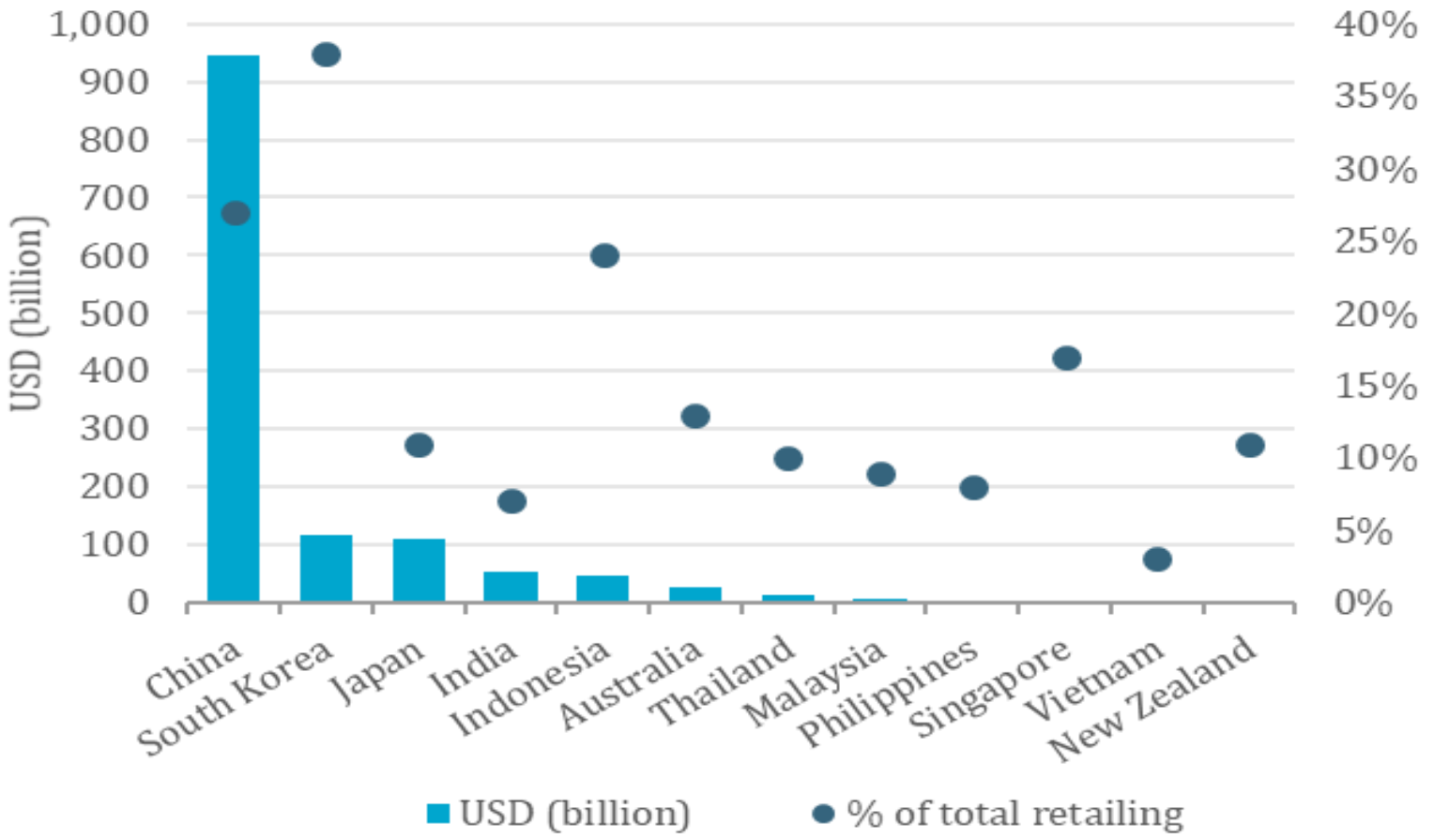
El tamaño de la población y la familiaridad de los usuarios con la tecnología, hacen de China y Estados Unidos los mercados de mayor envergadura y de mayor crecimiento



© Euromonitor International

EL AUMENTO DE LA ADOPCIÓN DIGITAL OFRECE UN GRAN POTENCIAL A LOS MERCADOS DE CONSUMIDORES

E-COMMERCE MARKET SIZE 2021



Webinar Exportador

Fuente: Euromonitor

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial

prom perú

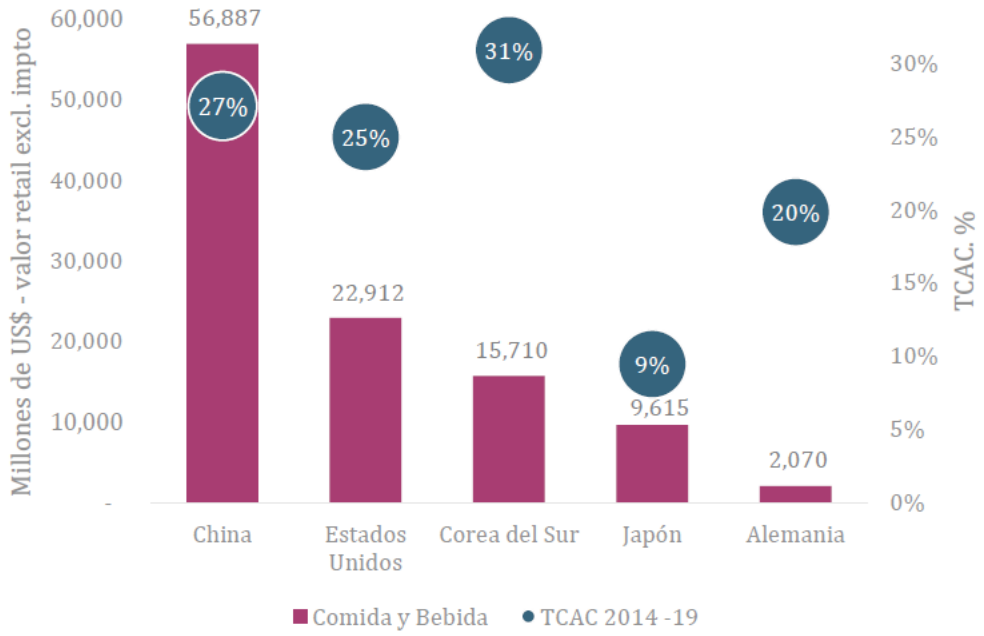
EL AUMENTO DE LA ADOPCIÓN DIGITAL OFRECE UN GRAN POTENCIAL A LOS MERCADOS DE CONSUMIDORES

PANORAMA

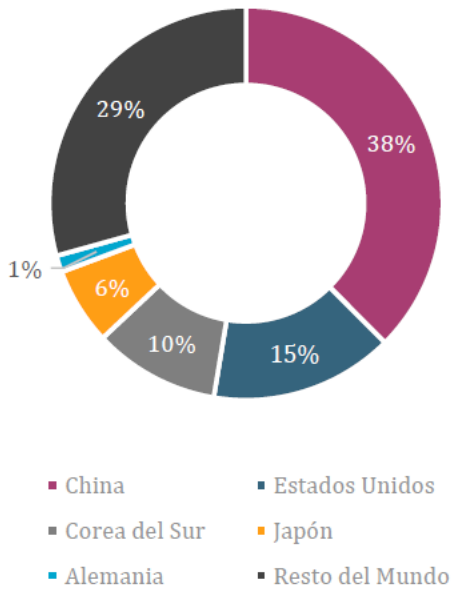
Tamaño de mercado sector agro

China representa el 38% del comercio comida y bebida, seguido por EE.UU. con 15%

Tamaño de mercado *e-commerce* sector agro en millones de dólares en países seleccionados, año 2019.



Participación de países seleccionados, 2019



© Euromonitor International

Fuente: Euromonitor

EL AUMENTO DE LA ADOPCIÓN DIGITAL OFRECE UN GRAN POTENCIAL A LOS MERCADOS DE CONSUMIDORES

PANORAMA

Identificación de plataformas

Comidas y bebidas es uno de los segmentos más competitivos de las plataformas

China

Pinduoduo Inc. (Together More Savings More Fun)	**Comida y bebidas** Productos para madres e hijos Ropa y accesorios
JOYBUY (Affiliate to JD.com (NASDAQ: JD))	**Comida y bebidas** Electrónica Misceláneos
TMALL 理想生活上天猫 (Alibaba Group)	**Comida y bebidas** Belleza y salud Electrónica Misceláneos
Kaola (Alibaba Group)	**Comida y bebida** Ropa y accesorios Productos para madres e hijos Belleza y cosméticos

Estados Unidos

amazon	**Comida y bebidas** Ropa, accesorios y joyería Misceláneos
ebay	**Comida y bebidas** Electrónica Artículos y Muebles para el hogar
freshdirect	**Comida y bebidas**

Fuente: Euromonitor

TAMAÑO DE MERCADO MINORISTA Y PROYECCIONES

Change Category

Fresh Food

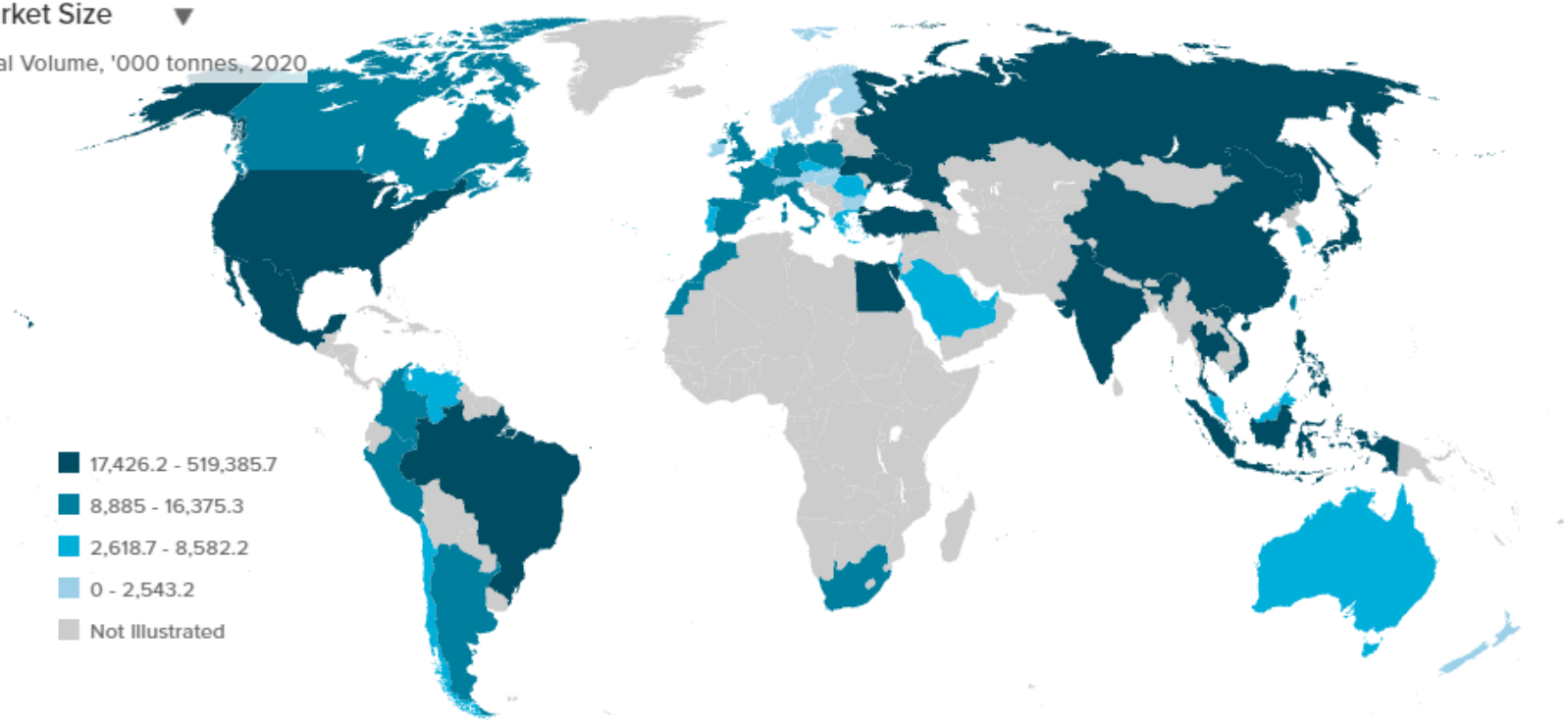
Market Size

Map View

Total Volume, '000 tonnes, 2020

Scatter Plot

Bar Chart



Global Figure

2020, '000 tonnes

1,960,243.3

Regional Comparison

2020, '000 tonnes

Asia Pacific	1,268,074.2
Australasia	7,706.5
Eastern Europe	106,822.2
Latin America	169,305.1
Middle East and Africa	197,064.8
North America	87,668.5
Western Europe	123,602

Change Geography

World **Explore in Detail**

Market Size	Per Capita	Forecast Growth
2020, '000 tonnes 1,960,243.3	2020, Kg 254.46	2020-2025 CAGR 3.9%

© Euromonitor International 2021

TAMAÑO DE MERCADO MINORISTA Y PROYECCIONES

Change Category

Fresh Food

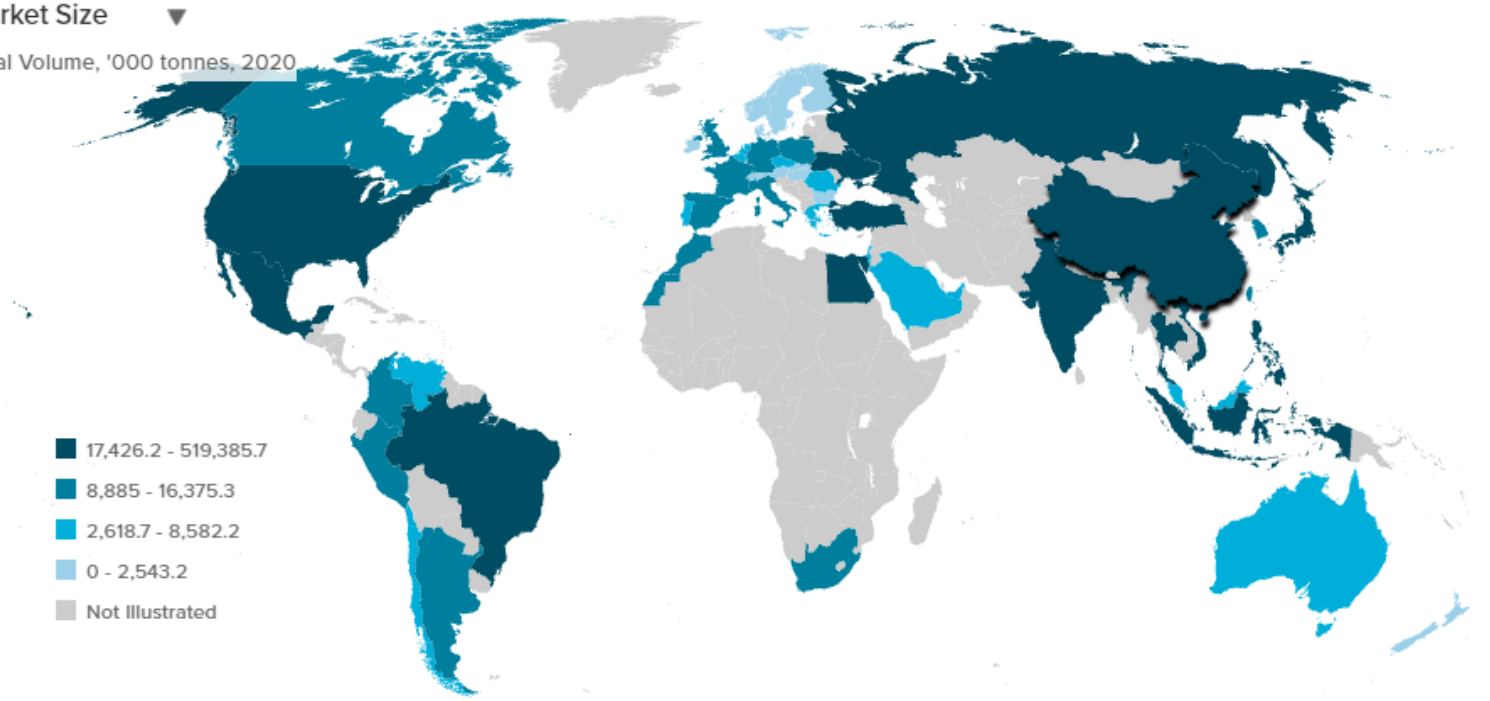
Market Size

Map View

Total Volume, '000 tonnes, 2020

Scatter Plot

Bar Chart



Global Figure

2020, '000 tonnes

1,960,243.3

Regional Comparison

2020, '000 tonnes

Asia Pacific	1,268,074.2
Australasia	7,706.5
Eastern Europe	106,822.2
Latin America	169,305.1
Middle East and Africa	197,064.8
North America	87,668.5
Western Europe	123,602

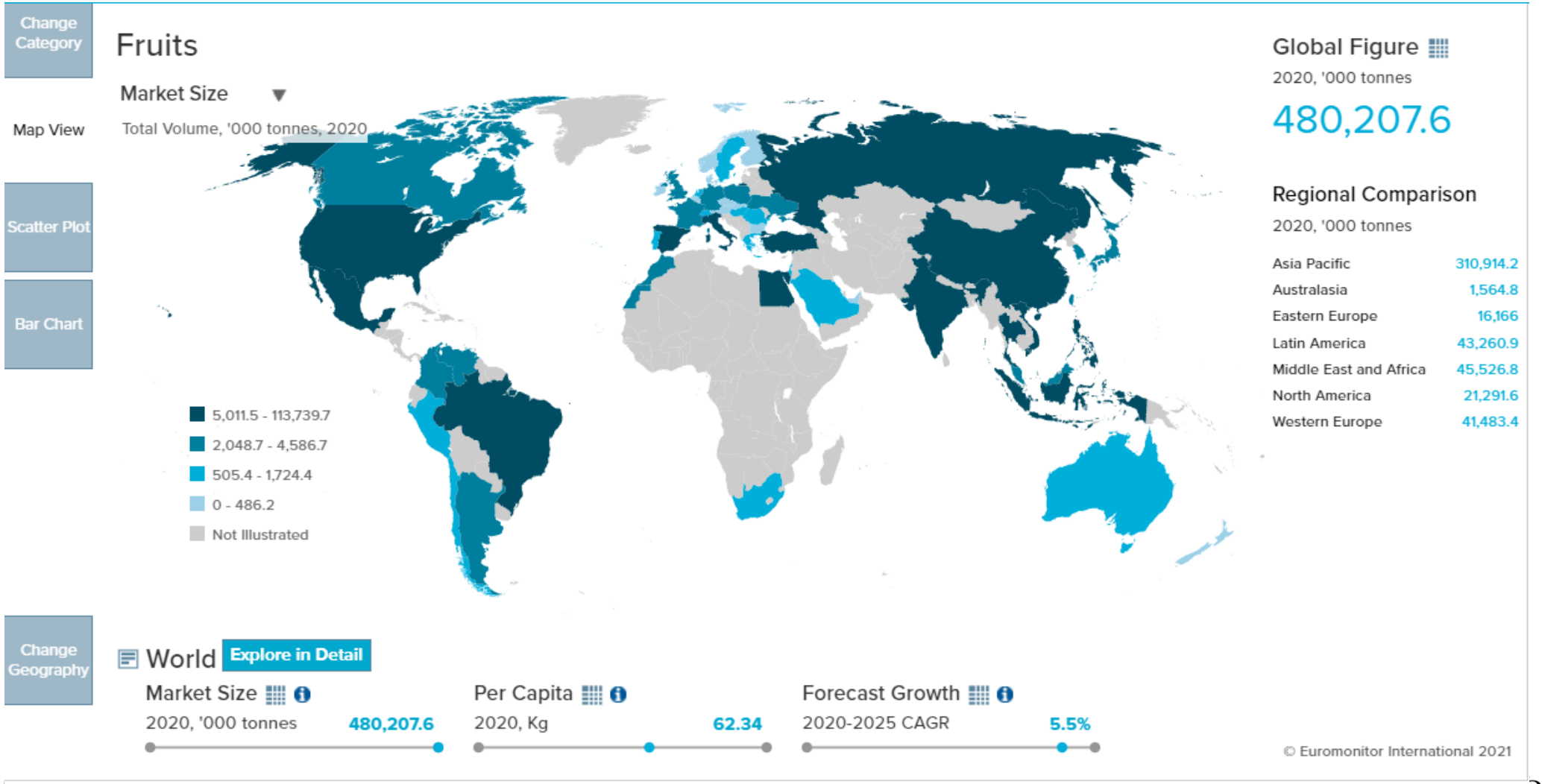
Change Geography

China **Explore in Detail**

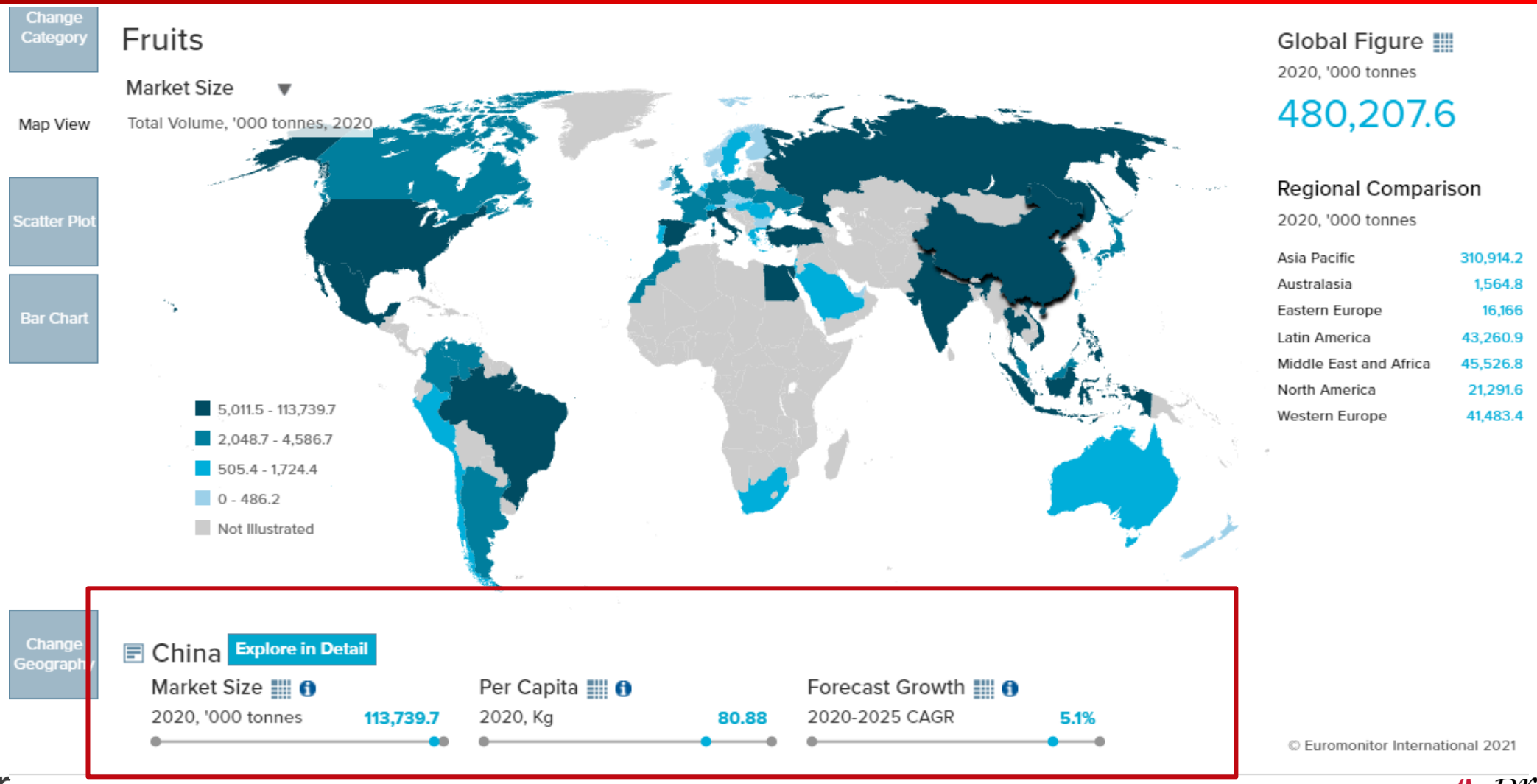
Market Size	Per Capita	Forecast Growth
2020, '000 tonnes 519,385.7	2020, Kg 369.31	2020-2025 CAGR 3.7%

© Euromonitor International 2021

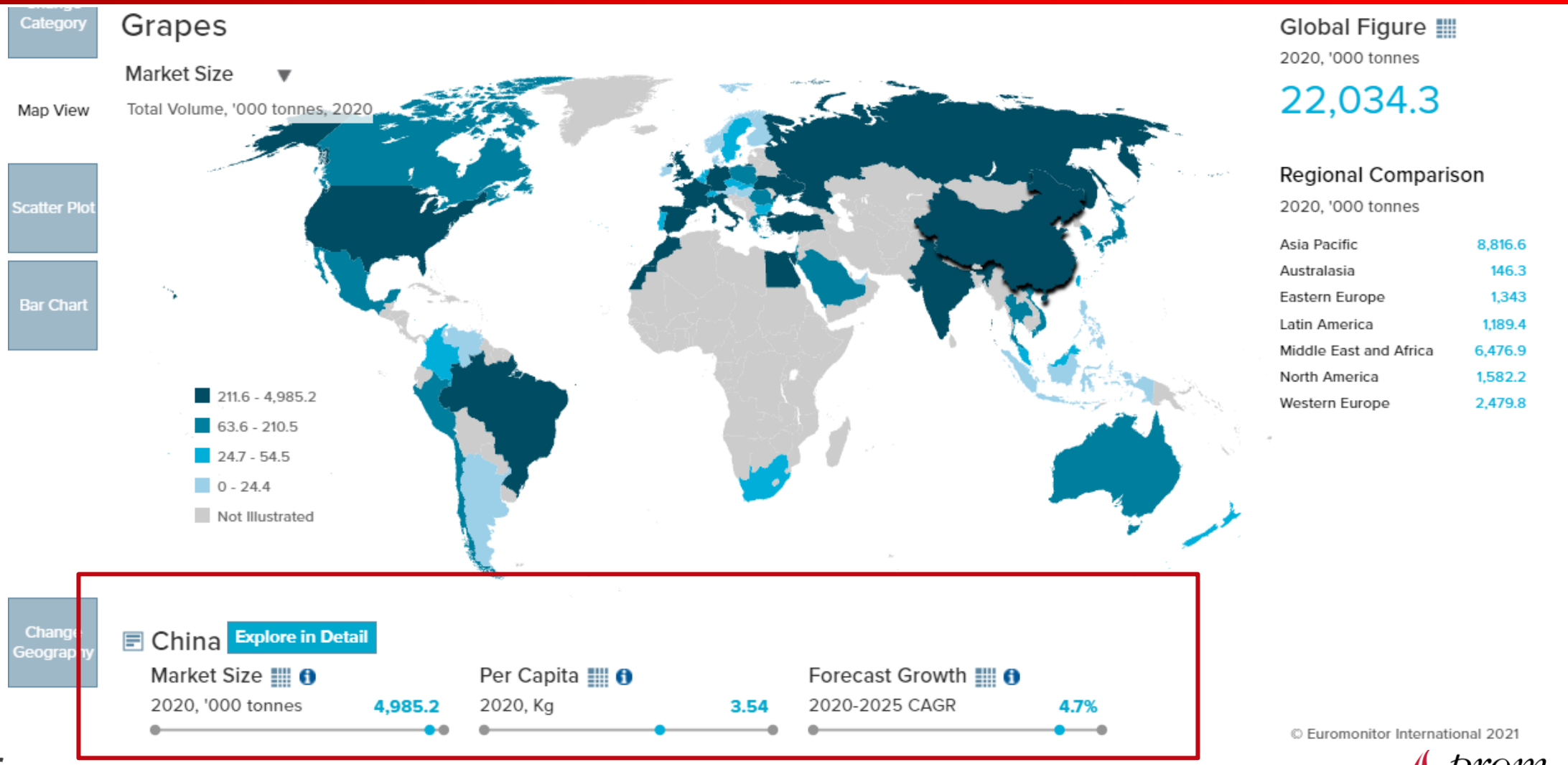
TAMAÑO DE MERCADO MINORISTA Y PROYECCIONES



TAMAÑO DE MERCADO MINORISTA Y PROYECCIONES

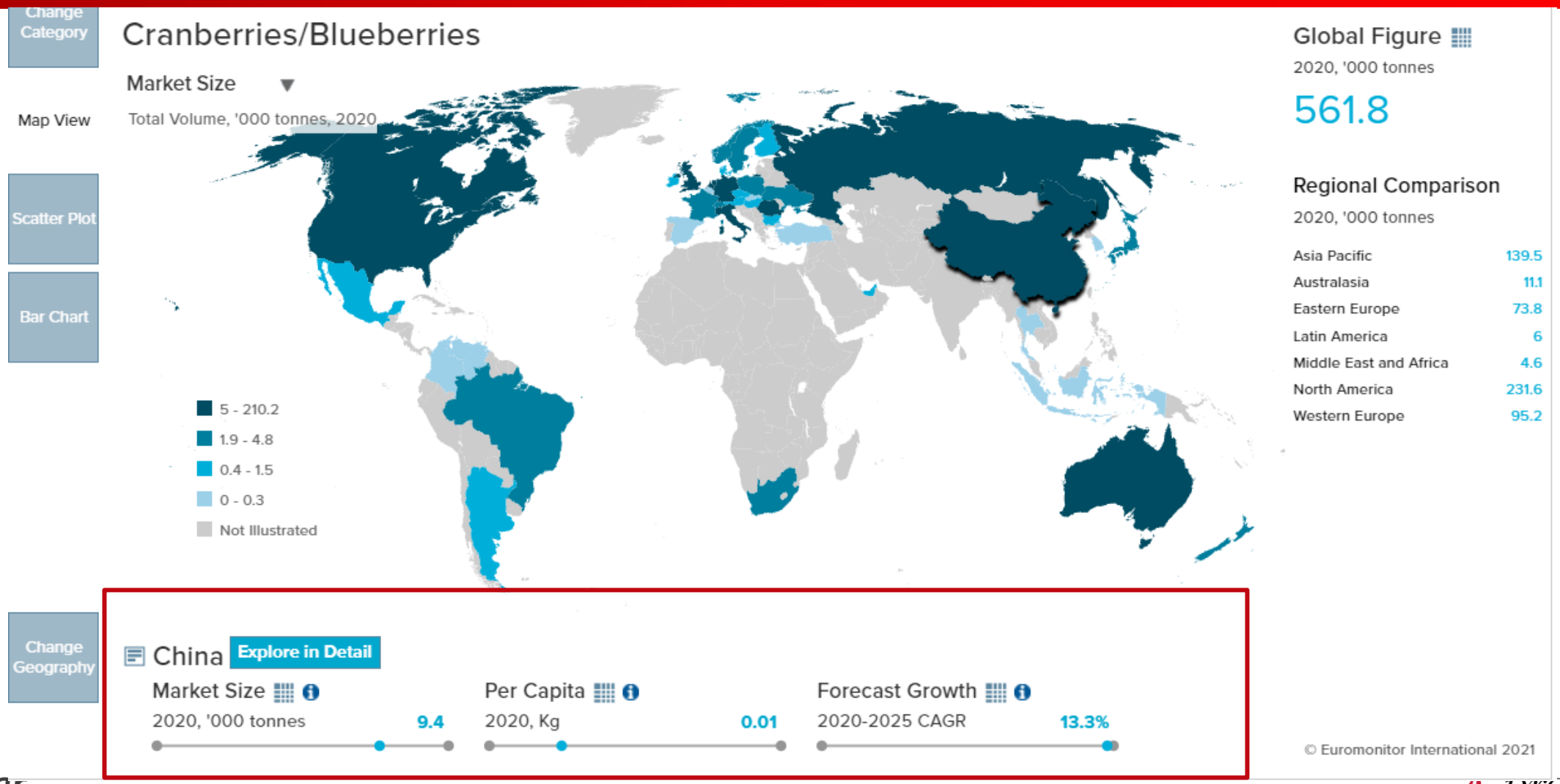


TAMAÑO DE MERCADO MINORISTA Y PROYECCIONES

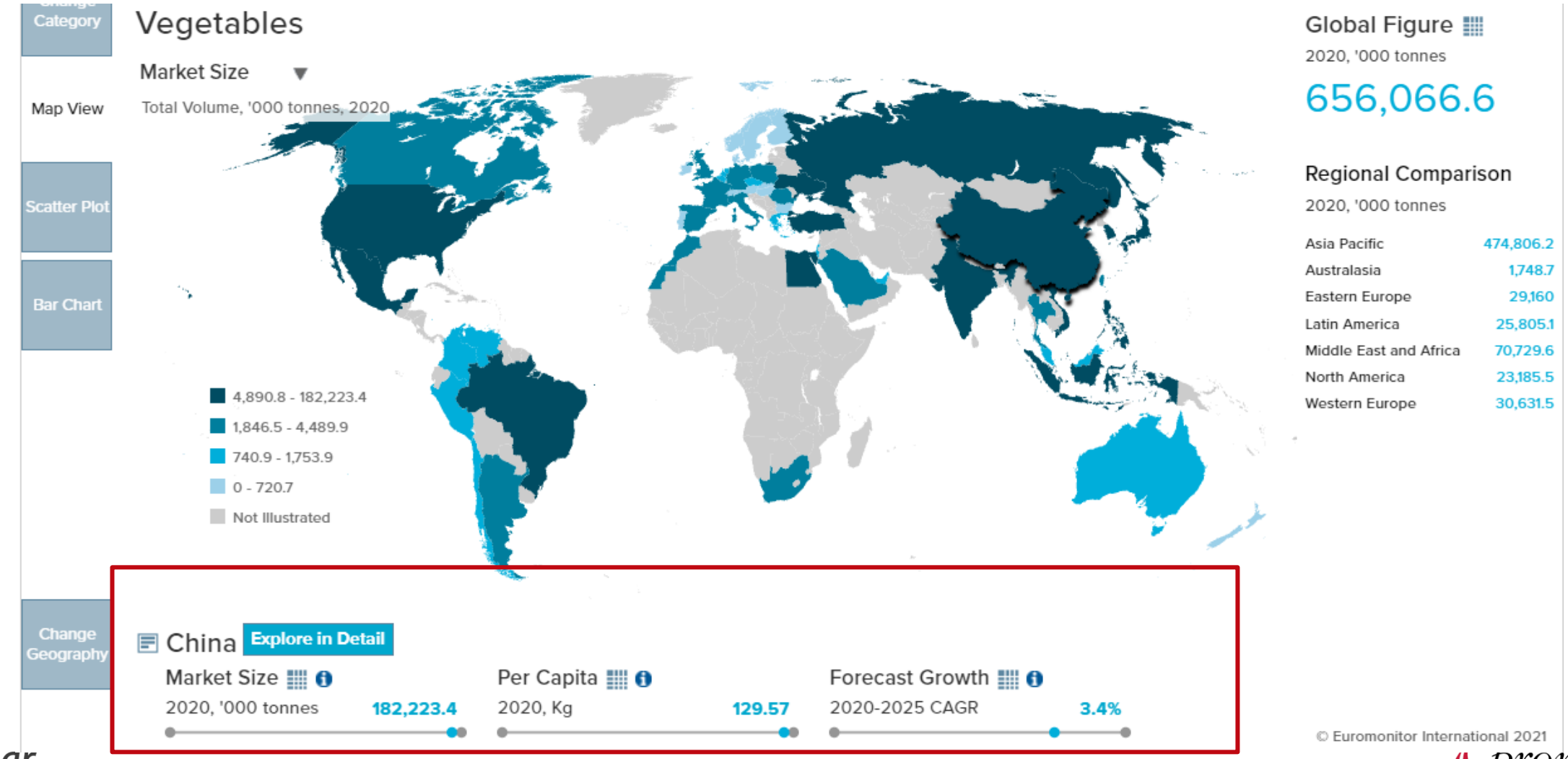


© Euromonitor International 2021

TAMAÑO DE MERCADO MINORISTA Y PROYECCIONES



TAMAÑO DE MERCADO MINORISTA Y PROYECCIONES



Webinar Exportador

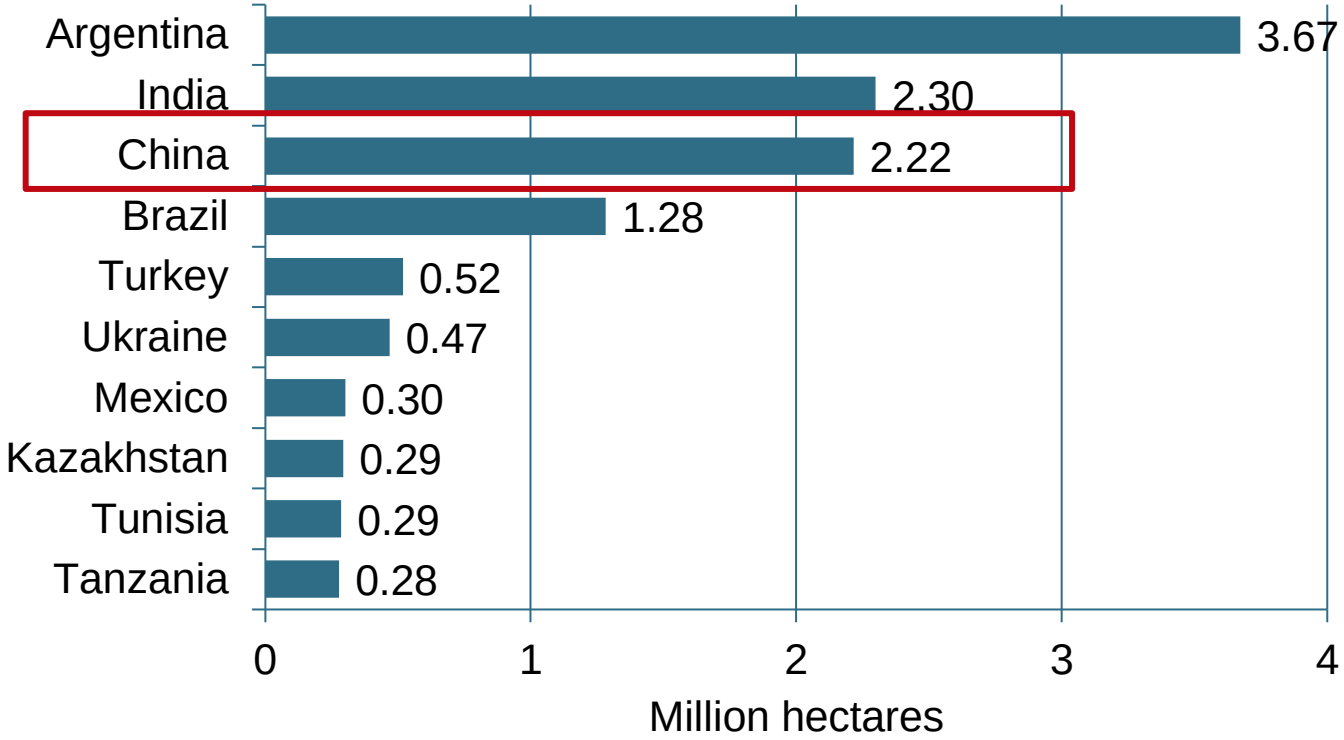
Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial

prom perú

LOS 10 PRINCIPALES PAÍSES CON ÁREAS MÁS GRANDES DE TIERRAS AGRÍCOLAS ORGÁNICAS 2019

The ten countries on the DAC list with the largest areas of organic agricultural land 2019

Source: FiBL survey 2021



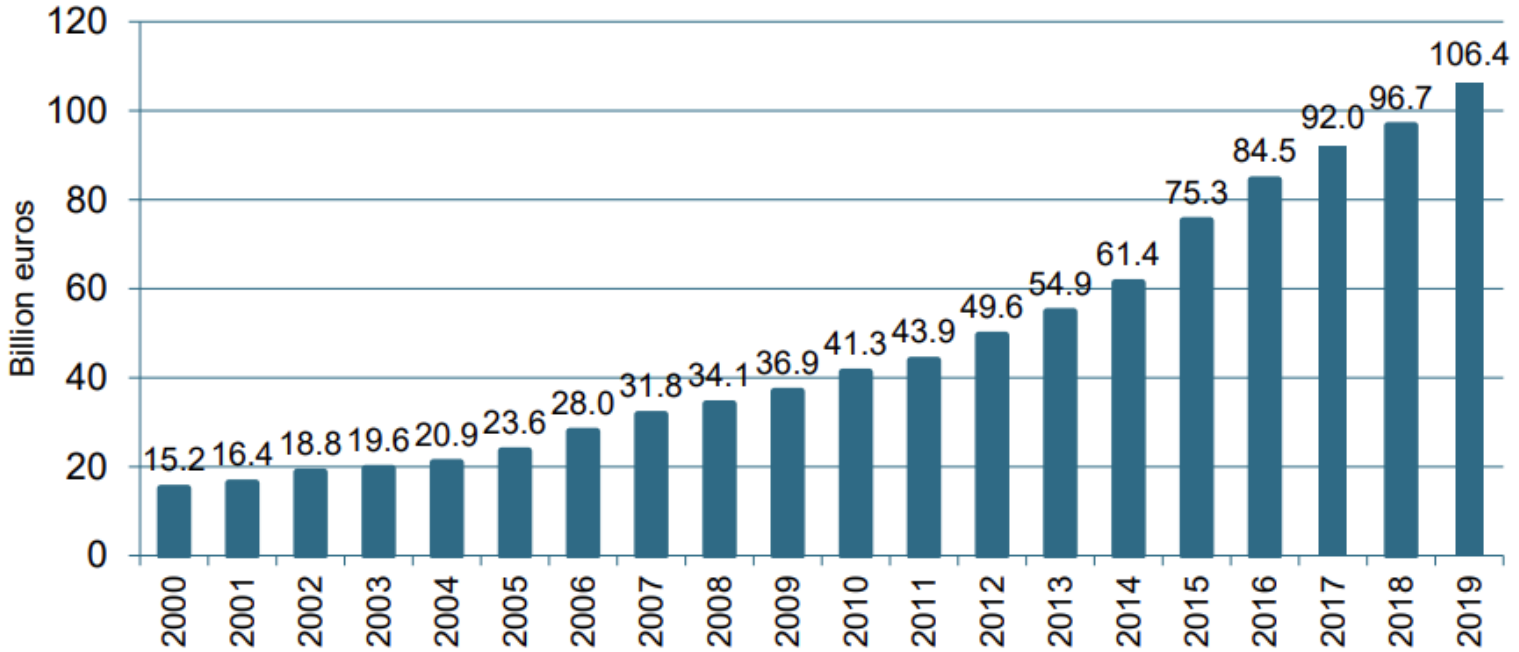
Fuente: FiBL survey 2021

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial

Webinar Exportador

prom perú

EVOLUCIÒN DE LAS VENTAS MINORISTAS MUNDIALES DE PRODUCTOS ORGÀNICOS 2000-2019



- *La facturación de las ventas minoristas de productos orgánicos se multiplicado 7 veces desde el 2000.*
- *El 90% de los ingresos en ventas minoristas de productos orgánicos proviene de Norteamérica y Europa.*

Fuente: FiBL survey 2021

Mercado Global Retail de Orgánicos 2019

+106 mil millones EUR

Consumo pércapita global 2019:

14 EUR

Perú 6to productor de alimentos orgánicos en el mundo

3.1 millones de productores orgánicos en el mundo

+13% desde 2018

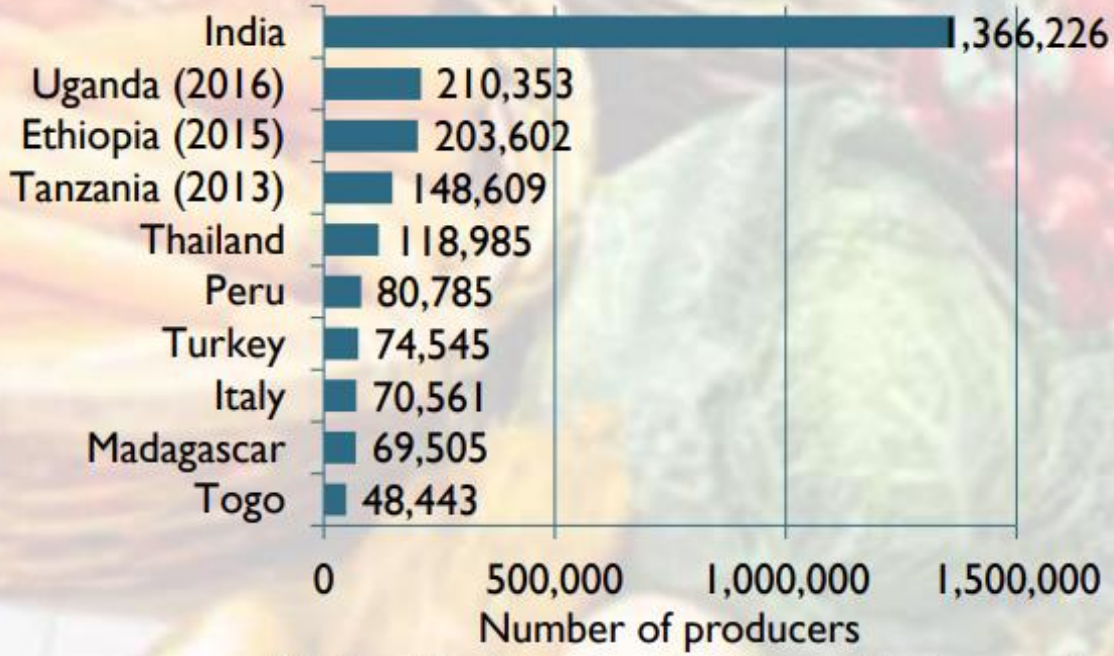
Ventas minoristas en principales mercados

44.7 mil millones EUR

41.4 mil millones EUR

8.5 mil millones EUR

Top 10 con mayor N° productores orgánicos 2019



Principales mercados con alto consumo per cápita 2019

338 EUR

Dinamarca

344 EUR

Suiza

265 EUR

Luxemburgo

Webinar Exportador

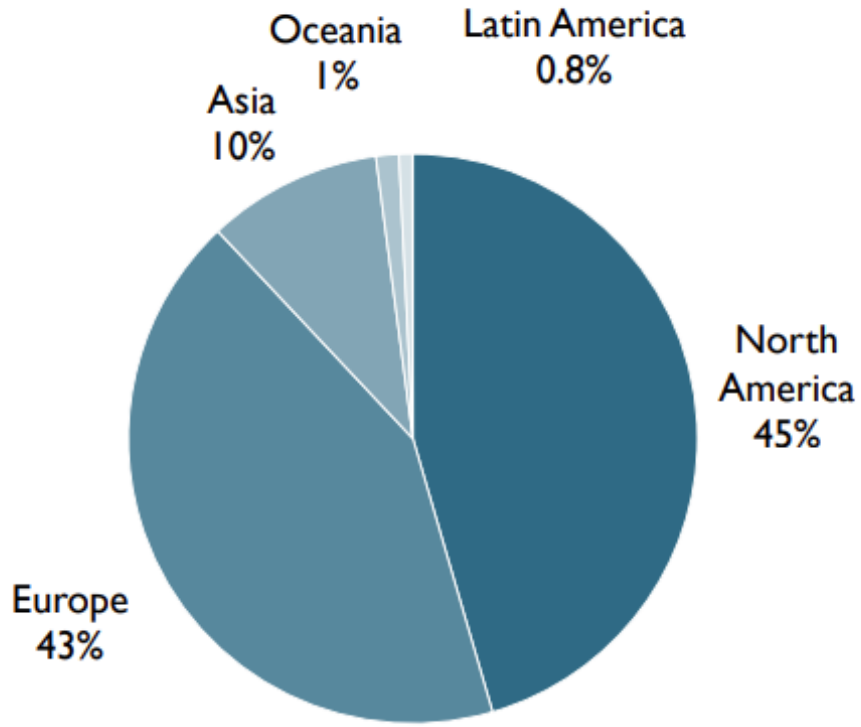
Fuente: FiBL survey 2021

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial

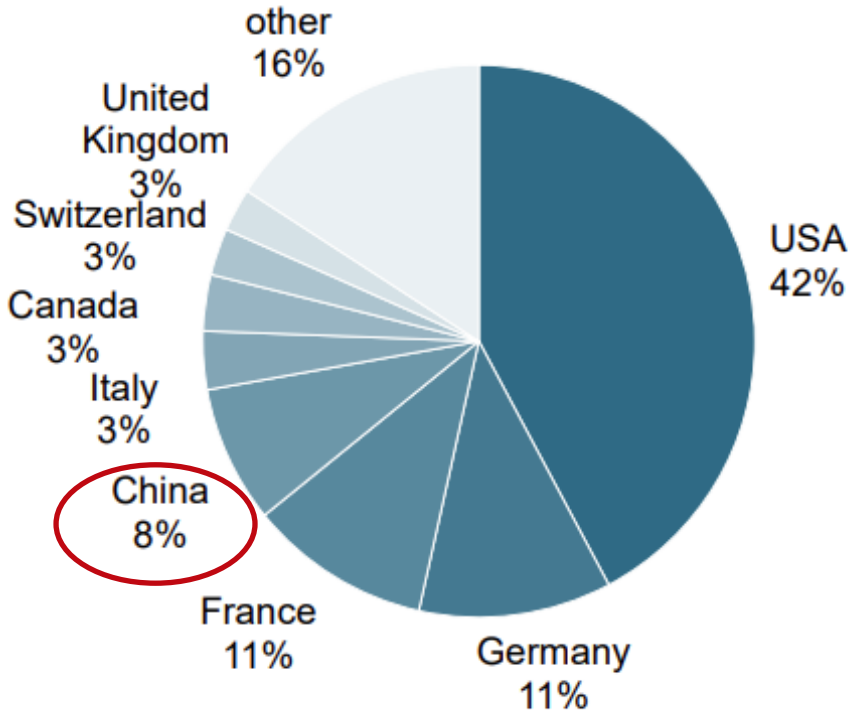
prom perú

VENTAS MINORISTAS MUNDIALES DE PRODUCTOS ORGÀNICOS

Global market: Distribución de las ventas en valor por región 2019



Global market: Distribución de las ventas en valor por pais 2019



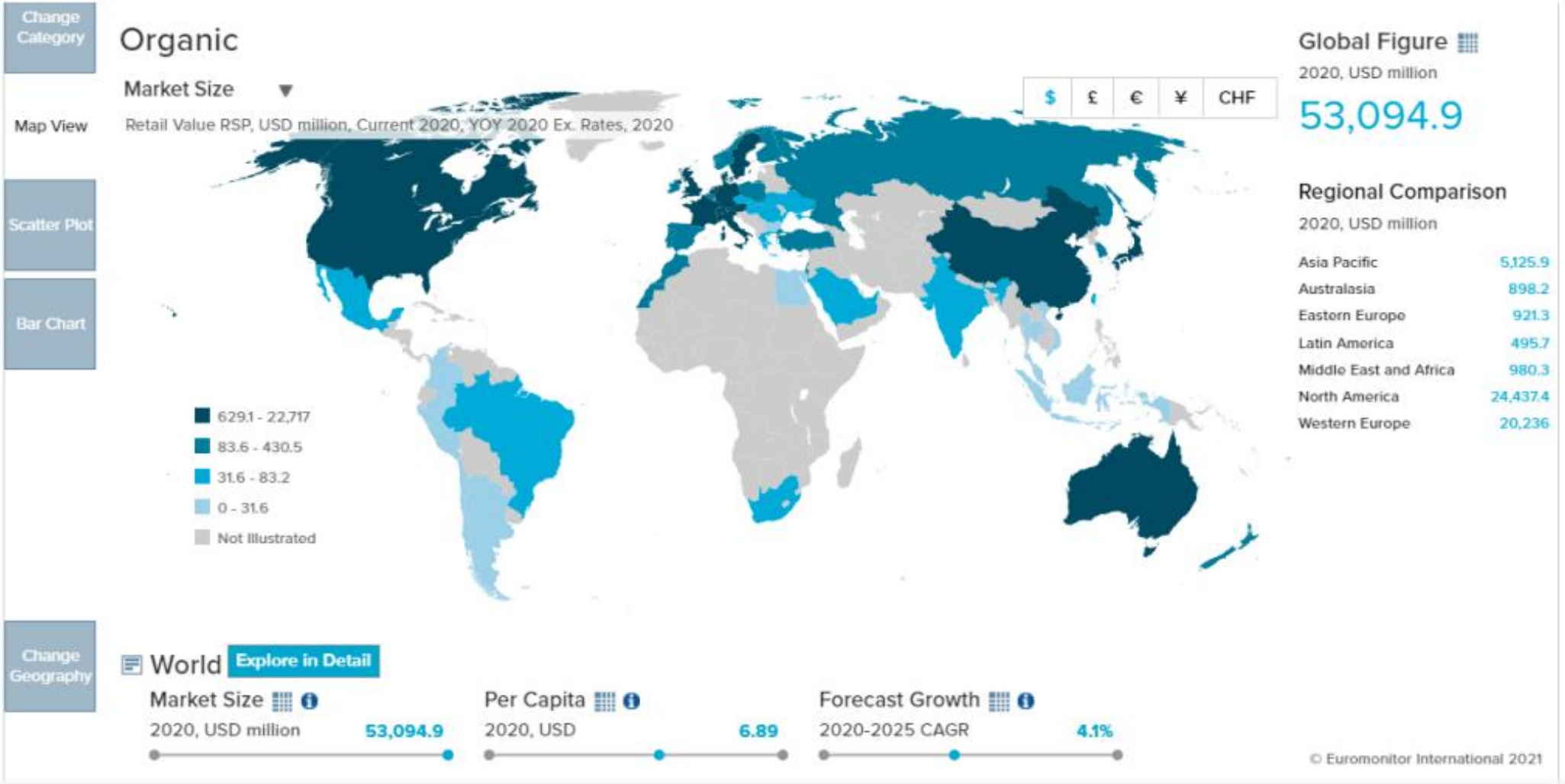
Webinar Exportador

Fuente: FiBL survey 2021

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial

prom perú

TAMAÑO DE MERCADO MINORISTA MUNDIAL DE PRODUCTOS ORGÀNICOS Y PRONÒSTICO AL 2025



Webinar Exportador

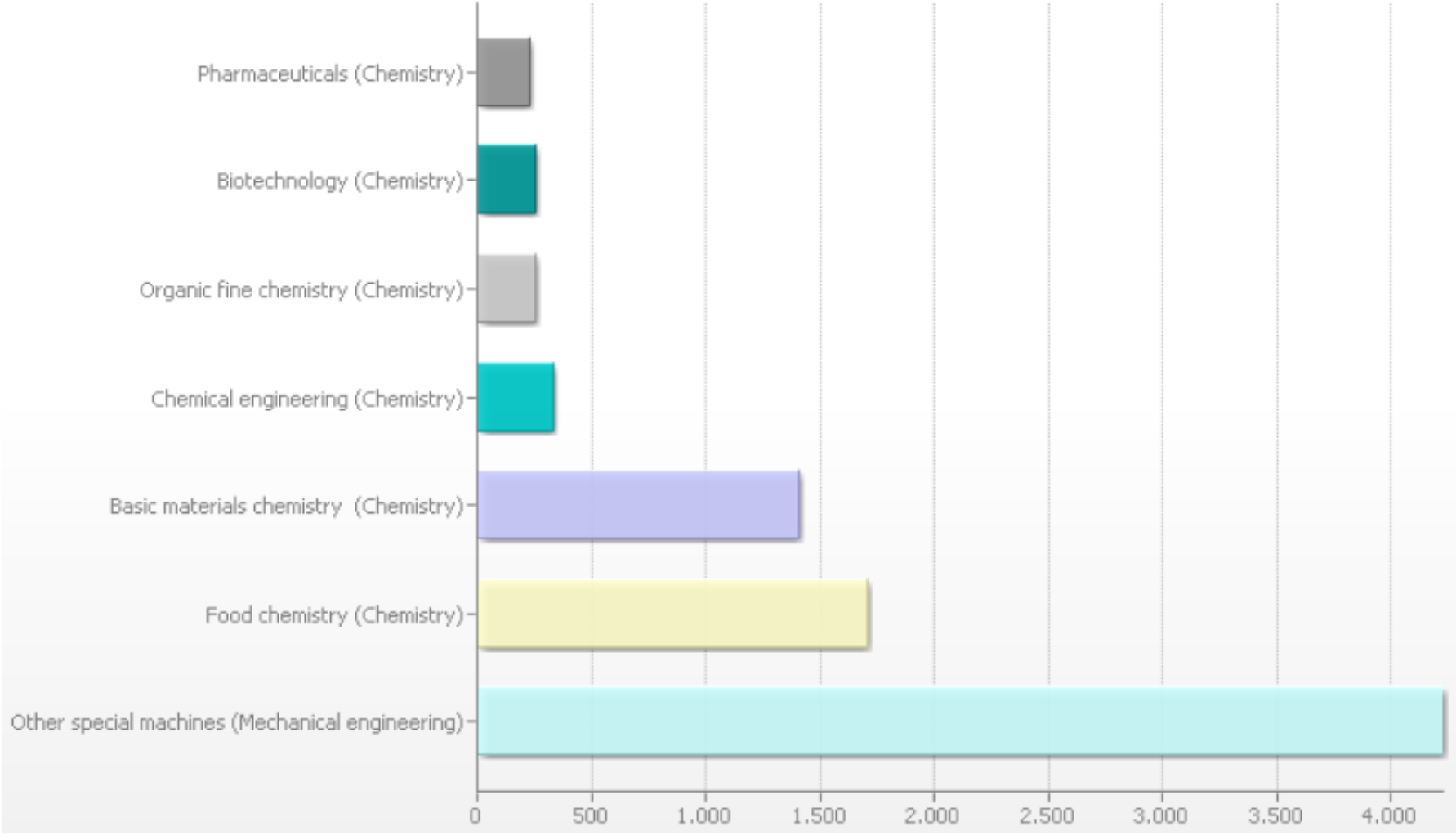
Fuente: Euromonitor

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial

prom perú

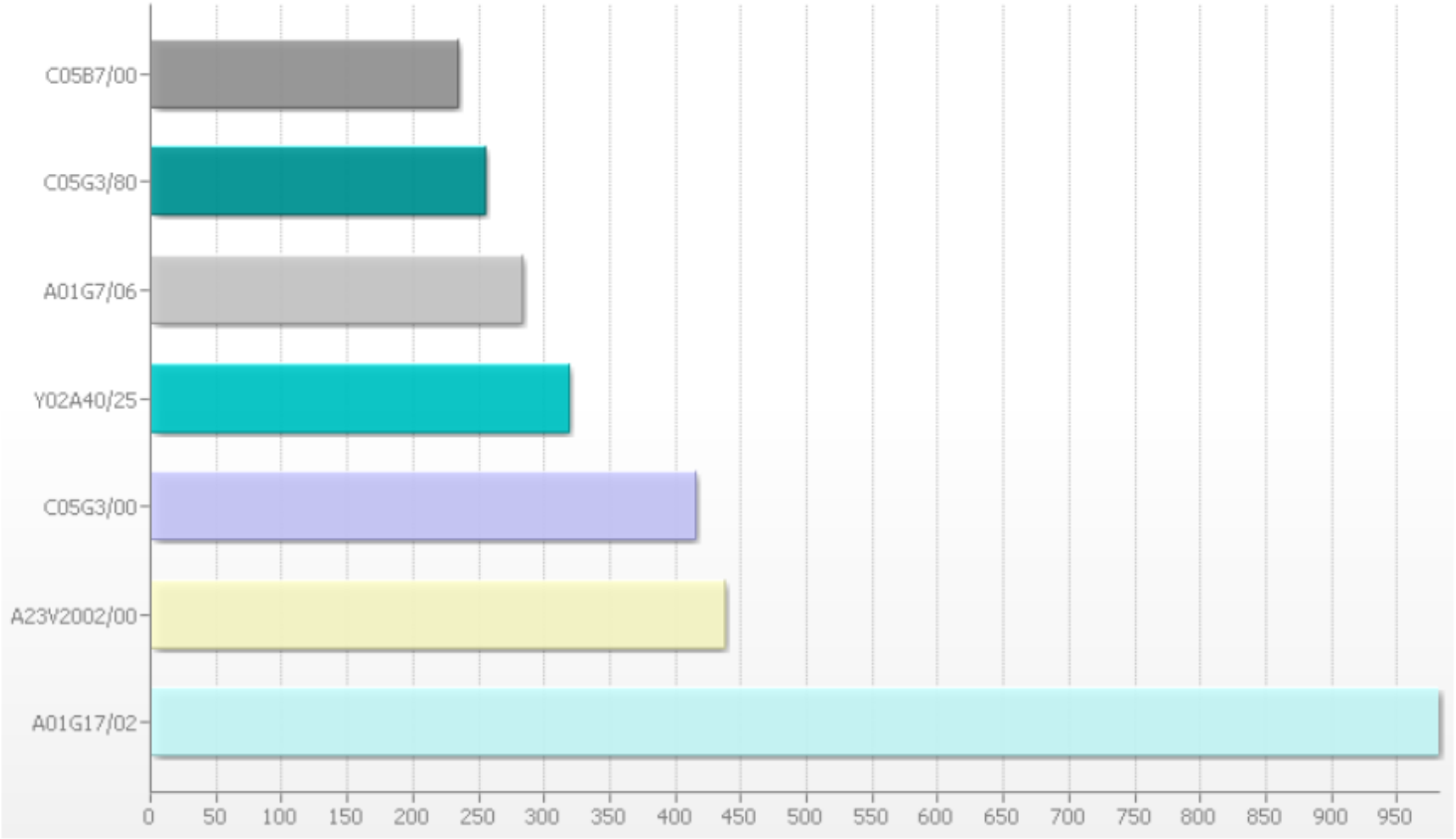
VIGILANCIA TECNOLÓGICA:CADENA DE LA UVA

PRINCIPALES CAMPOS DE PATENTES



VIGILANCIA TECNOLÓGICA:CADENA DE LA UVA

CLASIFICACIÓN COOPERATIVA DE PATENTES DE UVA



VIGILANCIA TECNOLÓGICA:CADENA DE LA UVA

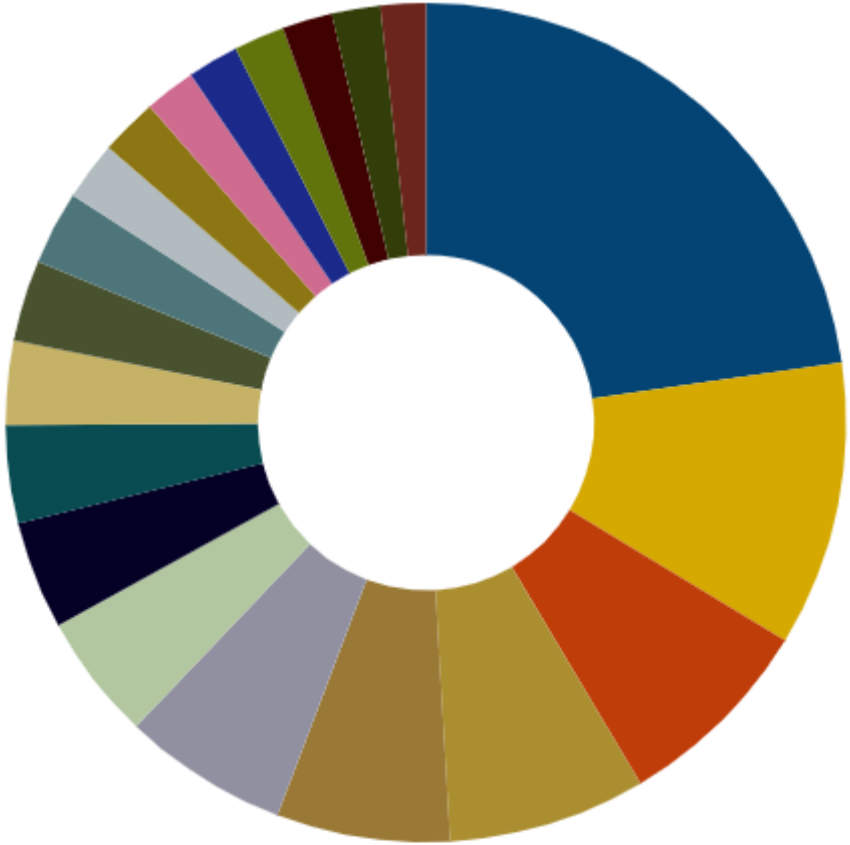
PAÍS DE INTERÉS VS PAÍS RESIDENTE DE EMPRESAS QUE PATENTAN

	CN	US	WO	EP	AU	ES	KR	JP	CA	CL	PT	FR	RU	HU	AR	NZ	IT	MX	BR	ZA	PL	DK	EA
China	1329	13	20	8	1				2														
European Patent	62	62	70	33	26	54	7	43	42	18	53		8	53	18	19					36	35	
United States	28	206	95	75	43	12	36	61	61						2			18		9			
Italy	23	46	58	60	45	47				50	41			23	17	39	61	6	6	39			
France	20	60	76	83	14	30	10	10	30	10	12	108		12			2		19	10	12	12	
Spain	5	40	58	59	35	96				34	19	4			34	18		3					19
Japan	30	38	51	47	45		21	89	12	17			12		12			12	12				
Germany	21	21	20	23	21				20	20								21	20				21
South Korea	20	20	21	8			155	22															
Russia			1										79										
Chile		8	10	9	9				8	11					1								
Czech Republic																	5						

Nota: China (CN), Estados Unidos (US), WIPO (WO), Oficina Europea de Patentes (EP), Australia (AU), España (ES), Corea del Sur (KR), Japón (JP), Canadá (CA), Chile (CL), Portugal (PT), Francia (FR), Rusia (RU), Hungría (HU), Argentina(AR), Nueva Zelanda (NZ), Italia (IT), México (MX), Brasil (BR), Sudáfrica (ZA), Polonia(PL), Dinamarca (DK), Filipinas(PH), Organización Euroasiática de Patentes (EA).

VIGILANCIA TECNOLÓGICA:CADENA DE LA PALTA

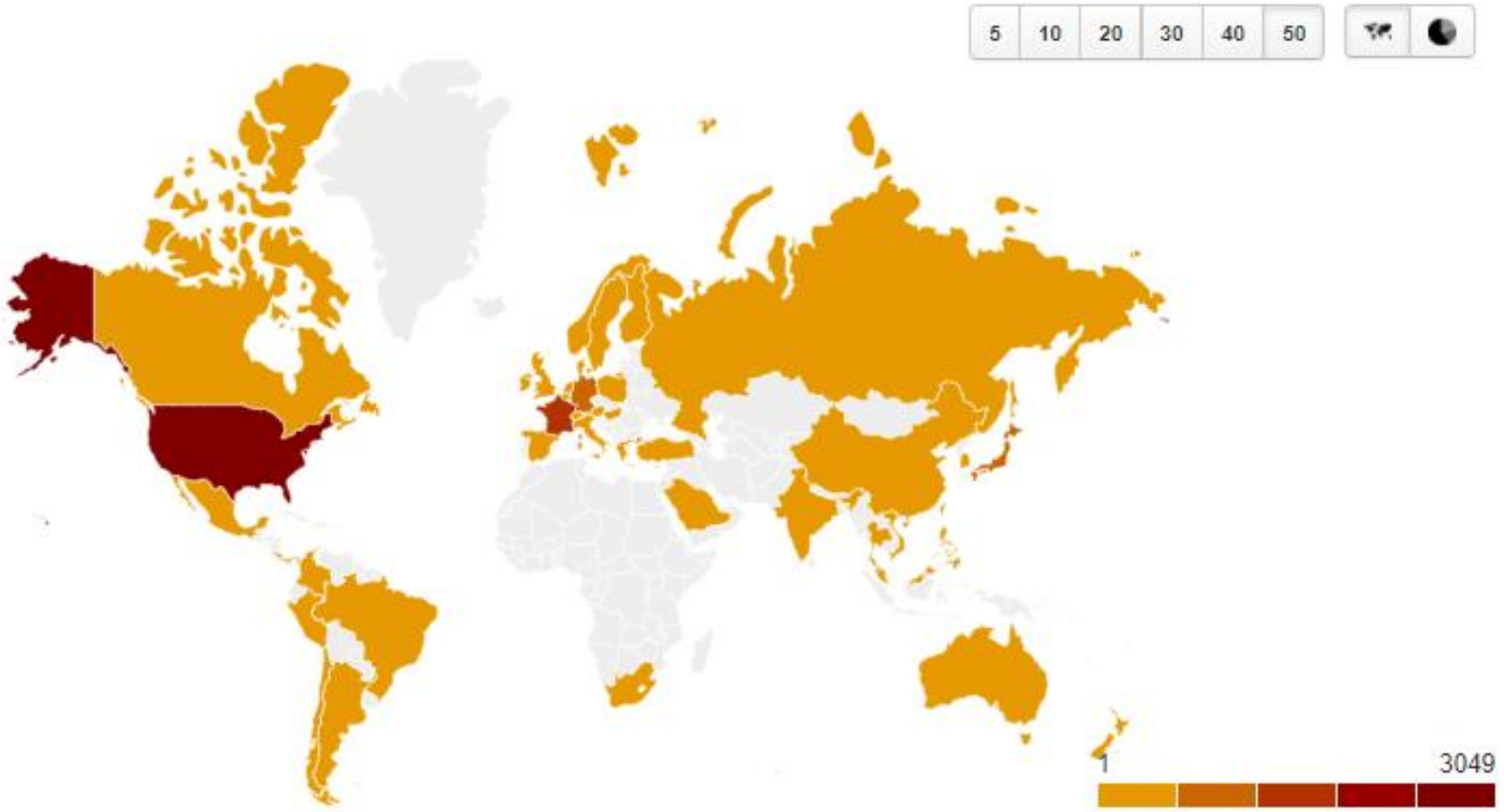
PRINCIPALES CAMPOS DE PATENTES



- **A61K8/00 (4695 patents, 23%)** Cosmetics or similar toilet preparations
- **A61Q19/00 (2271 patents, 11%)** Preparations for care of the skin
- **A61K31/00 (1609 patents, 8%)** Medicinal preparations containing organic active ingredients
- **A61Q5/00 (1576 patents, 8%)** Preparations for care of the hair
- **C12N15/00 (1377 patents, 7%)** Mutation or genetic engineering
- **A01N43/00 (1317 patents, 6%)** Biocides
- **A61K9/00 (1002 patents, 5%)** Medicinal preparations characterised by special physical form
- **A61Q1/00 (860 patents, 4%)** Make-up preparations
- **A61Q17/00 (783 patents, 4%)** Barrier preparations
- **A61K36/00 (667 patents, 3%)** Medicinal preparations of undetermined constitution containing material from algae
- **A61K47/00 (649 patents, 3%)** Medicinal preparations characterised by the non-active ingredients used
- **C07K14/00 (588 patents, 3%)** Peptides having more than 20 amino acids
- **A23L33/00 (468 patents, 2%)** Modifying nutritive qualities of foods
- **A61P17/00 (453 patents, 2%)** Drugs for dermatological disorders
- **C12N9/00 (408 patents, 2%)** Enzymes
- **A01N37/00 (408 patents, 2%)** Biocides

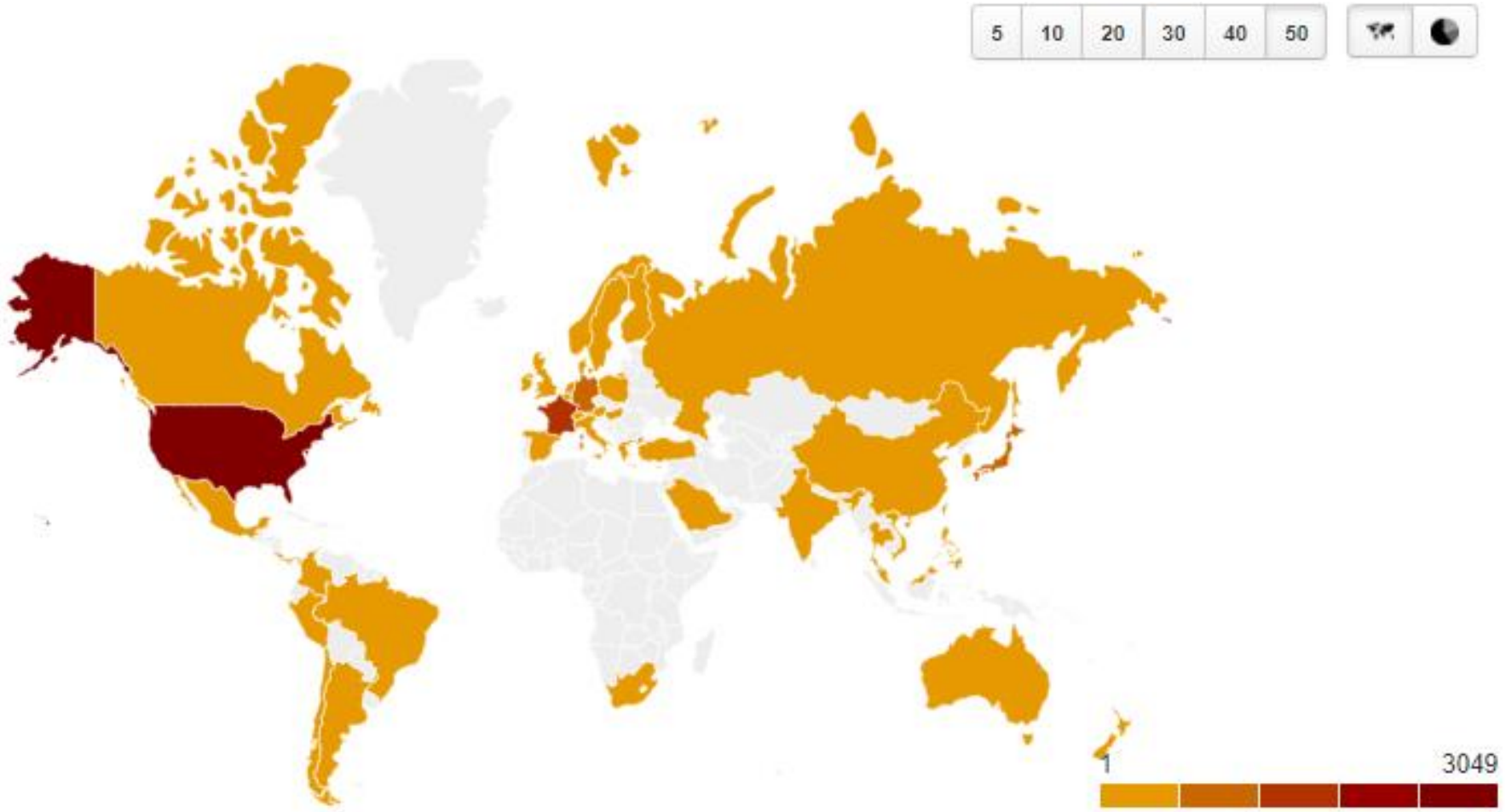
VIGILANCIA TECNOLÓGICA:CADENA DE LA PALTA

PAÍSES DESARROLLADORES DE TECNOLOGÍAS RELACIONADO A LA PALTA EN SECTOR ALIMENTOS



VIGILANCIA TECNOLÓGICA:CADENA DE LA PALTA

PAÍSES DESTINO DE PATENTAMIENTO TECNOLOGÍAS RELACIONADO A LA PALTA EN SECTOR ALIMENTOS



Webinar Exportador

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial

prom perú

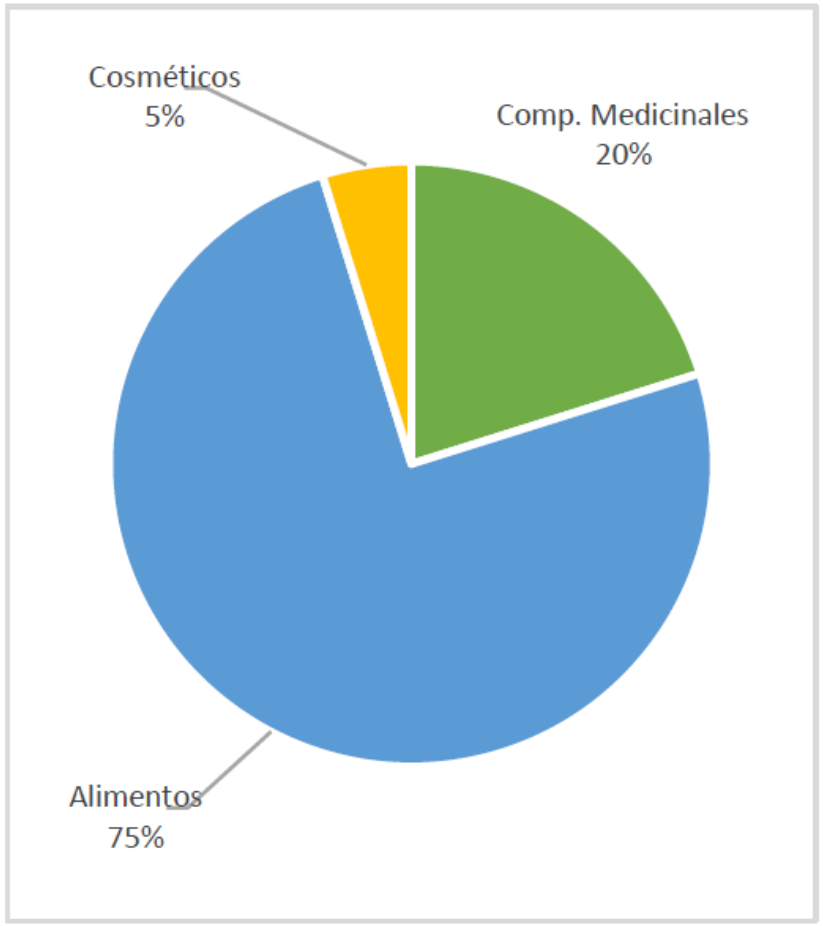
VIGILANCIA TECNOLÓGICA:CADENA DE LA PALTA

- Patente CN111264620A - 2020-06-11
- Solicitante: Anhui Qiuguod food co LTD. De China.
- Bebida de jugo verde de grano de aguacate con funciones adelgazantes, prevenir enfermedades cardiovasculares, reducir la presión arterial, grasa en la sangre, funciones hepáticas, renales, inflamación gastrointestinal.

VIGILANCIA TECNOLÓGICA:CADENA DE LOS ARÁNDANOS

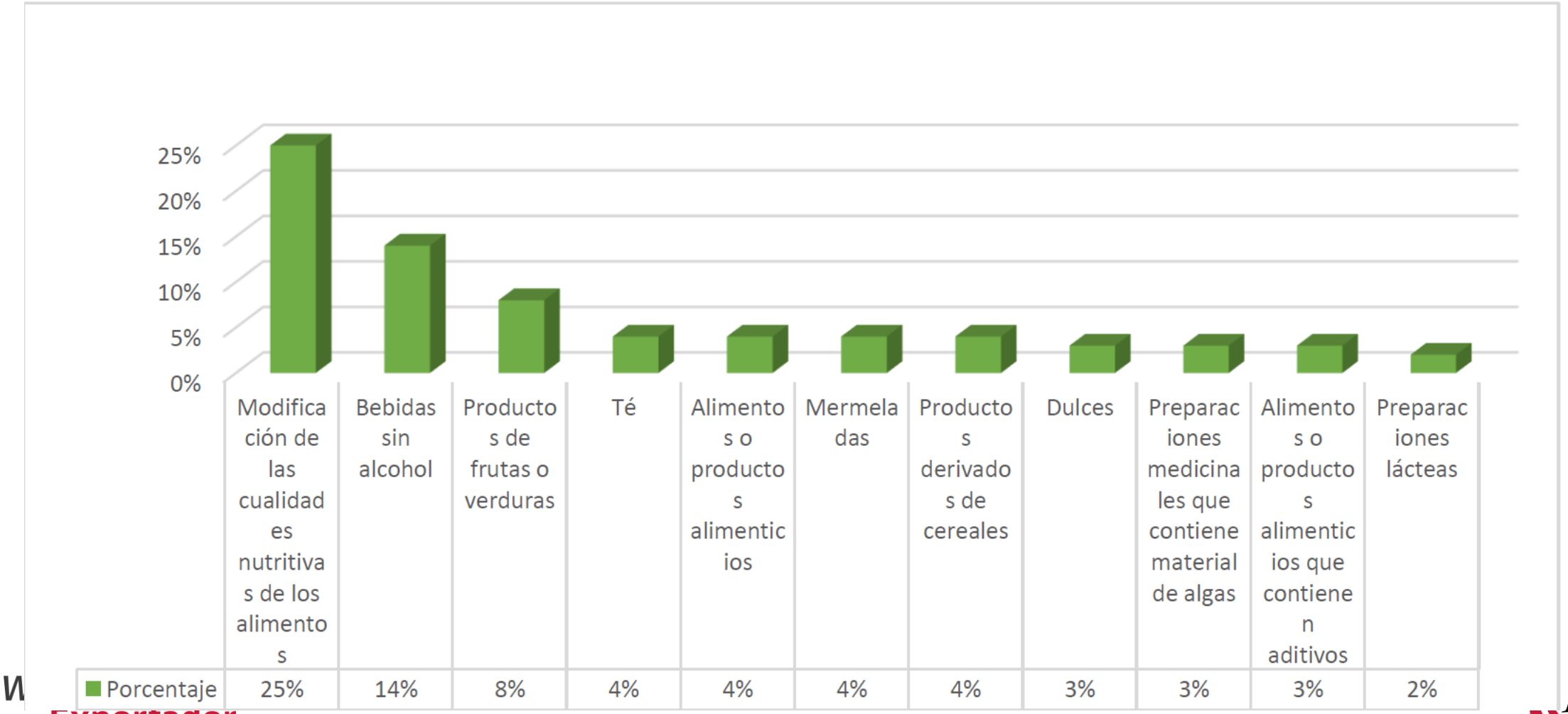
PRINCIPALES CAMPOS DE PATENTES

Del total de invenciones, se encontró que un total de 998 invenciones que refieren a compuestos medicinales (A61K y A61P), 3717 que refieren a alimentos (A23), y 236 que refieren a cosméticos (A61Q y A61K8/00).



VIGILANCIA TECNOLÓGICA:CADENA DE LOS ARÁNDANOS

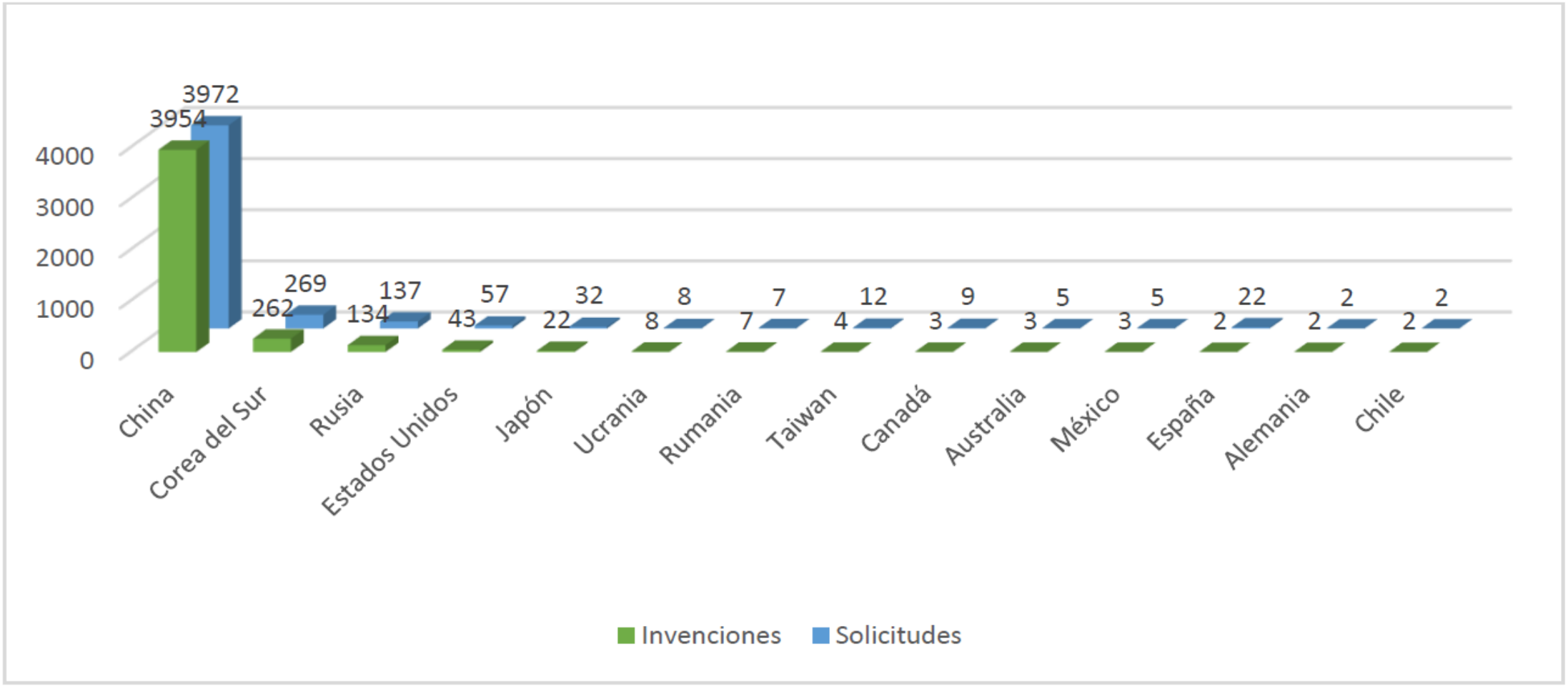
PRINCIPALES TECNOLOGÍAS RESPECTO AL CAMPO DE ALIMENTOS



	Modificación de las cualidades nutritivas de los alimentos	Bebidas sin alcohol	Productos de frutas o verduras	Té	Alimentos o productos alimenticios	Mermeladas	Productos derivados de cereales	Dulces	Preparaciones medicinales que contiene material de algas	Alimentos o productos alimenticios que contienen aditivos	Preparaciones lácteas
Porcentaje	25%	14%	8%	4%	4%	4%	4%	3%	3%	3%	2%

VIGILANCIA TECNOLÓGICA:CADENA DE LOS ARÁNDANOS

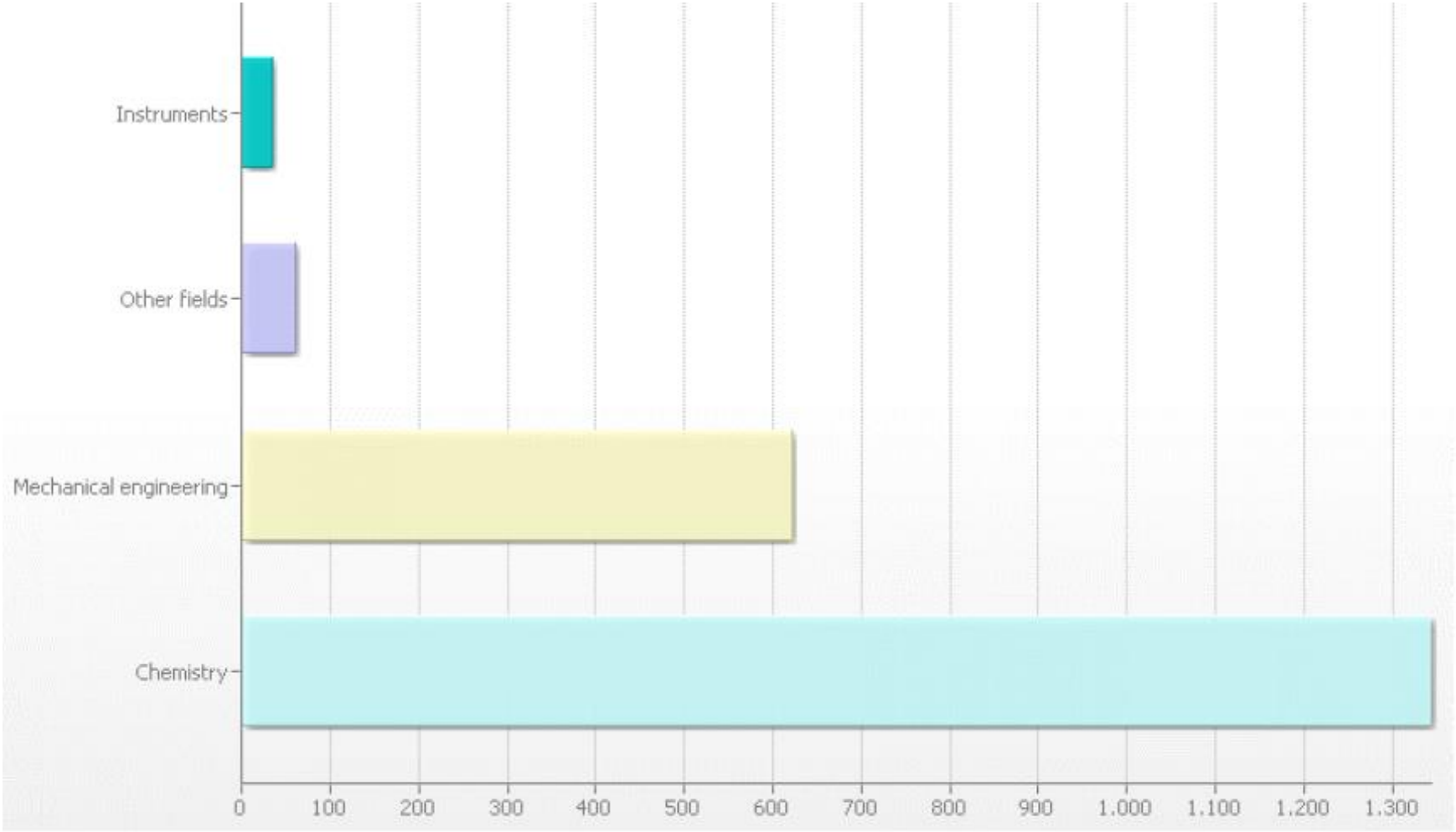
PRINCIPALES PAÍSES E INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PATENTES



Webinar Exportador

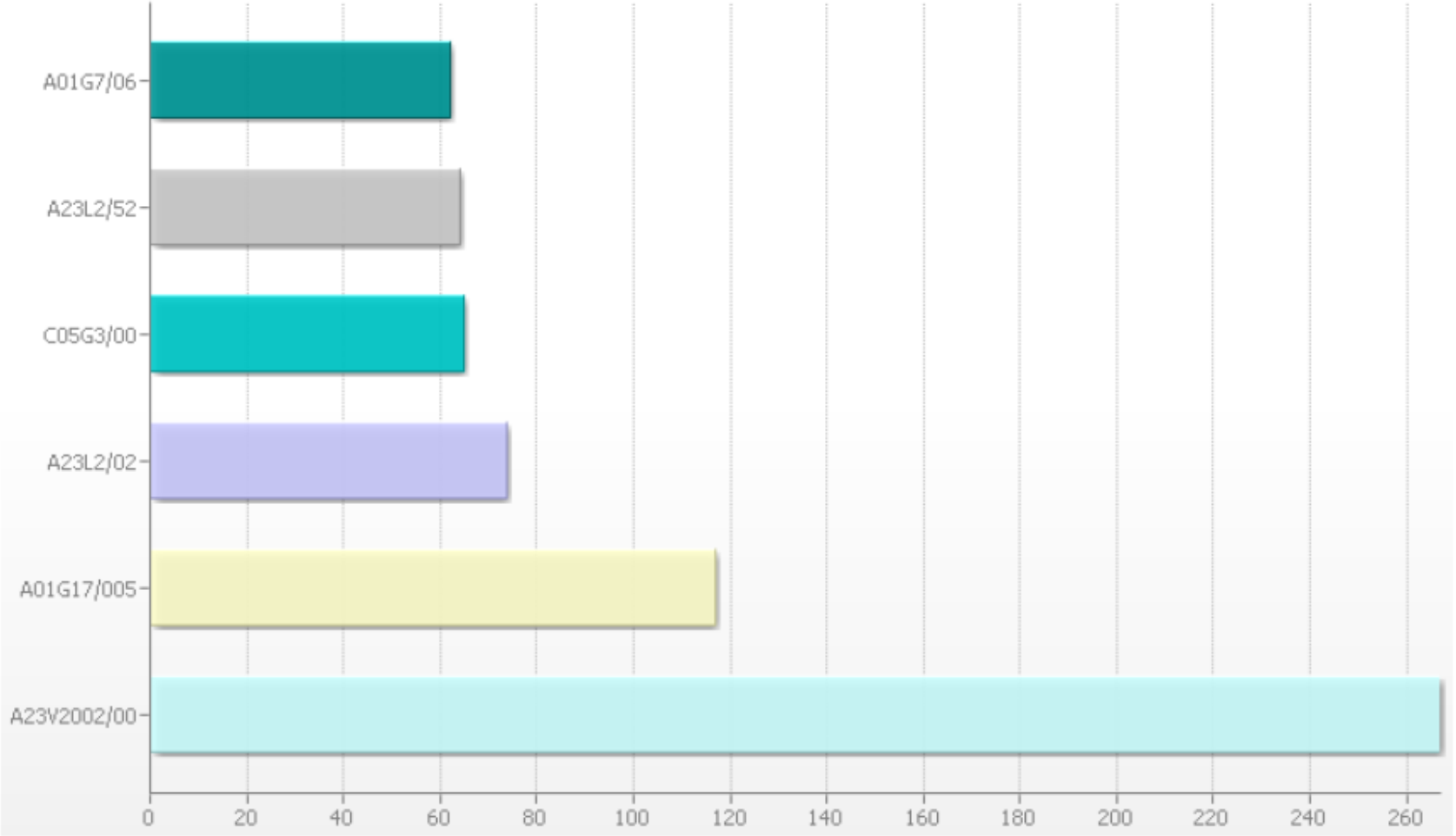
VIGILANCIA TECNOLÓGICA:CADENA DEL MANGO

PRINCIPALES CAMPOS DE PATENTES



VIGILANCIA TECNOLÓGICA:CADENA DEL MANGO

CLASIFICACIÓN COOPERATIVA DE PATENTES DE MANGO



VIGILANCIA TECNOLÓGICA:CADENA DEL MANGO

PAÍS DE INTERÉS VS PAÍS RESIDENTE DE EMPRESAS QUE PATENTAN

	CN	WO	AU	US	EP	ZA	CA	PH	ES	JP	MX	TW	BR	PE	SG	PL	MY	PT	IL	GT	AR
China	404	88	88			88	88														
United States	30	31	27	67	36				32	28	28	30	28	27	27	27	27	27	27	27	27
Philippines		6						81													
India		21		22	21																
Italy	13	16		13	17				3												
Japan	8	8		8	9					15		8									
Spain			6		7				15												
EP		7	8	8	8				7												
Mexico		2		3							13										
South Korea			3																		
Taiwan												2									

Nota: China (CN), WIPO (WO), Australia (AU), Estados Unidos (US), Oficina Europea de Patentes (EP), Sudáfrica (ZA), Canadá (CA), Filipinas(PH), España (ES), Japón (JP), México (MX), Taiwán (TW), Brasil (BR), Perú (PE), Singapur (SG), Polonia (PL), Malasia (MY), Portugal (PT), Israel (IL), Guatemala(GT), Argentina(AR).

TEMAS QUE TRANSFORMAN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE ASIA PACÍFICO

TEMAS QUE TRANSFORMAN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE ASIA PACÍFICO

Tendencias	Transversal a la industria → Alimento y nutrición
Vida Digital →	"Ghost kitchens" Entrega delivery a través de 3ros Automatización
Repensar el bienestar →	**Mindful en la alimentación** **Alimento como medicina**
Vida sostenible →	Abastecimiento ético Alimentos de origen vegetal Futuro sin plástico
Haz mi vida más fácil →	**Restaurante a domicilio** **En cualquier momento y en cualquier lugar, ocasiones de comida**
Búsqueda de experiencias →	Indulgencia permisible Sensorial - fusiones de textura y sabor

Webinar Exportador

Fuente: Euromonitor

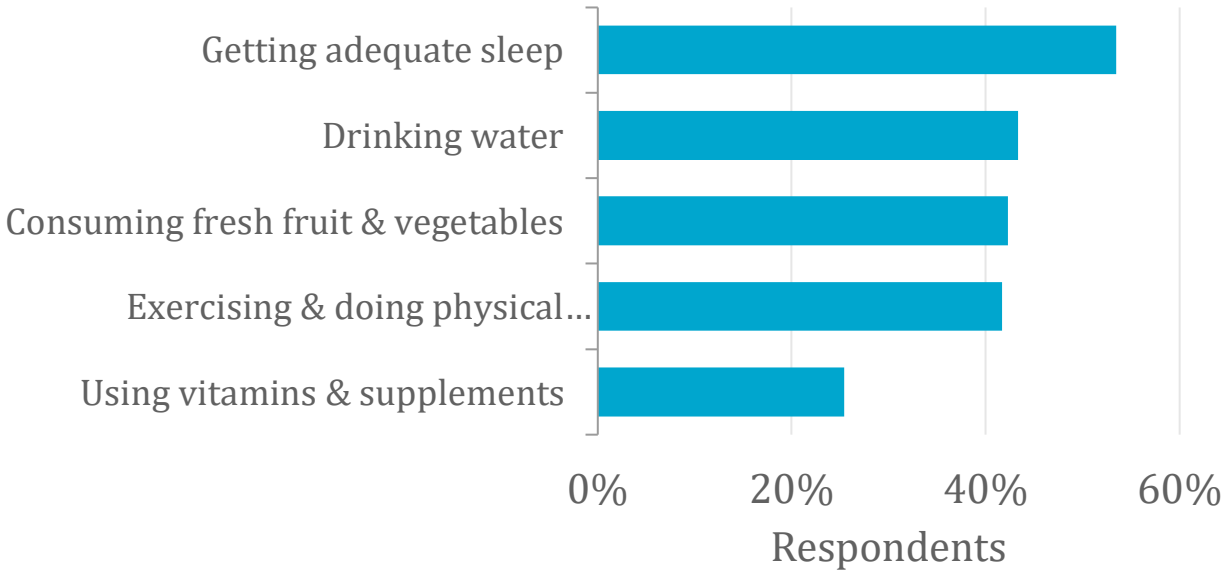
Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial

prom perú

REPENSAR EL BIENESTAR: IMMUNIDAD Y BIENESTAR EMOCIONAL PASAN A PRIMER PLANO

REPENSAR EL BIENESTAR

Los cinco factores principales que tienen un gran impacto en su inmunidad



Source: Euromonitor Voice of the Consumer: Health and Nutrition Survey, 2021

- La búsqueda de inmunidad es un cambio de estilo de vida que afecta a todas las industrias de consumo.
- Innovación en torno a productos funcionales para respaldar objetivos de bienestar, desde suplementos hasta alimentos y bebidas funcionales como jugos de vitamina C, tés calmantes o bocadillos envasados con CBD.
- El bienestar integral significa dormir lo suficiente, agua, frutas y verduras.

HAGA MI VIDA MÁS FÁCIL: LOS CONSUMIDORES ANHELAN COMPRAS SIN FRICCIONES

HAZ MI VIDA MÁS FÁCIL

	Australia	China	India	Indonesia	Japón	South Korea	Thailand
Pago fácil a través de billeteras digitales	40%	47%	51%	60%	19%	22%	59%
Scanee artículos mientras compra y realice el pago a través del teléfono móvil	34%	47%	47%	45%	29%	31%	47%
Seleccionar artículos y poder salir inmediatamente de la tienda con la compra ejecutada	33%	38%	48%	44%	25%	34%	41%
Posibilidad de acceder a la información del producto a través de códigos QR	27%	36%	44%	42%	34%	31%	42%
Probadores virtuales que le muestran cómo encajará el producto	29%	36%	42%	38%	32%	36%	37%

- El sudeste asiático ha experimentado una enorme aceleración en la adopción de billeteras debido a la preocupación por los riesgos para la salud del manejo de efectivo, mientras que los pagos móviles siguen siendo una opción igual para los consumidores chinos.

HAGA MI VIDA MÁS FÁCIL: LOS CONSUMIDORES ANHELAN COMPRAS SIN FRICCIONES

VIDA DIGITAL

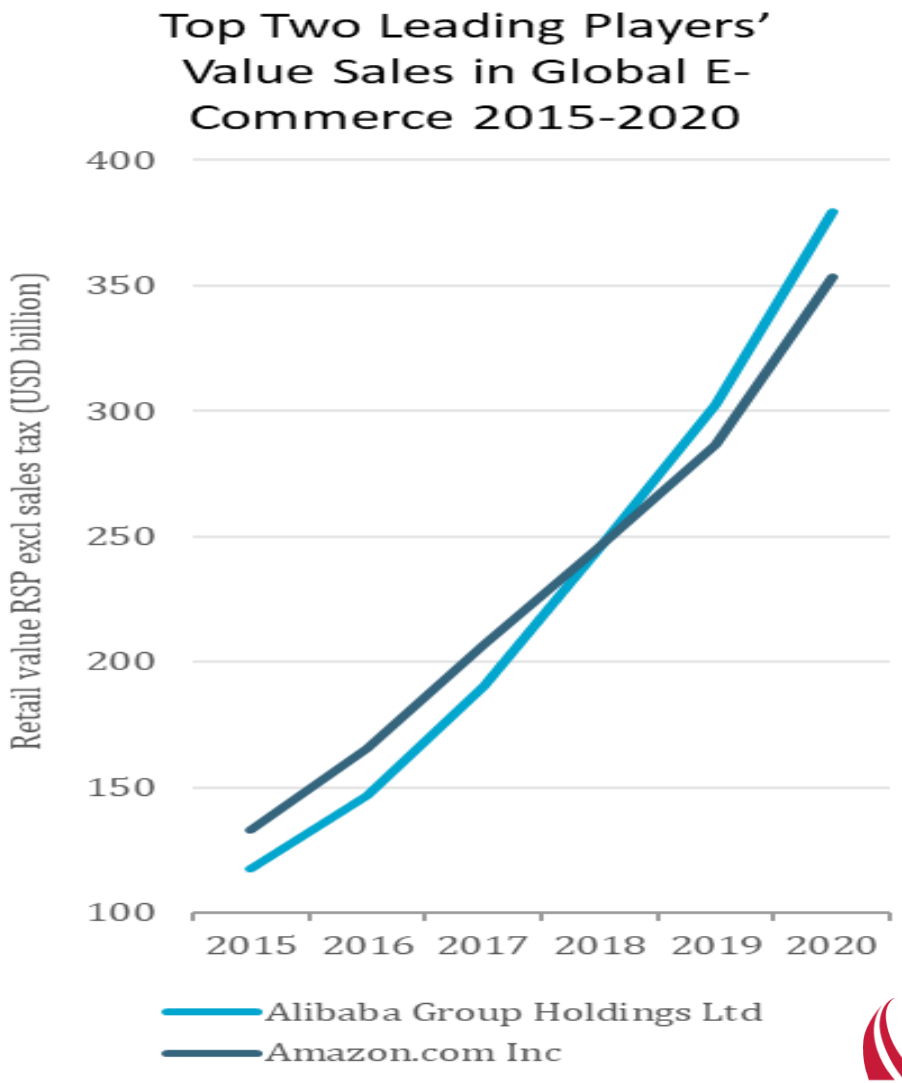
Source: Euromonitor Voice of the Consumer: Digital Consumer Survey, fielded March to April 2021

- Nuevos modelos comerciales de comercio electrónico como billeteras digitales, pruebas virtuales y transmisiones en vivo.
- Gran aceptación entre la Generación X se incrementó casi tanto como entre los Millennials y la Generación Z, particularmente cuando se considera la facilidad de pago.

CHINA: VENTA MINORISTA; MAYOR PENETRACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

VIDA DIGITAL

- Aliababa, actor de comercio electrónico líder en el mundo con un 15%participación en 2020.
- Modelo de negocio que expande su oferta a través de una nueva plataforma,transmisión en vivo, entrega de última milla con un enfoque de DTC(direct to consumer).
- Taobao Deals (DTC) exclusiva de Taobao que vincula a las fábricas directamente con los consumidores.



Webinar Exportador

Fuente: Euromonitor

prom perú

ALIBABA GROUP: NUEVOS MODELOS COMERCIALES CLAVEs PARA EL ÉXITO CONTINUO

VIDA DIGITAL

- Una combinación de offline y online (O + O) y la entrega de última milla son fundamentales para la estrategia de Alibaba, ejemplificada por Freshippo. Si los clientes piden alimentos frescos en la tienda a través de la aplicación Freshippo y pagan con la billetera digital de Alibaba, Alipay, pueden recibir alimentos frescos en 30 minutos de los supermercados Freshippo locales: la calidad, la frescura y la entrega rápida son claves para la oferta.

https://www.youtube.com/watch?v=xWZBAx6sOX4

LOS CINCO PRINCIPALES MERCADOS PARA UNA VIDA SOSTENIBLE EN ASIA PACÍFICO

VIDA SOSTENIBLE

- Los productos a base de plantas están ganando terreno en toda la región, pero están impulsando particularmente la tendencia en China y Japón, que son pioneros en innovación y desarrollo de nuevos productos para satisfacer los gustos y preferencias locales. Reconociendo el enorme potencial, varios actores internacionales han ingresado recientemente a los mercados, como Nestlé que lanza sustitutos de la carne en China y Danone trae leche de avena Alpro a Japón en 2020.

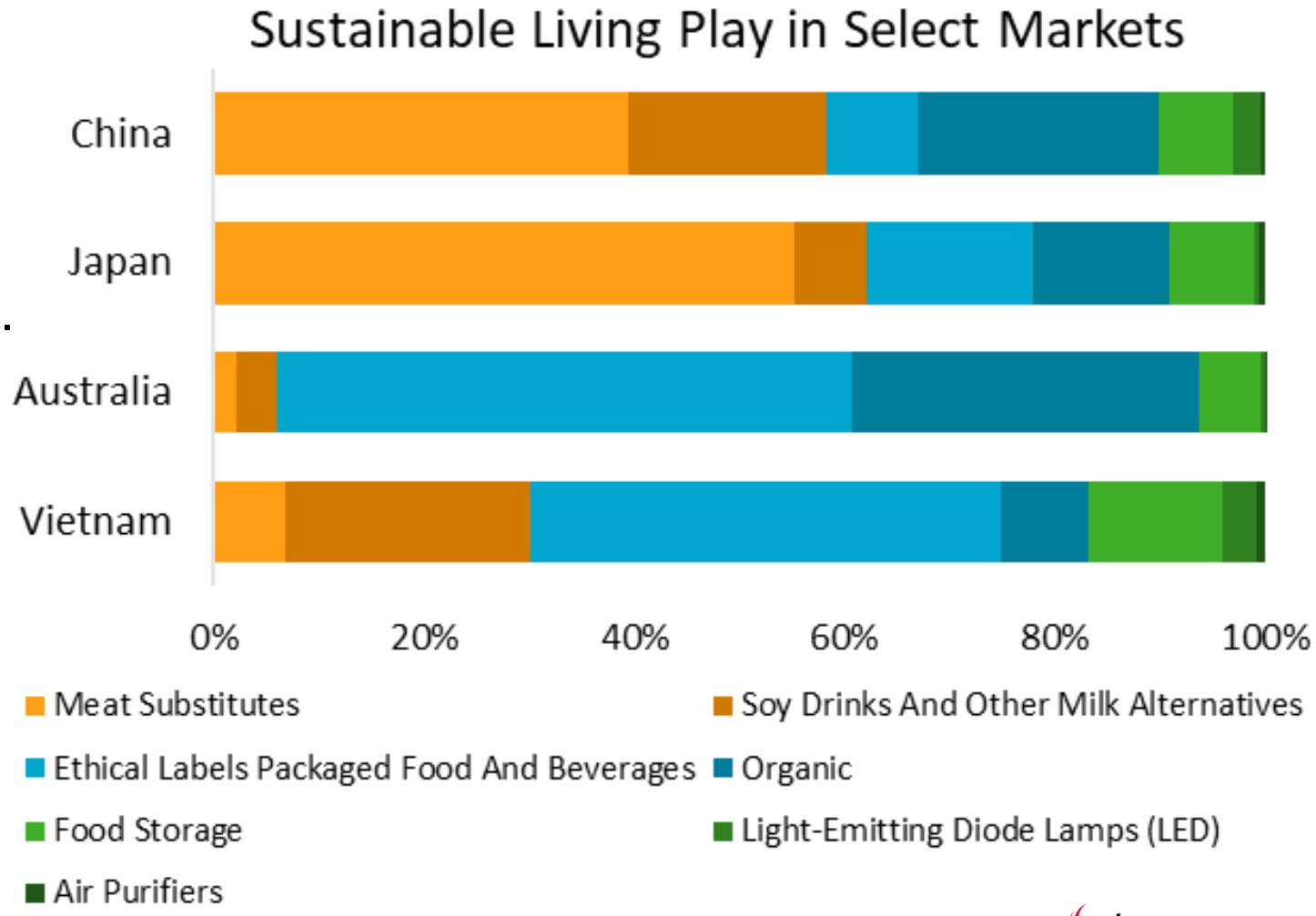
Top Five Markets for Sustainable Living in Asia Pacific (Ranking)

Market size (2020)	Market size (CAGR 2020-2025)
1.China	1.Australia
2.Japan	2.Vietnam
3.India	3.China
4.Australia	4.Malaysia
5.Indonesia	5.New Zealand

LOS CINCO PRINCIPALES MERCADOS PARA UNA VIDA SOSTENIBLE EN ASIA PACÍFICO

VIDA SOSTENIBLE

- Mayor demanda de productos sostenibles.
- Empresas buscan nuevas formas de comunicar, educar al consumidor.



LOS CINCO PRINCIPALES MERCADOS PARA UNA VIDA SOSTENIBLE EN ASIA PACÍFICO

BÚSQUEDA DE EXPERIENCIAS

- Joyoung, un fabricante chino de aparatos de cocina y preparación de alimentos, lanzó una máquina de bebidas en cápsulas autolimpiantes bajo su marca One Cup en 2020.
- Las máquinas en cápsulas de One Cup están diseñadas para estar más localizadas, ya que vienen con cápsulas para té con leche, té de hierbas y bebidas de soja además del café, que son bebidas tradicionales en China.

According to Euromonitor International, Joyoung ranked fourth in retail sales volume of pod coffee machines in Asia Pacific (2020)

Webinar
Exportador

Perfil del consumidor y tendencias de consumo de alimentos en China

Preguntas y respuestas

Lic.Diana Maraví Acosta

dmaravi@promperu.gob.pe

Sub dirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial
Especialista en Mercados

2021

Lima, 13 de octubre de 2021