

# CAFÉ & NUECES EN CHINA



## I. RESUMEN EJECUTIVO

---

El presente estudio de mercado tiene como objetivo identificar oportunidades realizables para la oferta exportable peruana de cafés y nueces provenientes de Perú en China, a través de una descripción específica y sistemática de las dinámicas comerciales de dichos mercados.

Para lograr dicho objetivo, se tomarán como objeto de estudio los productos priorizados por PROMPERÚ dentro de las líneas de café y nueces. Posteriormente, se recopilarán y analizarán tanto fuentes primarias, donde las entrevistas a profundidad y las visitas a centros de distribución serán las principales herramientas de investigación de mercado a utilizar; como fuentes secundarias, representadas por publicaciones académicas, revistas especializadas y bases de datos estadísticas.

China, en los últimos tiempos, se ha consolidado como uno de los mercados de importación más dinámicos de cafés en todas sus presentaciones. De hecho, China se ha convertido en el tercer mayor importador de la categoría, únicamente por detrás de Japón y Corea, con compras valorizadas en USD 800 millones en 2023, así como uno de los mercados más dinámicos del último quinquenio con una tasa de crecimiento anual de 31.3% de acuerdo con COMTRADE.

La expansión del mercado de cafés en China ha sido notable, impulsada por diversos factores que han influido en los hábitos de consumo de la población como (i) el aumento del poder adquisitivo, lo que ha permitido que más personas accedan a productos premium como el café; (ii) la creciente urbanización y occidentalización, lo cual ha propiciado que el café sea percibido como una bebida moderna y sofisticada asociada con un estilo de vida cosmopolita, sobre todo entre los segmentos más jóvenes; (iii) la expansión de las cadenas de cafeterías internacionales, las cuales han introducido el concepto de café de especialidad y han educado a los consumidores chinos sobre las diferentes

variedades y métodos de preparación; (iv) la cultura del café como experiencia social, las cafeterías se han convertido en lugares populares para reunirse con amigos, lo cual ha aumentado la frecuencia de consumo; y (v) la innovación en productos y servicios, para adaptarse a las preferencias del mercado, las principales marcas han desarrollado bebidas de café con sabores locales, así como opciones de café helado.

En resumen, el crecimiento del mercado de cafés en China se debe a una combinación de factores socioeconómicos, culturales y comerciales que han generado un aumento en la demanda y la popularidad del café en el país. Este crecimiento continuará ofreciendo oportunidades significativas para los productores y comerciantes de café tanto locales como internacionales en el mercado chino.

Por otro lado, una segunda línea a explorar es la concerniente a las nueces en todas sus presentaciones. En 2023, China se mantuvo como el cuarto mercado importador de nueces del subcapítulo 0801, el cual agrupa subpartidas relacionadas a nueces del Brasil o castañas y nueces del Marañón, tanto frescas como secas, con compras valorizadas en USD 879 millones, solamente superado por Vietnam, India y Estados Unidos. A diferencia del café, China muestra una estructura de proveeduría básicamente regional en lo que respecta a nueces, con una fuerte demanda de nueces del Marañón o cajú, sin cáscara, por USD 246 millones y, en menor medida, por nueces del Brasil o castañas, por USD 4.3 millones en 2023.

Sin embargo, aunque las oportunidades podrían parecer menores en lo que respecta a nueces del Brasil, es importante mencionar que el segmento de nueces en China presenta un gran potencial debido a varios factores que favorecen la demanda y la aceptación de este tipo de productos en el país asiático como (i) la creciente demanda de frutos secos, al ser considerados como saludables y nutritivos; (ii) la expansión de la clase media, la cual ha propiciado una creciente disponibilidad de ingresos discrecionales, lo que ha llevado a una mayor demanda de productos importados de alta calidad, como las nueces

importadas, las cuales se perciben como exclusivas; (iii) la cultura de regalos y obsequios, las nueces, especialmente cuando se presentan en envases elegantes y de alta gama, son consideradas como regalos deseables y apropiados para ocasiones especiales como festividades, celebraciones y eventos empresariales; (iv) la diversificación del mercado minorista, como consecuencia de la creciente presencia de supermercados, tiendas de conveniencia y plataformas de comercio electrónico, lo cual ha ampliado el acceso de los consumidores a una variedad más amplia de productos importados, incluidas las nueces; y (v) el potencial para la diferenciación y la promoción de la marca, las nueces importadas tienen características únicas y sabor distintivo que pueden diferenciarlas en el mercado chino a través de atributos como la calidad y la autenticidad.

En síntesis, el presente estudio de mercado se enfoca en realizar un análisis exhaustivo de las diversas facetas que influyen en las actividades comerciales que están en curso en China. El objetivo es identificar tanto las oportunidades actuales como las potenciales para la oferta exportable peruana, que ha sido priorizada por PROMPERÚ.

## II. ALCANCE DEL ESTUDIO ESPECIALIZADO

---

El presente estudio especializado se enfoca en identificar y analizar oportunidades comerciales en el mercado chino para los productos priorizados por PROMPERÚ, pertenecientes a la línea de café y nueces. Este estudio se ha llevado a cabo con el objetivo de proporcionar a los exportadores peruanos una comprensión clara del mercado chino y facilitar su entrada y expansión en el mismo.

Para los exportadores peruanos, China representa un mercado estratégico y de alto potencial debido a su tamaño y crecimiento económico sostenido. Identificar oportunidades comerciales en China para productos peruanos de café y nueces, le proporcionará acceso a un mercado masivo y en crecimiento, permitiéndoles diversificar sus destinos de exportación y aumentar sus ingresos.

Dentro de las principales actividades que se realizaron para la elaboración exitosa del presente estudio especializado se encuentran:

- Recopilación y análisis de información sobre el mercado chino de cafés y nueces, incluyendo tendencias de consumo, competencias y regulaciones.
- Identificación y selección de treinta y cinco compradores potenciales en China mediante investigación de mercado y análisis de bases de datos.
- Realización de entrevistas a profundidad de veinticinco compradores y/o importadores seleccionados por PROMPERÚ para obtener información detallada sobre sus necesidad, preferencias y requisitos.
- Elaboración de perfiles detallados de los compradores y/o importadores potenciales, incluyendo información de contacto, comportamiento de compra y capacidad de información.
- Compilación y análisis de datos para generar un informe exhaustivo sobre el mercado chino, destacando oportunidades y desafíos para los productos peruanos de las líneas de café y nueces.

En cuanto al alcance geográfico, todas las actividades del estudio se llevaron a cabo en las ciudades chinas de Beijing, Shanghái, Guangzhou, Hangzhou, Nanjing, Yantai y Chengdú, centrándose en el mercado y utilizando fuentes de información locales y entrevistas directas con compradores potenciales domiciliados en China.

Finalmente, este estudio proporciona a los exportadores peruanos una visión detallada y estratégica del mercado chino para los productos de café y nueces, permitiéndoles tomar decisiones informadas y maximizar sus oportunidades de exportación en este mercado clave.

### III. ANÁLISIS DEL PRODUCTO

#### 3.1. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS

Tal como se mencionó en capítulos anteriores, en el presente estudio especializado se analizarán productos priorizados por PROMPERÚ, correspondiente a dos líneas de interés: cafés y nueces. A continuación, se presenta la descripción de los dos principales productos a analizar, propios de la oferta exportable peruana.

##### A. CAFÉ



**Nombre científico:** Coffea arabica L

**Nombre comercial:** Café & coffee

**Formas de presentación:** Grano verde, tostado, molido, descafeinado

**Zonas de producción:** Junín, Cajamarca, San Martín, Cusco, Amazonas, Puno, Ayacucho y Huánuco

El café es un cultivo permanente que se produce a partir del árbol del cafeto. Estos arbustos requieren condiciones específicas como una temperatura elevada (entre 20° y 25° C) y una humedad atmosférica importante. Prefieren ser cultivados en semisombra y necesitan protección contra los vientos y las temperaturas bajas.

La variedad propia de la oferta peruana es la arábica, la cual se caracteriza por tener un contenido de cafeína menor que la variedad robusta y que también es cultivada en Colombia, Centroamérica y Brasil. Por otro lado, dentro de sus subvariedades de especialidad importantes se encuentran *Typica*, *Geisha*, *Caturra*, *Catimores* y *Borbón*.

Cuadro N°01: Variedades de cafés por región de producción en Perú

Región / Variedad	Caturra	Típica	Borbón	Catimor	Evaluación Tastify
Amazonas	X	X		X	Frutal - Dulce
Cajamarca	X	X	X		Dulce - Acidez
Cusco	X	X	X		Frutal - Acidez
Huánuco	X	X		X	Acidez - Frutal
Junín	X	X		X	Frutal - Dulce
Pasco	X	X		X	Frutal - Acidez
Piura	X	X		X	Dulce - Frutal
Puno	X	X	X		Dulce - Frutal
San Martín	X	X		X	Frutal - Dulce
Ayacucho	X	X		X	Acidez - Cuerpo

Fuente: Cafés del Perú - PROMPERÚ

Para mayor información sobre la oferta exportable de café de especialidad peruana por favor visitar el siguiente enlace: [Cafés del Perú](#) .

## B. CASTAÑA



**Nombre científico:** Castanea sativa

**Nombre comercial:** Castaña & nuez del Brasil

**Formas de presentación:** con y sin cáscara, snacks y aceites esenciales

**Zonas de producción:** Madre de Dios

La castaña es la única variedad de nuez en el mercado que no se cultiva deliberadamente, sino que se obtiene a través de la recolección silvestre. Su proceso de regeneración natural se debe a la polinización realizada por abejas y al papel crucial del añuje, un roedor de gran tamaño que se alimenta de sus semillas después de romper la dura cáscara de los frutos, los cuales pueden pesar entre 1 y 2 kilogramos y contener entre 8 y 24 semillas. Estos árboles, que pueden alcanzar hasta los 50 metros de altura, son una de las especies más imponentes de la selva amazónica y tienen una longevidad que supera los 500 años.

En términos nutricionales, la castaña es una excelente fuente de calcio, fósforo y magnesio, lo que contribuye al fortalecimiento del sistema óseo. Además, su bajo contenido de sodio y alto contenido de potasio ayudan a mantener la presión arterial estable y a garantizar el correcto funcionamiento del sistema nervioso y muscular.

### 3.2. TRATAMIENTO ARANCELARIO

Se ha procedido a identificar las subpartidas arancelarias nacionales (HS10) tanto para Perú como para China, aplicables a los productos prioritarios. Estos productos incluyen, dentro de la categoría de nueces, nueces del Brasil, nueces del Marañón o cajú, nueces de Macadamia, castañas y pecanas, así como café en sus diversas presentaciones.

Es importante señalar que, en el ámbito arancelario chino, no se encuentran partidas específicas para dos categorías relevantes para Perú: café sin tostar, sin descafeinar, para siembra; y café tostado, sin descafeinar, molido.

**Cuadro N°02: Subpartidas arancelarias nacionales en China y Perú para los productos priorizados**

Línea	SA10 Perú	SA10 China	Descripción comercial
Nueces	0801.22.00.00	0801.22.00.00	Nueces del Brasil, sin cáscara, frescas o secas
	0801.21.00.00	0801.21.00.00	Nueces del Brasil, con cáscara, frescas o secas
	0801.32.00.00	0801.32.00.00	Nueces del Marañón o cajú, sin cáscara, frescas o secas
	0802.62.00.00	0802.62.00.00	Nueces de Macadamia, sin cáscara, frescas o secas
	0802.42.00.00	0802.42.10.00	Castañas, sin cáscara, frescas o secas
	0802.99.00.00	0802.99.90.00	Los demás (Incl. pecanas)
Café	0901.11.90.00	0901.11.10.00	Café sin tostar y sin descafeinar, en grano
	0901.11.10.00		Café sin tostar, sin descafeinar para siembra
	0901.12.00.00	0901.12.00.00	Café descafeinado, sin tostar
	0901.21.10.00	0901.21.10.00	Café tostado, sin descafeinar, en grano
	0901.21.20.00		Café tostado, sin descafeinar, molido
	0901.22.00.00	0901.22.00.00	Café tostado descafeinado

Fuente: PROMPERÚ – China Customs

### 3.3. OFERTA EXPORTABLE DE PERÚ / PRODUCCIÓN NACIONAL DE PERÚ

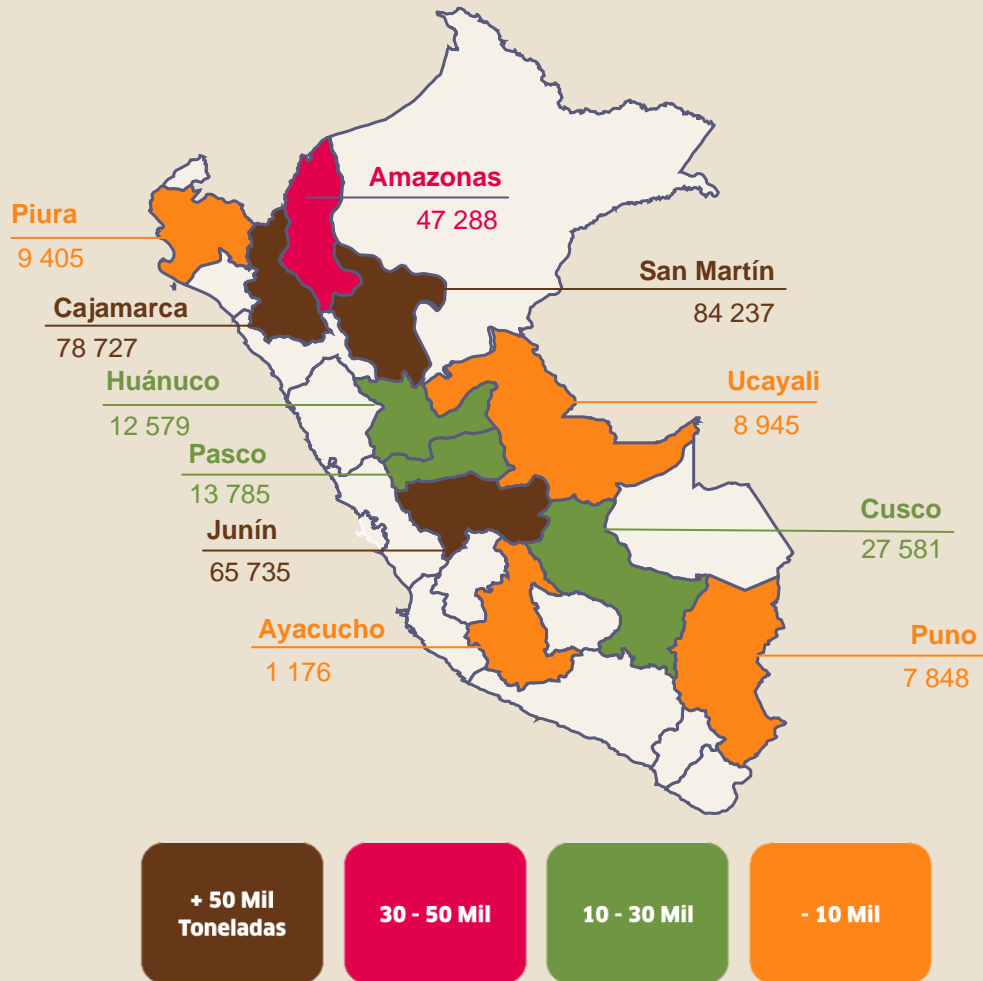
De acuerdo a las estadísticas de producción y exportación, y tomando como referencia la lista de subpartidas priorizadas por PROMPERÚ, se puede observar lo siguiente:

- (i) En lo que respecta a la línea de cafés, la mayoría de la oferta exportable peruana se centra en presentaciones de grano verde, sin tostar. Se destaca la amplia gama de cafés especiales, así como aquellos con certificaciones de sostenibilidad (Bird Friendly, Rainforest Alliance, UTZ, Fair Trade, entre otras) y orgánicas (USDA, Ecológica – UE y JAS). Es relevante mencionar que, en los últimos años, ha surgido una oferta emergente de café tostado sin descafeinar en grano, mientras que la disponibilidad de presentaciones molidas y descafeinadas es limitada.
- (ii) En lo concerniente a nueces, la oferta peruana actual se concentra alrededor de las castañas o nueces del Brasil, cuya producción se limita incluso a una sola región productiva, Madre de Dios.
- (iii) Perú también cuenta con oferta exportable de pecanas, aunque actualmente ocupa una posición relativamente pequeña a nivel mundial en este mercado. La producción de pecanas se concentra principalmente en la región de Ica.
- (iv) Perú no cuenta con una producción relevante de nueces de Macadamia o del Marañón. En el caso de las primeras, la mayor parte de la producción se concentra en Sudáfrica, Australia y China, mientras que, en Latinoamérica, Guatemala es un jugador particularmente relevante. En cuanto a las nueces del Marañón o cajú, más de la mitad de la producción mundial se lleva a cabo en África, siendo Brasil un jugador relativamente pequeño con una participación del 3% a nivel global.

A continuación, se detallará la producción peruana por región de los dos productos priorizados por PROMPERÚ con oferta actual: café, castañas o nueces del Brasil y pecanas.

## A. CAFÉ

Gráfico N°01: Producción de café por región de Perú en 2023



Fuente: MIDAGRI

El café representa uno de los principales productos agrícolas de exportación de Perú, con una producción alcanzando las 360 mil toneladas en 2023. Este logro posicionó al país andino como el séptimo mayor productor a nivel mundial, superando a otros importantes actores en la categoría como India, Uganda, Guatemala y Nicaragua.

Según el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú (MIDAGRI), alrededor de 223 mil familias, en su mayoría pequeños productores, gestionan un total de 242,716 hectáreas dedicadas al cultivo de café. Siete regiones peruanas sobresalen al producir más de 10 mil toneladas cada una, entre las cuales destacan San Martín (84 mil toneladas), Cajamarca (79 mil toneladas) y Junín (66 mil toneladas).

Es relevante destacar que aproximadamente el 75% de los cultivos de café peruano se encuentran entre los 1,000 y 1,800 metros sobre el nivel del mar. No obstante, los cafés especiales suelen ser cultivados a altitudes superiores a los 1,300 metros sobre el nivel del mar. Estos cafés especiales, predominantemente del tipo Arábica, presentan variedades destacadas como *Caturra*, *Typica*, *Catimor* y *Borbón*, y son ampliamente reconocidos a nivel internacional por sus cualidades sensoriales, incluyendo su sabor, cuerpo y aroma.

## B. CASTAÑA

Gráfico N°02: Producción de castaña amazónica por región de Perú en 2023



Fuente: MIDAGRI

Las nueces del Brasil, también conocidas como castañas, son uno de los principales productos funcionales exportados por Perú, después de la quinoa, y representan una fuente significativa de ingresos para la región amazónica del país.

Según el Consejo Internacional de Frutos Secos y Frutas Secas (INC), solo tres países son los principales productores de este recurso: Bolivia (con 22 mil toneladas durante la campaña 2022/2023), Perú (con 4.5 mil toneladas) y Brasil (con 1.5 mil toneladas).

De acuerdo con el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA), la castaña amazónica es una especie nativa propia de Madre de Dios, la cual cuenta con árboles en cantidades suficientes para su aprovechamiento. Esto convierte a la

castaña en el producto insignia de la región, con una producción principalmente orgánica.

### C. PECANAS

Gráfico N°03: Producción de pecana por región de Perú en 2023



Las pecanas representan un producto emergente dentro de la oferta agrícola de Perú y es la segunda nuez exportable más importante por detrás de la castaña amazónica.

De acuerdo a MIDAGRI, la producción peruana alcanzó las 5.9 mil toneladas en 2023, de las cuales el 70% se concentró en la región Ica, mientras que la diferencia en Lima, específicamente en las provincias de Huaral y Cañete. Es importante mencionar que el 60% del cultivo total corresponde a producto orgánico.

La variedad de pecana cultivada en Perú, es la *Maja*, la cual se caracteriza por un mayor tamaño a diferencia del resto.

### 3.4. ESTACIONALIDAD EN PERÚ

#### A. CAFÉ

**Cuadro N°03: Temporadas de máxima cosecha de café por región productiva en Perú**

Región	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Amazonas			X	X	X	X	X	X				
Cajamarca				X	X	X	X	X				
Cusco			X	X	X	X	X	X	X			
Huánuco			X	X	X	X	X	X	X			
Junín			X	X	X	X	X	X				
Pasco				X	X	X	X	X				
Puno				X	X	X	X	X				
San Martín			X	X	X	X	X	X				
Ayacucho				X	X	X	X					

Fuente: Cafés del Perú - PROMPERÚ

Basándonos en el análisis detallado de la estacionalidad de la producción de café en diferentes regiones de Perú, podemos indicar que se evidencian patrones de producción estables, ya que la mayoría de las regiones muestran patrones de producción relativamente estables a lo largo del año, con períodos de cosecha que comienzan, usualmente, en el mes de marzo y se extienden hasta el tercer trimestre. Por otro lado, se debe destacar la variedad en la duración de la temporada de cosecha: Si bien la mayoría de las regiones muestran una producción continua durante varios meses, hay variaciones en la duración de la temporada de cosecha entre diferentes regiones. Algunas regiones, como Ayacucho, tienen una temporada de cosecha más corta, mientras que otras, como Cusco y Junín, muestran una producción más prolongada.

## B. NUECES DEL BRASIL

**Cuadro N°04: Estacionalidad de castañas por región productiva en Perú**

Región	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Madre de Dios	X	X	X	X								X

Fuente: MIDAGRI - Perú

En la región de Madre de Dios, ubicada en la selva amazónica, la temporada de cosecha se extiende principalmente de enero a abril. Según datos recopilados por el Servicio Nacional de Información Agraria (SENASA) del Ministerio de Agricultura y Riego de Perú, se observa un marcado aumento en la recolección de castañas durante estos meses en esta región. Sin embargo, hay que tener en cuenta una ventana adicional de cosecha en septiembre y octubre, aunque de menor intensidad.

## C. PECANAS

**Cuadro N°05: Estacionalidad de pecanas por región productiva en Perú**

Región	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Ica							X	X	X			

Fuente: MIDAGRI - Perú

En la región de Ica, ubicada en la costa central de Perú, la temporada de cosecha se extiende principalmente de julio y septiembre.

### 3.5. EXPORTACIONES DE PERÚ

#### A. CAFÉ

**Cuadro N°06: Evolución de las exportaciones peruanas de café en sus distintas presentaciones al mundo**  
Miles de USD

Presentación / Año	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR 19 - 23
Café verde, en grano	634,832	655,926	766,632	1,232,744	827,294	6.8%
Café tostado, en grano	1,411	693	1,656	1,534	1,360	-0.9%
Café sin tostar, ni descafeinar	643	2,130	2,414	1,539	234	-22.3%
Café tostado, molido	172	107	94	209	164	-1.1%
Café (Otros)	96	105	164	112	244	26.2%
<b>Total</b>	<b>637,153</b>	<b>658,961</b>	<b>770,959</b>	<b>1,236,139</b>	<b>829,296</b>	<b>6.8%</b>

Fuente: SUNAT - COMTRADE

Según COMTRADE, en el año 2022, Perú se estableció como el décimo mayor exportador mundial de café en todas sus variedades y ocupó la quinta posición en la lista global de países productores-exportadores, superando a competidores significativos como Indonesia, Guatemala y Uganda.

En cuanto a los envíos, la cifra alcanzada en 2023 fue de USD 829 millones, con un crecimiento anual promedio del 6.8% en los últimos años. Aunque esta cifra representa un crecimiento, es importante destacar que es menor que el récord histórico registrado en 2022, cuando las exportaciones superaron los USD 1.2 mil millones.

El café verde en grano largo se destaca como el producto principal en las exportaciones, representando el 99.8% de los envíos en 2023, con un valor de USD 827.3 millones. Este segmento ha mantenido un crecimiento promedio anual del 6.8% en el último quinquenio. La oferta peruana se caracteriza por su sólida presencia en cafés de especialidad y certificados (orgánicos y/o sostenibles), lo que ha impulsado su presencia en más de cincuenta mercados internacionales. Además, el café en grano tostado es otro producto relevante, con ventas por USD 1.4 millones en 2023, principalmente en el mercado chileno.

También se registraron envíos de café sin tostar, sin descafeinar (USD 234 mil) y de café tostado molido (USD 164 mil).

En total, los productos peruanos llegaron a 61 mercados de destino en 2023. Los cinco principales fueron Estados Unidos (USD 230 millones), Alemania (USD 151 millones), Bélgica (USD 77 millones), Canadá (USD 59 millones) y Suecia (USD 35 millones), representando conjuntamente el 66.6% de las exportaciones. Perú también muestra un destacado posicionamiento en diferentes mercados mundiales, siendo el segundo proveedor de café en grano verde de Colombia y Suecia, así como el tercero en Bélgica, el cuarto en Irlanda, Canadá y Alemania, y el quinto en Reino Unido, Francia y Nueva Zelanda, según COMTRADE.

En el ámbito asiático, Perú ha aumentado sus exportaciones hacia destinos como Corea del Sur y Japón, con tasas de crecimiento anual dinámicas, mientras que China se perfila como una plaza emergente, con exportaciones aún bajas que alcanzaron USD 2.4 millones en 2023, situando a Perú como su décimo noveno proveedor en ese año.

## A. CASTAÑAS

**Cuadro N°07: Evolución de las exportaciones peruanas de nueces del Brasil y/o castañas al mundo**  
Miles de USD

Presentación / Año	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR 19 - 23
<b>Total</b>	<b>33,576</b>	<b>29,138</b>	<b>46,969</b>	<b>36,363</b>	<b>29,006</b>	<b>-3.6%</b>

Fuente: SUNAT - COMTRADE

Según COMTRADE, a lo largo de la historia, Perú ha mantenido consistentemente su posición como el segundo mayor exportador de nueces del Brasil y/o castañas amazónicas peladas, siendo superado únicamente por Bolivia, el principal productor de este recurso, con exportaciones por un valor de USD 29 millones en 2023. Sin embargo, en lo que respecta a las nueces del

Brasil sin pelar, la oferta peruana es bastante limitada, situando al país andino en el noveno lugar entre los proveedores.

En total, las castañas peruanas alcanzaron 44 mercados de destino en 2023. No obstante, los dos principales compradores de este producto, Corea del Sur (USD 8.3 millones en 2023) y Estados Unidos (USD 6.5 millones), representaron la mitad de las exportaciones totales ese año. Otros importadores relevantes incluyen a Turquía (USD 1.6 millones), Finlandia (USD 1.5 millones), España (USD 1.3 millones) y la Federación Rusa (USD 1.1 millones). La castaña amazónica de origen peruano ha logrado establecerse en múltiples mercados, como Corea del Sur, Turquía y Rusia, donde Perú es su principal proveedor, según COMTRADE.

En 2023, Perú destinó USD 11.9 millones a dieciséis mercados de la región asiática, aunque es importante destacar que Corea del Sur y Turquía acaparan más de tres cuartas partes de la demanda. Otras plazas que registraron exportaciones de castañas desde Perú superiores a USD 100 mil durante ese año incluyen a Vietnam (USD 314 mil), Japón (USD 292 mil), India (USD 274 mil), Emiratos Árabes Unidos (USD 239 mil), Tailandia (USD 228 mil), Iraq (USD 176 mil), Israel (USD 149 mil) y Arabia Saudita (USD 126 mil). Finalmente, no se realizaron envíos de castañas a China en 2023, a pesar de haber alcanzado los USD 110 mil en 2022.

### C. PECANAS

**Cuadro N°08: Evolución de las exportaciones peruanas de pecanas al mundo**  
Miles de USD

Presentación / Año	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR 19 - 23
<b>Total</b>	<b>6,104</b>	<b>2,932</b>	<b>3,353</b>	<b>3,245</b>	<b>2,699</b>	<b>-18.45%</b>

Fuente: SUNAT - COMTRADE

Las pecanas no cuentan con una subpartida arancelaria específica, lo que dificulta determinar la posición de Perú como proveedor de este cultivo. Sin

embargo, en 2023, las exportaciones peruanas alcanzaron los USD 2.7 millones, aunque han mostrado una tendencia decreciente en los últimos años.

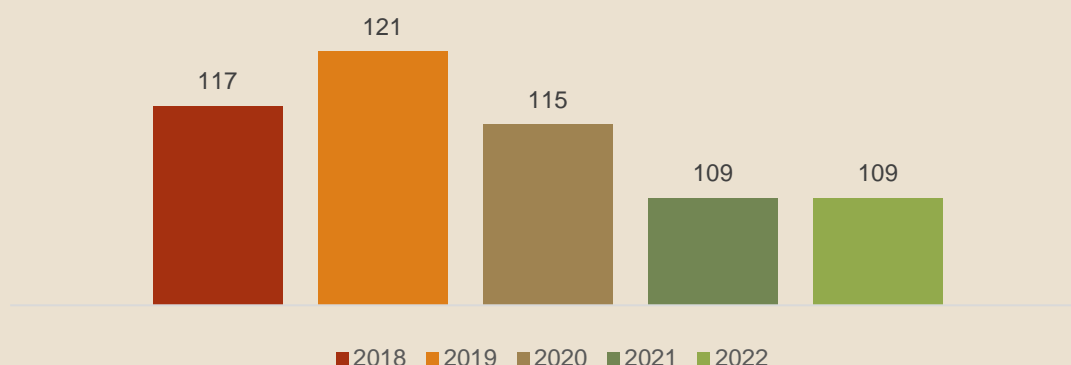
Perú envía pecanas a nueve mercados diferentes, siendo Hong Kong el principal importador con compras valoradas en USD 2.1 millones en 2023, lo que representa más del 75% de las exportaciones totales de ese año. Otros destinos importantes incluyen Alemania (USD 345 mil) y Ecuador (USD 111 mil). En el caso específico de China Continental, solo se registraron ventas de pecanas enteras (con cáscara) por USD 431 mil en 2021.

Además de la oferta convencional, es crucial destacar que el 60% de la producción peruana cuenta con certificación orgánica. Además, el producto cumple con los protocolos fitosanitarios necesarios para ingresar a China desde 2020, lo que abre oportunidades para expandir las exportaciones peruanas en este mercado. Esto cobra especial relevancia debido a la Guerra Comercial, ya que el principal productor de pecanas, Estados Unidos, enfrenta un arancel de importación del 47% en lugar del 7% correspondiente al arancel NMF.

#### IV. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN EL MERCADO DE DESTINO

##### 4.1. PRODUCCIÓN DE LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO DE DESTINO

**Gráfico N°04: Evolución de la producción china de café verde en grano**  
Miles de TN



Fuente: FAOSTAT

En 2022, China fue el décimo sexto productor mundial de café verde en grano y el cuarto de Asia, superando a otros importantes actores mundiales como Costa Rica y Costa de Marfil.

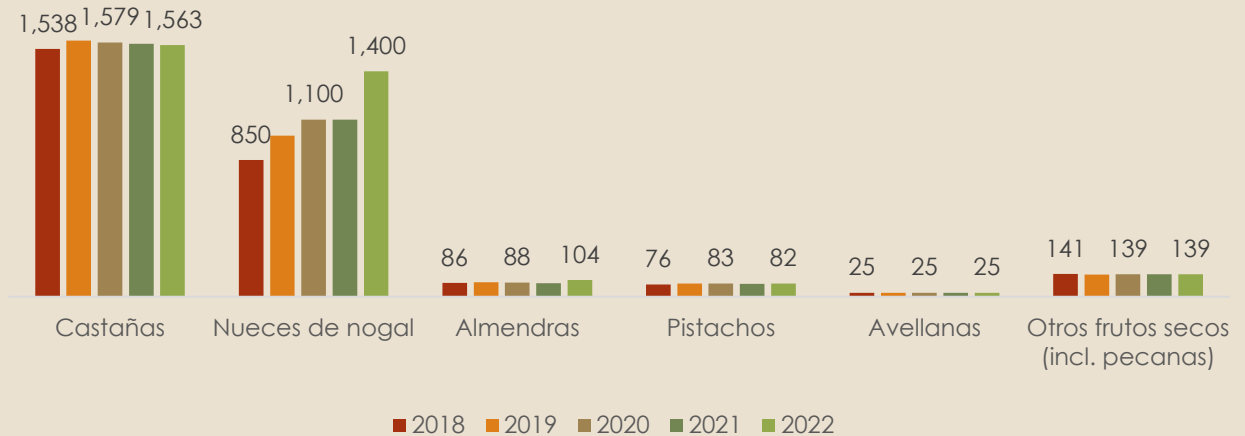
Hasta hace un par de décadas, la mayoría de los cafés producidos en China se consideraban de menor calidad y más asequibles, y se exportaban a nivel mundial principalmente a través de Starbucks y Nestlé. Desde entonces, las pequeñas fincas cafeteras chinas han mejorado la calidad de sus productos y han comenzado a volverse más sostenibles. Aunque el té puede ser la primera bebida que viene a la mente cuando se piensa en China, la zona de Pu'er en la provincia de Yunnan ha ganado silenciosamente una reputación por producir algunos de los mejores cafés de toda Asia. Desde la década de 1990, grandes empresas como Nestlé han utilizado café de Yunnan.

Actualmente, la provincia suroccidental de Yunnan, en China, produce más de 100.000 toneladas de café al año, lo que representa el 95% de todo el café producido localmente consumido en el continente, mientras que el 5% restante proviene de las provincias de Hainan y Fujian.

La mayoría del café de Yunnan se exporta a Alemania y Japón. Sin embargo, hace unos años, Starbucks comenzó a vender bebidas de café hechas con granos de café de Yunnan en sus tiendas en China. Poco a poco, el café de China está empezando a ser conocido en el sector del café de especialidad, debido a su sabor distintivo y a los esfuerzos cautelosos de la región para expandir la producción.

El grueso del café cultivado en China, específicamente en Yunnan, corresponde a variedades arábicas, donde destacan granos de especialidad como *Catimor*, *Borbón*, *Typica* y *Caturra*. Por otro lado, únicamente la región de Hainan se caracteriza por contar cultivos Robusta, especialmente de variedades *Reyan* y *Dafeng*.

**Gráfico N°05: Evolución de la producción de nueces en China**  
Miles de TN



Fuente: FAOSTAT

China es uno de los mayores jugadores en el mercado de nueces del mundo, con una producción agregada equivalente a 3.3 millones de toneladas en 2022, de acuerdo con la FAO. De hecho, en base a información del INC, es el primer productor de castañas (73% de participación global en 2022), nueces (53%), maníes (36%) y pine nuts o piñones (30%); así como el tercer productor de macadamias (20%) y el cuarto de pecanas (1%).

En lo que respecta a castañas, la producción china se ha mantenido por encima de los 1.5 millones de toneladas anuales en los últimos cinco años, lo cual ha posicionado largamente al país como el principal jugador global de la categoría. Las castañas chinas (*castanea mollissima*), originarias del norte y oeste de China, son de una variedad distinta a las recolectadas en Perú, y se caracterizan por su tamaño mediano, sabor dulce y facilidad de pelar. El grueso de la producción se coloca en el mercado interno, donde muestran un excelente posicionamiento entre los consumidores, quienes las consumen en distintas presentaciones como ingrediente de preparaciones alimentarias diversas e incluso como snacks.

Por otro lado, la producción de pecanas sin pelar en China alcanzó las 2.3 mil toneladas en 2022, lo cual ubicó al país asiático como el cuarto mayor actor de la categoría únicamente por detrás de México, Estados Unidos y Sudáfrica. Se trata de un cultivo de reciente introducción en China, ya que la mayoría de

árboles fueron sembrados en los últimos quince años; sin embargo, la industria ha tenido un comienzo prometedor y en provincias como Anhui, Jiangsu y Zhejiang, varios huertos ya han producido aproximadamente 200 – 400 kilogramos por hectárea, por lo cual, a medida que los árboles alcanzan en la madurez, se espera que la producción de pecanas en China aumente en los próximos años hasta superar las 45 mil toneladas en 2028 en un escenario optimista.

## 4.2. EXPORTACIONES DEL PRODUCTO DEL PAÍS DE DESTINO

**Cuadro N°09: Evolución de las exportaciones chinas de café en sus distintas presentaciones al mundo**  
Toneladas

Presentación / Año	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR 19 - 23
Café verde, en grano	66,943	49,164	24,927	43,846	16,584	-29.45%
Café tostado, en grano	1,788	1,236	1,876	3,198	1,232	-8.90%
Café tostado, descafeinado	643	2,130	2,414	1,539	234	-22.33%
Otros	39	45	20	1	-	-
<b>Total</b>	<b>69,413</b>	<b>52,575</b>	<b>29,237</b>	<b>48,584</b>	<b>18,050</b>	<b>-28.59%</b>

Fuente: COMTRADE

De acuerdo con estadísticas de COMTRADE, los envíos chinos de cafés en todas sus presentaciones sumaron USD 219 millones y 48.6 mil toneladas, lo cual ubicó al país asiático como el vigésimo cuarto mayor exportador mundial, tanto en valor como en volumen.

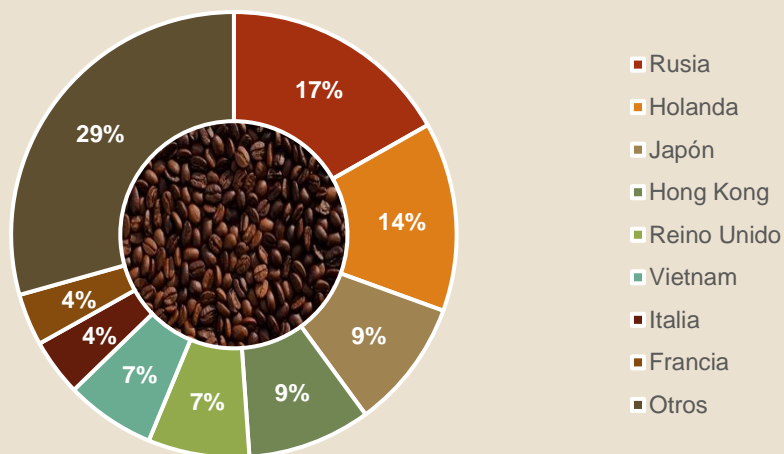
Sin embargo, tomando como referencia la información actualizada, China, probablemente, ha experimentado una caída notoria en dichos rankings como consecuencia del fuerte descenso de sus exportaciones, las cuales se redujeron a 18.1 mil toneladas en 2023.

De hecho, el déficit comercial del café se ha expandido notoriamente durante los últimos siete años, hasta alcanzar una balanza comercial negativa de USD 723 millones en 2023.

Por otro lado, la exportación de café chino se centra en los meses de febrero, mayo, junio y julio, que coinciden con las principales temporadas de cultivo en el país asiático. En 2023, la proporción de exportaciones durante estos meses fue del 12%, 10%, 18% y 16%, respectivamente, del total anual. A diferencia de las importaciones, esta concentración temporal en las exportaciones sugiere la urgencia de mejorar la infraestructura nacional de almacenamiento de café para gestionar de manera más efectiva la oferta y la demanda.

La provincia de Yunnan se destaca como la principal región exportadora de café en China, contribuyendo con más de la mitad de las exportaciones totales del país. En los últimos años, Yunnan ha atraído el interés de expertos y empresas líderes en la industria del café. Marcas reconocidas como Starbucks, Nestlé, Luckin Coffee, Manner Coffee, Seesaw Coffee y M Stand han buscado activamente granos de café de alta calidad en esta región.

**Gráfico N°06: Exportaciones chinas de café en todas sus presentaciones, en volumen, por mercado de destino en 2023**



Fuente: COMTRADE

Finalmente, en términos de destinos, las exportaciones de café de China exhiben una estructura diversificada, alcanzando a cuarenta y dos países en todo el mundo. Destaca la presencia de Rusia, que representó el 17% de las exportaciones en 2023, principalmente debido a las ventas de café verde en grano, y en menor medida de café en grano tostado, tanto descafeinado como no descafeinado. Asimismo, es significativa la presencia en otros mercados que solo reciben presentaciones de café en grano verde, como Holanda (14% de participación en 2023), Japón (9%), Hong Kong (9%), Reino Unido (7%), Vietnam (7%), Italia (4%) y Francia (4%).

**Cuadro N°10: Evolución de las exportaciones chinas de castañas frescas o secas “*Castanea spp.*”, sin cáscara, por mercado de destino**  
Toneladas

Presentación / Año	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR 19 - 23
Macao (China)	-	-	82	255	190	-
Corea del Sur	-	-	66	-	49	-
Taiwán	10	1	10	5	40	-
Otros	39	45	20	1	42	1.87%
<b>Total</b>	<b>222</b>	<b>263</b>	<b>459</b>	<b>511</b>	<b>321</b>	<b>9.66%</b>

Fuente: COMTRADE

A pesar de ser un importante productor de castañas, China se enfoca principalmente en su mercado interno debido a la alta demanda que tiene en su país. Esto resulta en que solo se exporten pequeños volúmenes, que oscilan entre 200 y 500 toneladas al año.

En el año 2023, el 59% de sus exportaciones se dirigieron a su región autónoma de Macao, mientras que el resto se colocó en otros mercados cercanos como Corea del Sur y Taiwán. En resumen, las exportaciones chinas tienen una cobertura predominantemente regional.

**Cuadro N°11: Evolución de las exportaciones chinas de otras nueces, frescas o secas, las demás, por mercado de destino**  
Toneladas

Presentación / Año	2022	2023	CAGR 22 - 23
Corea del Sur	1,698	2,084	22.76%
Japón	125	195	55.11%
Kirguizistán	36	124	249.09%
Tailandia	-	102	-
Rusia	11	25	128.60%
Otros	46	123	165.88%
<b>Total</b>	<b>1,916</b>	<b>2,654</b>	<b>38.48%</b>

Fuente: COMTRADE

Las exportaciones de pecanas se encuentran englobadas en la subpartida las demás nueces, frescas o secas; asimismo, esta línea arancelaria ha sufrido cambios en el año 2022, por lo cual no se tiene registro de años anteriores.

Los envíos de esta subpartida sumaron 2.7 mil toneladas en 2023, lo cual significó un crecimiento de 38.48% con respecto al año anterior. De manera similar con las castañas, los envíos chinos tienen una cobertura regional, teniendo como principales mercados a Corea del Sur y Japón.

#### 4.3. IMPORTACIONES DEL PRODUCTO DEL PAÍS DE DESTINO

**Cuadro N°12: Evolución de las importaciones chinas de café en sus distintas presentaciones**  
Toneladas

Presentación / Año	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR 19 - 23
Café verde, en grano	53,186	56,996	106,465	108,653	139,857	27.34%
Café tostado, sin descafeinar	12,232	12,634	15,320	15,376	13,343	2.20%
Café tostado, descafeinado	1,064	921	995	998	595	-13.53%
Café sin tostar, descafeinado	135	49	13	1	89	-9.83%
<b>Total</b>	<b>66,616</b>	<b>70,599</b>	<b>122,794</b>	<b>125,027</b>	<b>153,883</b>	<b>23.28%</b>

Fuente: COMTRADE

En la actualidad, la industria del café en China muestra una notable dependencia de las importaciones, las cuales representan aproximadamente 1,5 veces su producción nacional. Según datos estadísticos de COMTRADE, en 2022, China se posicionó en el decimocuarto lugar como importador en términos de valor y en el decimoquinto en volumen.

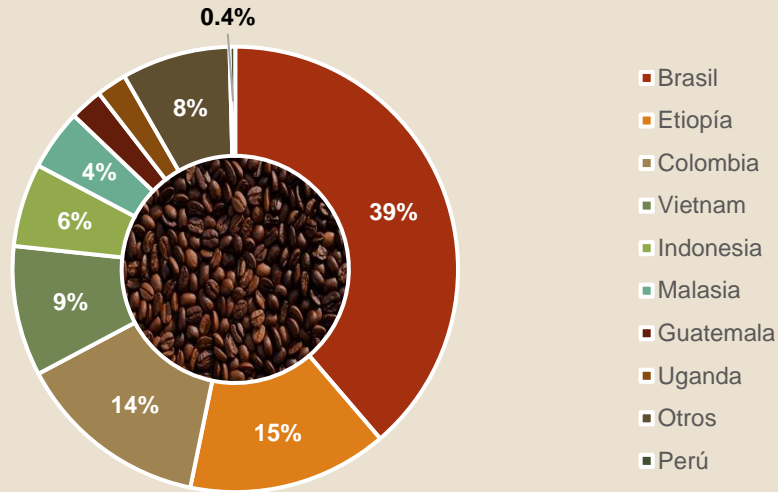
En 2023, China importó un volumen total de 153.9 mil toneladas de café en todas sus variedades, alcanzando un valor récord de importación de USD 800 millones. El principal producto demandado fue el café sin tostar y sin descafeinar, conocido como grano verde, con un volumen de importación de 139.9 mil toneladas y un valor de importación de USD 614 millones. Este producto representó el 91% del volumen total de importación y el 77% del valor total, superando significativamente a los demás productos. En términos de volumen, los cafés tostados, sin descafeinar, ocuparon el segundo lugar, con un volumen de importación de 13.3 mil toneladas, lo que representa aproximadamente el 8.6% del total. Sin embargo, cabe destacar que esta categoría ha experimentado un decrecimiento medio anual del 13.5% en el último quinquenio.

Desde la perspectiva de la base comercial de importación, Shanghái emerge como el epicentro de importación de café más prominente en China. En 2022, esta ciudad importó 55,500 toneladas de café, lo que representa más del 40% del total de las importaciones de café del país. Shanghái no solo es el principal mercado consumidor de café en China, sino que también desempeña un papel de liderazgo en el panorama del consumo de café a nivel nacional.

El "Informe sobre el consumo de café en China 2022", publicado por Meituan, revela que la ciudad de Shanghái cuenta con una notable cantidad de 7,857 cafeterías, superando a metrópolis como Nueva York, Londres y Tokio, lo que la consolida como líder mundial en cantidad de establecimientos de este tipo. La cultura del café se ha arraigado profundamente en la vida cotidiana de la ciudad. Los datos muestran que los pedidos de café a domicilio encabezan el país en términos de volumen de pedidos, transacciones y cantidad de comerciantes. El hábito de tomar café para llevar en el camino al trabajo o de compartir una taza

con colegas durante la jornada laboral se ha vuelto una escena común entre los jóvenes de la ciudad.

**Gráfico N°07: Importaciones chinas de café en todas sus presentaciones, en volumen, por mercado de origen en 2023**



Fuente: COMTRADE

En cuanto a su origen, las importaciones de café en China muestran una estructura altamente concentrada. A pesar de provenir de más de sesenta países proveedores, cerca del 70% de la demanda se concentra en solo tres: Brasil, Etiopía y Colombia. Es relevante destacar que, mientras que las importaciones de café verde suelen consistir en granos de variedades arábicas originarias de Latinoamérica y África, el café tostado en grano, tanto sin descafeinar como descafeinado, se adquiere principalmente de Malasia y de países con una larga tradición en tostado, como Italia, Estados Unidos y Suiza. Además, Colombia ha logrado ingresar exitosamente al mercado emergente de cafés sin tostar descafeinados, liderando esta categoría en 2023. Por último, es importante señalar que Perú se posicionó como el décimo proveedor de café verde en grano para China en 2023.

**Cuadro N°13: Evolución de las importaciones de castañas y/o nueces del Brasil por presentación  
Toneladas**

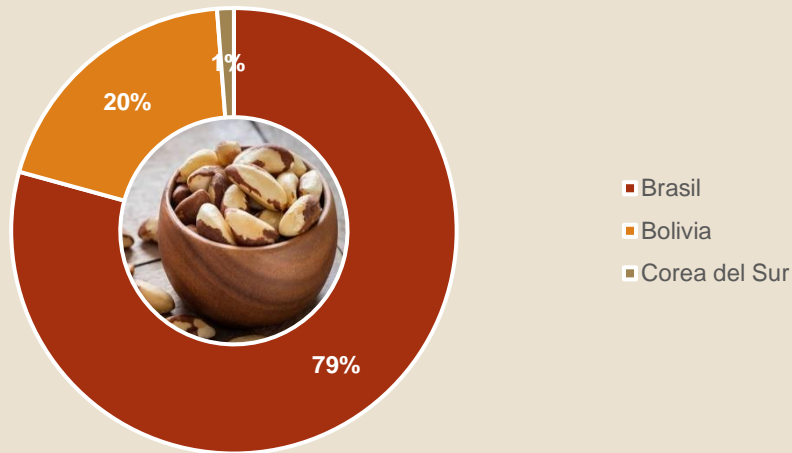
Presentación / Año	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR 19 - 23
Nueces del Brasil con cáscara	1,472	413	50	315	795	-14.27%
Nueces del Brasil sin cáscara	29	104	3	41	263	73.54%
Castañas, <i>Castanea</i> spp, sin cáscara	54	-	10	-	13	-29.95%
<b>Total</b>	<b>1,555</b>	<b>517</b>	<b>63</b>	<b>356</b>	<b>1,071</b>	<b>-8.90%</b>

Fuente: COMTRADE

Basándonos en las subpartidas priorizadas por PROMPERÚ, las importaciones chinas de castañas y/o nueces provenientes de Brasil totalizaron 1.1 mil toneladas en 2023, lo que representa un crecimiento interanual del 201%. Sin embargo, es importante destacar que estas cifras aún se sitúan por debajo de la demanda registrada hace cinco años.

En detalle, las nueces del Brasil con cáscara fueron el producto más importado, con una participación del 74% del volumen total. Le siguieron en orden las nueces del Brasil sin cáscara, con un 25% de representatividad, y las castañas del género *Castanea*, con un 1%. Es relevante mencionar que la industria china se caracteriza por la importación de nueces sin pelar, las cuales son posteriormente procesadas internamente, ya sea para el tostado, el empaque o la comercialización, como parte de cócteles de frutos secos o en presentaciones individuales.

Gráfico N°08: Importaciones castañas y/o nueces del Brasil en todas sus presentaciones, en volumen, por mercado de origen en 2023



Fuente: COMTRADE

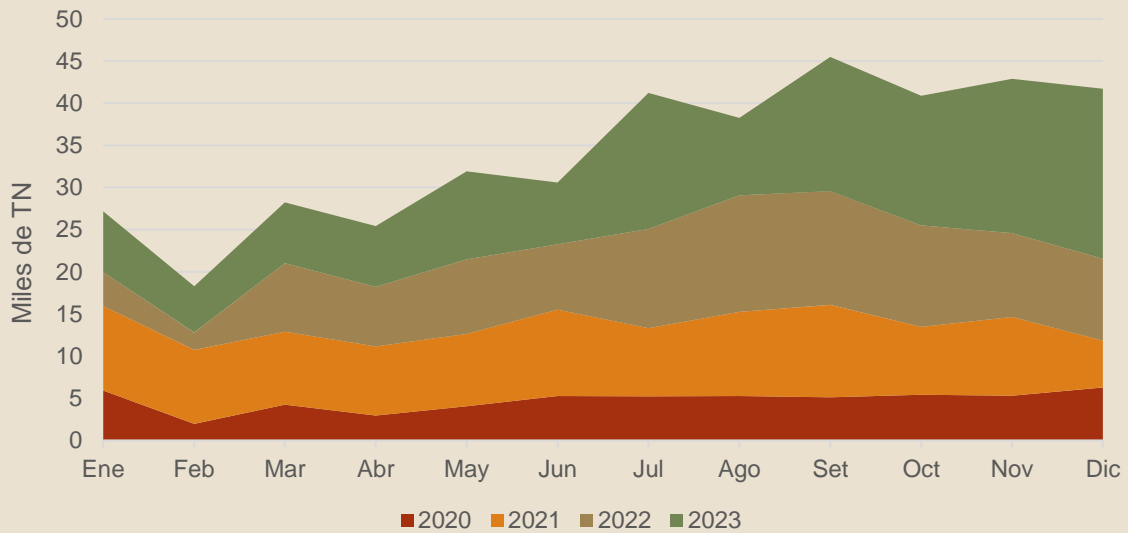
En cuanto a su origen, las importaciones de castañas y/o nueces de Brasil en China muestran una estructura altamente concentrada, ya que alrededor del 80% de la demanda se concentra únicamente en Brasil, a pesar de que este país sudamericano es el menor productor de este recurso en la región. Es importante destacar que, mientras que las nueces amazónicas sin pelar provienen enteramente de Brasil, las presentaciones peladas provienen, en su mayoría, de Bolivia. Por otro lado, las importaciones de castañas del género *Castanea* tienen como origen Corea del Sur. Es relevante mencionar que Perú no cuenta con participación en las importaciones de China en ninguna de las categorías mencionadas.

Finalmente, debido a que no se cuenta con información actualizadas sobre la importación de pecanas en China al no contar con subpartida específica, se tomará como referencia información del portal Statista, el cual estima las compras del país asiático entre 500 y 800 toneladas anuales en los últimos cinco años. Asimismo, de acuerdo con INC, China fue el décimo cuarto mayor importador de pecanas en 2021, siendo sus principales proveedores México y los Estados Unidos.

#### 4.4. ESTACIONALIDAD DE LAS IMPORTACIONES DEL MERCADO DE DESTINO

**Cuadro N°14: Evolución de las importaciones chinas de café por mes**

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
<b>2023</b>	5%	4%	5%	5%	7%	5%	12%	7%	11%	11%	13%	14%
<b>2020 - 2023</b>	7%	4%	7%	6%	8%	7%	10%	9%	11%	10%	10%	10%

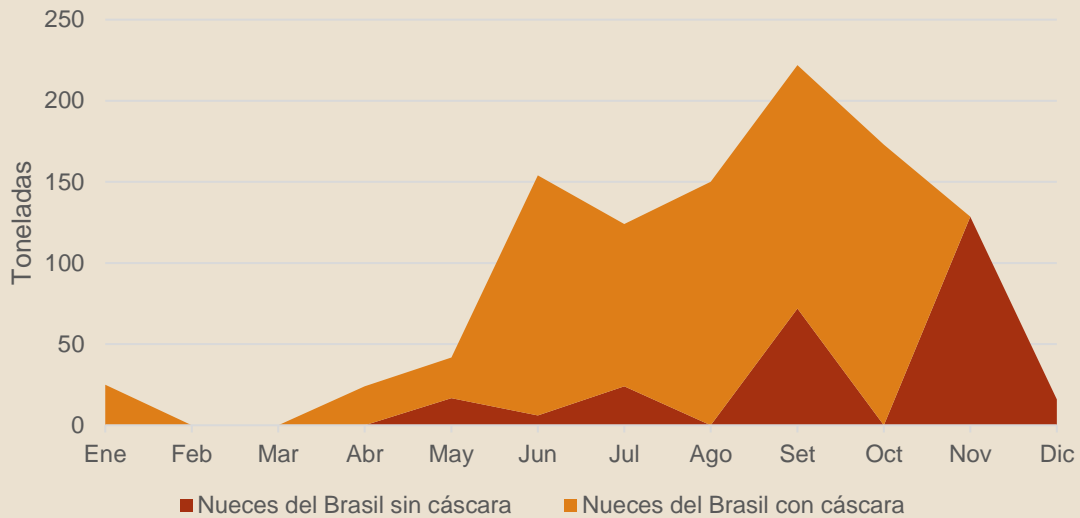


Fuente: COMTRADE

Influenciadas por factores como la temporada de cosecha y el invierno, las importaciones de café en China se concentran principalmente en el segundo semestre del año. En 2023, las importaciones de café en diciembre representaron la mayor proporción, alcanzando el 14% del total; durante los últimos cuatro años, las importaciones en septiembre constituyeron la mayor parte, representando el 11%. En general, debido al sólido sistema comercial y al nivel de almacenamiento internacional de café, el volumen de importación de este producto en China se distribuye de manera relativamente uniforme a lo largo de los meses, con diferencias en la proporción de importación mensual que son mínimas.

**Cuadro N°15: Evolución de las importaciones chinas de castañas y/o nueces del Brasil por mes**

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
<b>2023</b>	2%	0%	0%	2%	4%	15%	12%	14%	21%	16%	12%	2%



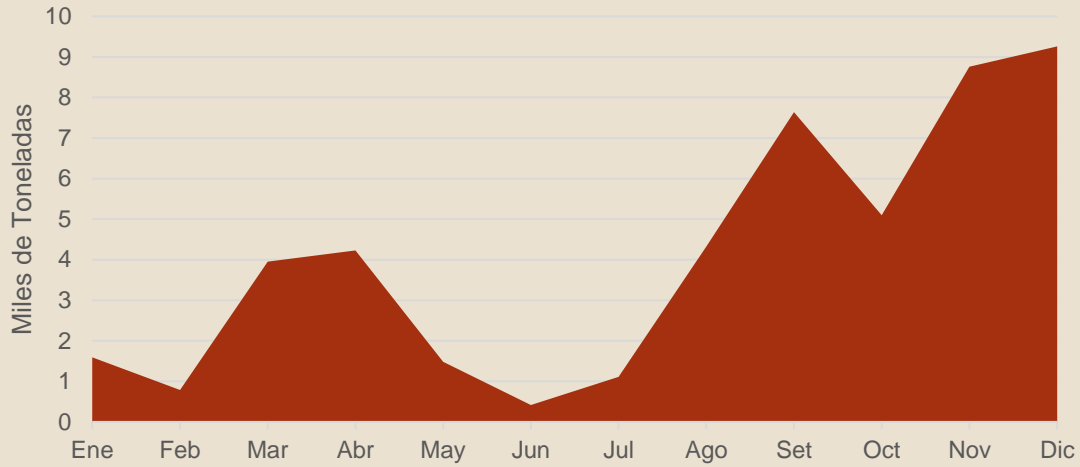
Fuente: COMTRADE

El grueso de las importaciones de castañas y/o nueces del Brasil se concentran en el segundo semestre de 2023, donde se realizan alrededor del 77% de las importaciones en volumen. El mes más relevante para las compras es septiembre, el cual significa un quinto de las compras.

Es importante mencionar que las nueces del Brasil sin cáscara, suelen tener una mayor demanda en los meses de septiembre y noviembre, durante los meses de otoño en China.

**Cuadro N°16: Evolución de las importaciones chinas de demás nueces (incluye pecanas) por mes**

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
<b>2023</b>	3%	2%	8%	9%	3%	1%	2%	9%	16%	10%	18%	19%



Fuente: COMTRADE

De manera similar que las castañas, la importación de demás nueces, las cuales incluyen pecanas, se realizan durante mayoritariamente durante el segundo semestre del año, específicamente entre los meses de agosto – diciembre. Noviembre y diciembre son los meses con mayor demanda con una participación conjunta de 37%.

#### 4.5. IMPORTACIONES DEL MERCADO DE DESTINO DESDE PERÚ



Fuente: COMTRADE

En los últimos diez años, las importaciones chinas de café procedente de Perú han experimentado un crecimiento exponencial, con una tasa media anual del 60.5%. Este incremento continuado condujo a un máximo histórico en 2023, alcanzando un total de 709 toneladas o USD 4.1 millones.

La mayor parte de estas importaciones corresponden a café verde en grano, destacando variedades de especialidad como Geisha, Bourbon y el reconocido Tunki.

En el mercado del café peruano, los principales compradores incluyen a Luckin Coffee Roasting, con sede en el hub de tostaduría de Pingnan (Fujian), Newtown Food & Beverage, Dongguan Tsit Wing Food Co, Shanghai Vela Ethan Trading Co y Kushan Yizheng Coffee Co. Es importante destacar que, debido a que se trata principalmente de exportaciones de materia prima, los principales importadores son traders o empresas tostadoras.

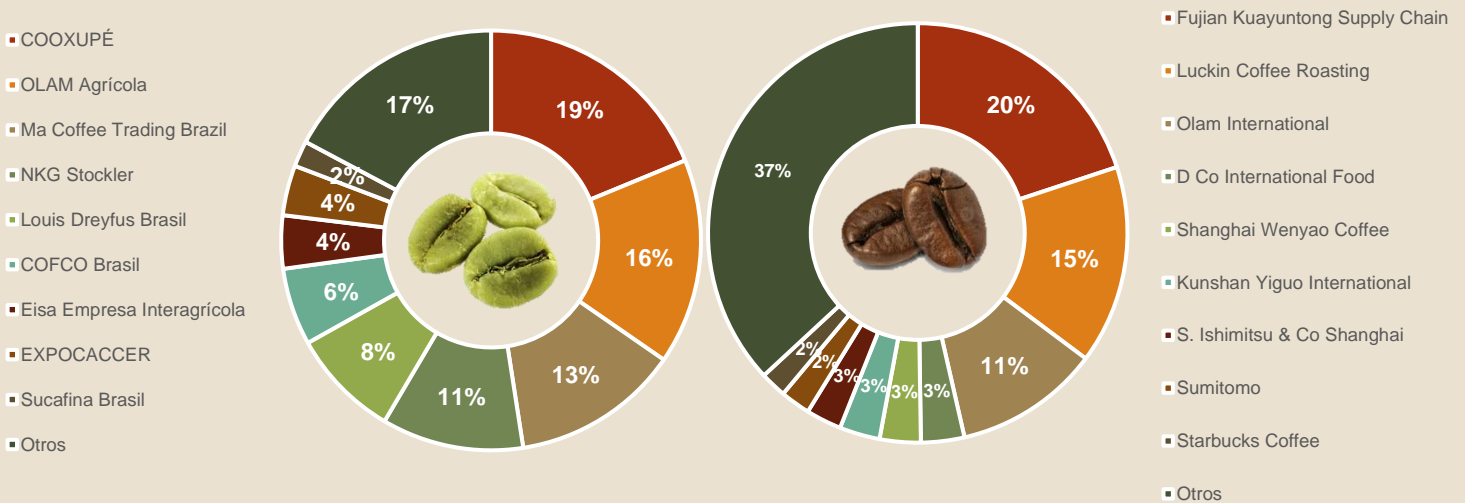
Finalmente, en lo que respecta a nueces, China no registra importaciones desde Perú en los últimos diez años, tanto en lo que respecta a castañas, nueces del Brasil y pecanas.

#### 4.6. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

##### 4.6.1. Principales empresas exportadoras internacionales al mercado de destino

Debido a la ausencia de información estadística concerniente a los principales proveedores según registros aduaneros en China, se abordará este aspecto mediante la consideración, en la medida de lo posible, de datos relativos a las Declaraciones Únicas de Exportación (DUA) procedentes de naciones relevantes como Brasil y Colombia.

**Gráfico N°10: Principales exportadores brasileños e importadores chinos de café en volumen para el periodo enero – noviembre 2023**



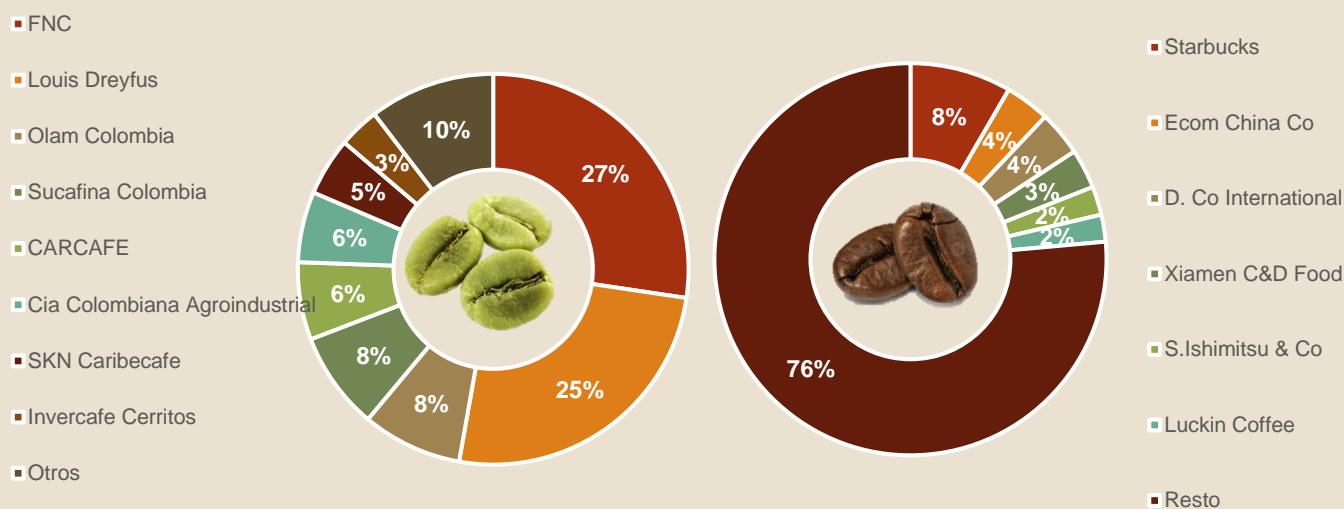
Fuente: Aduanas de Brasil

En relación con Brasil, destaca como el principal exportador de café en grano hacia China la Cooperativa Regional de Cafetaleros de Guaxupé, conocida como COOXUPÉ, que representó el 19% del volumen exportado por el país

sudamericano durante el período de enero a noviembre de 2023. Le sigue la filial brasileña de la multinacional OLAM Agrícola, con una participación del 16% en el volumen total de exportaciones, caracterizadas por el envío de granos arábica certificados como orgánicos. Además, se destacan traders especializados en commodities como Ma Coffee Trading (13% de participación), NKG Stockler (11%) y Louis Dreyfus (8%).

Por otro lado, en lo que respecta a los principales importadores, tres empresas chinas concentran casi la mitad del volumen de importaciones durante el período de enero a noviembre de 2023: Fujian Kuayuntong Supply Chain (20% de participación), Luckin Coffee (15%) y Olam International (11%). Cabe destacar que Luckin Coffee también adquiere café en grano de otros países latinoamericanos, como Perú, Colombia y Costa Rica, para su proceso de tostado.

**Gráfico N°11: Principales exportadores colombianos e importadores chinos de café en volumen para 2023**



Fuente: Aduanas de Colombia

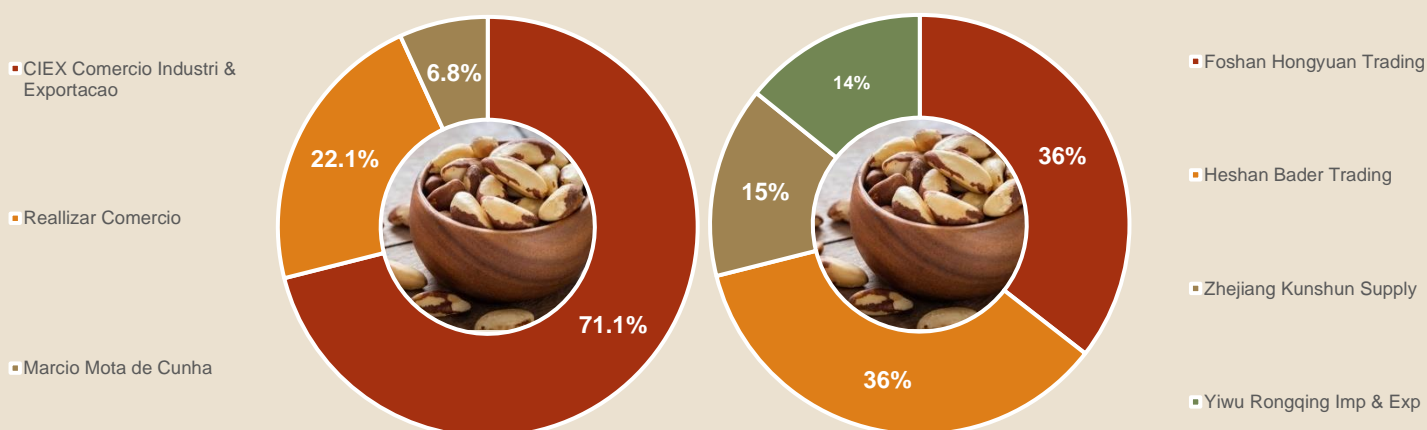
Tomando como referencia las importaciones de café de Colombia en volumen durante 2023, se observa que únicamente dos empresas acaparan más del 50% de las exportaciones del país: la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) con una participación del 27%, y Louis Dreyfus con el 25%. La FNC, en

primer lugar, no solo suministra café verde en grano, sino que también lidera el segmento del café sin tostar y descafeinado en China. Más del 70% de los clientes e importadores de café de la FNC en China se encuentran en Shanghái, el principal centro de consumo en el país. Por otro lado, Louis Dreyfus también comercializa ambos tipos de producto; sin embargo, la mayoría de sus clientes se localizan en Hong Kong y, en menor medida, en Xiamen.

Por otro lado, a pesar de la falta de transparencia en cuanto a la información del importador en destino, se puede afirmar que la cadena de cafeterías Starbucks tiene una participación relevante en el mercado. Otros actores importantes incluyen a Ecom China, D Co International, Luckin Coffee y S. Ishimitsu & Co.

En tanto, debido a la ausencia de información estadística concerniente a los principales proveedores según registros aduaneros en China, se abordará este aspecto mediante la consideración, en la medida de lo posible, de datos relativos a las Declaraciones Únicas de Exportación (DUA) procedentes de Brasil, proveedor que significa cerca del 80% de las colocaciones en 2023.

**Gráfico N°12: Principales exportadores brasileños e importadores chinos de castañas y/o nueces del Brasil, sin pelar, en volumen para el periodo enero – noviembre 2023**



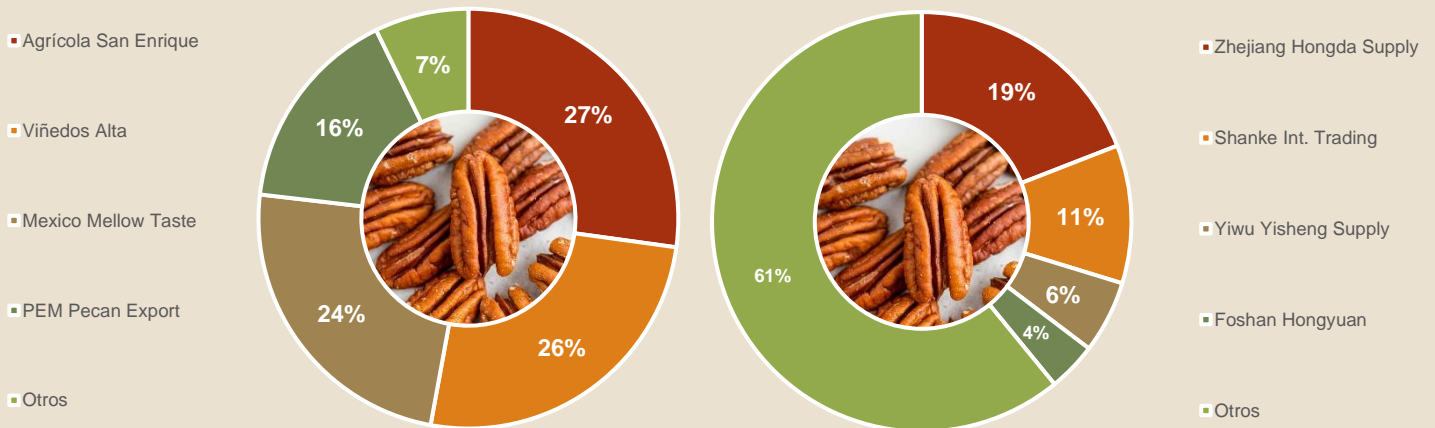
Fuente: Aduanas de Brasil

De acuerdo con estadística de importaciones totales de China y de la Aduana del Brasil, se puede afirmar que CIEX Comercio Industria & Exportacao es el principal proveedor de nueces amazónicas del país asiático, ya que representa alrededor del 71% de las colocaciones de presentaciones sin pelar. Otros proveedores importantes, en el periodo enero – noviembre de 2023, son Realizar Comercio (22% de participación) y Marcio Mota da Cunha (7%).

Por otro lado, dos importadores chinos concentran alrededor del 72% de participación durante el periodo enero – noviembre de 2023, Foshan Hongyuan Trading y Heshan Bader Trading.

En tanto, debido a la ausencia de información estadística concerniente a los principales proveedores según registros aduaneros en China, se abordará este aspecto mediante la consideración, en la medida de lo posible, de datos relativos a las Declaraciones Únicas de Exportación (DUA) procedentes de México, supridor que significa cerca del 25% - 30% de las colocaciones en 2023.

**Gráfico N°13: Principales exportadores mexicanos e importadores chinos de pecanas en 2023**



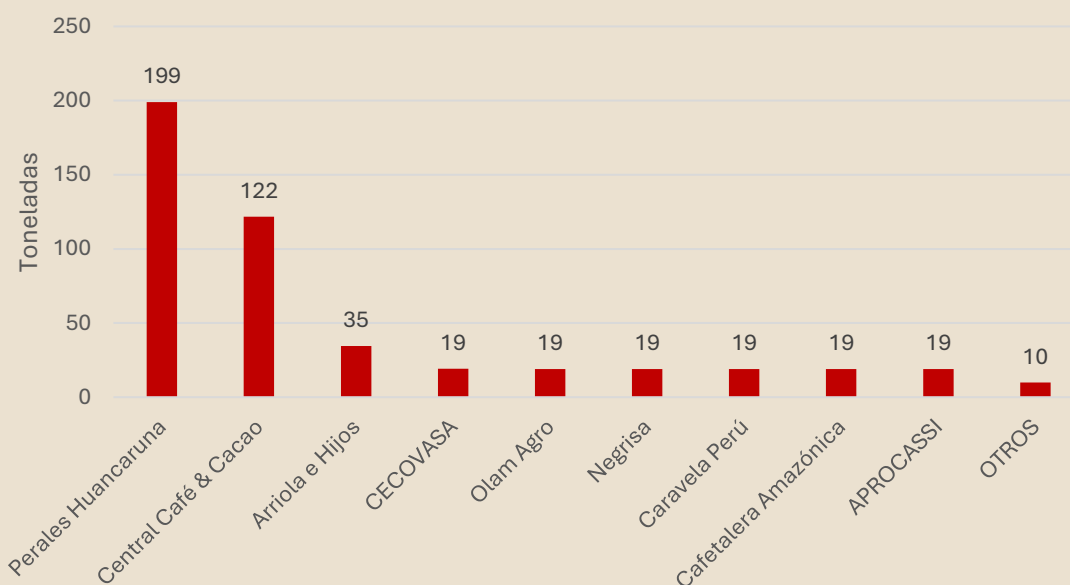
Fuente: Aduanas de México

Básicamente son cuatro los proveedores mexicanos que colocaron pecanas en China en 2023, los cuales en su conjunto tienen una participación de 93%. Destacan Negocio Agrícola San Enrique (27% de participación en 2023), Viñedos Alta (26%), Mexico Mellow Taste (24%) y PEM Pecan Export (16%).

En tanto entre los principales compradores chinos destacan múltiples empresas como Zhejiang Hongda (19% de participación en 2023), Shanke International Trading (11%), Yiwu Yisheng (6%) y Foshan Hongyuan (4%).

#### 4.6.2. Empresas peruanas exportadoras al mercado de destino

**Gráfico N°14: Empresas peruanas exportadoras de café, en todas sus presentaciones, a China en 2023**



Fuente: Aduanas de Perú

En 2023, diez empresas peruanas de café, principalmente en forma de grano verde, destacaron al superar envíos de una tonelada.

Entre ellas, resalta la contribución significativa de Perales Huancaruna SAC, que representó el 42% de las exportaciones de café verde en grano ese año. Esta empresa fue una de las pioneras en abrir el mercado chino para el café peruano y ha mantenido exportaciones ininterrumpidas durante seis años.

En segundo lugar, está la Central de Organizaciones Productoras de Café & Cacao del Perú, que constituye una cuarta parte de los envíos peruanos a China. Su oferta se distingue por cafés de especialidad, algunos de los cuales son

adquiridos a través de subastas electrónicas internacionales después de haber sido galardonados con el premio "Taza de Excelencia".

Otro actor relevante es Agroindustrial y Comercial Arriola e Hijos, que representó el 7% de la participación en 2023. Esta empresa ofrece cafés especiales como Geisha y Típica, originarios de la selva de Cusco, presentando una propuesta diferenciada.

De manera similar, se destaca la participación de CECOVASA, que realizó su primera exportación de cafés de especialidad (Bourbón / Geisha) a China en 2023, obteniendo una participación del 4% sobre el volumen comercializado. Los cafés de CECOVASA, provenientes del Valle de Sandia en la ceja de la selva puneña, son altamente reconocidos bajo la denominación "Tunki".

Finalmente, es importante mencionar que Perú no registra exportadores a China en lo que respecta a pecanas y castañas amazónicas.

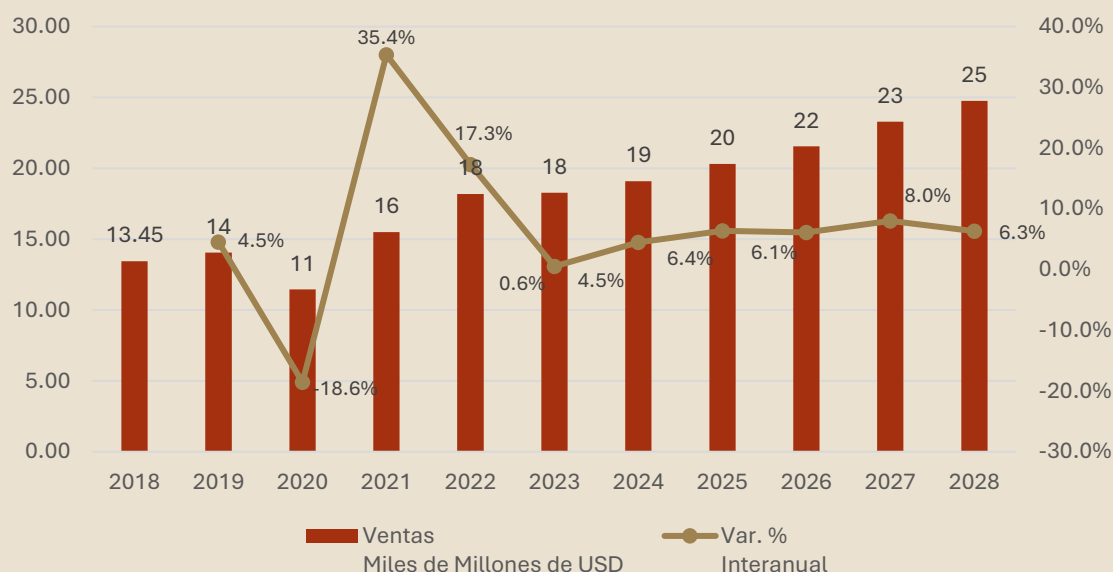
## V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### 5.1. PERFIL DEL CONSUMIDOR

#### 5.1.1. Perfil del consumidor de café en China

A medida que la población de consumidores chinos de café sigue creciendo, en 2023, el segmento del café generó ingresos por US\$18.3 mil millones. El volumen promedio de café consumido por persona alcanzó 11.3 tazas por habitante al año en 2023.

**Gráfico N°14: Evolución y proyecciones de las ventas, en valor, de café en China para el periodo 2015 – 2028\***



Fuente: Statista

A pesar del impacto económico negativo, el sector del café fue uno de los menos afectados por la pandemia de COVID-19. Ciudades como Chengdú vieron abrir un promedio de una nueva cafetería cada día en 2020. Como consecuencia, el número de cafeterías sigue en aumento a nivel nacional, especialmente en ciudades de primer y segundo nivel. Además, debido a las medidas de

prevención y control de epidemias durante 2020-2022, más clientes chinos están optando por consumir café en casa, lo que ha generado un aumento aún mayor en las ventas de café instantáneo.

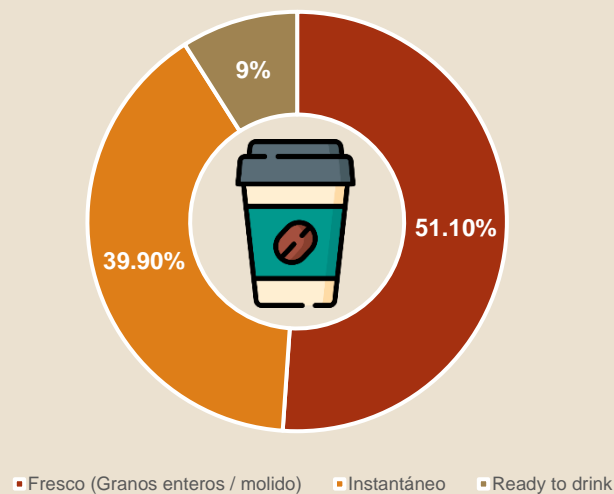
Al igual que en otros países, el mercado del café en China se puede dividir según la categoría de producto y el canal de distribución.

Café fresco, monodosis, café molido o en grano, listo para beber (RTD), y café instantáneo son algunas de las diversas categorías de productos que conforman el mercado chino del café.

Los productos se distribuyen a través de canales de venta directa y venta minorista. Estos incluyen supermercados, tiendas de conveniencia, tiendas especializadas y tiendas minoristas en línea.

Una encuesta emitida conjuntamente por el gigante del comercio electrónico Alibaba Group Holding y la plataforma de entrega a domicilio Ele.me, reveló que el número de personas en China que compran café en línea aumentó 1.5 veces desde 2019.

**Gráfico N°15: El mercado de café por tipo de producto en 2023**



Fuente: Statista

Los clientes chinos prefieren consumir café de forma portátil y fácil de beber mientras están en movimiento, tales como presentaciones ready-to-drink en latas o procesadas en formatos bebibles embotellados, incluso micro dosis. Casi todo el café consumido en China, hasta que Starbucks ingresó al mercado chino en 1999, era del tipo instantáneo o listo para beber (RTD, por sus siglas en inglés). Hasta finales de 2023, el café fresco, tanto molido como en grano tostado, ocupa el primer lugar (51.1%) entre los tipos de café preferidos en el mercado, a pesar del fuerte crecimiento de las presentaciones instantáneas (39%) y ready to drink (9%) adquirido en pandemia.

En términos de consumo, en comparación con los mercados más desarrollados de Europa y los Estados Unidos, el mercado chino del café aún se encuentra en una etapa de introducción, lo que sugiere un amplio margen para la expansión. Mientras que la tasa de crecimiento internacional del consumo de café se sitúa en 2%, en China las tasas de consumo de café están experimentando un incremento 30% anualmente.

**Gráfico N°16: Principales factores de consumo de café en China en 2023**



Fuente: CBN Data / Meituan Diaping

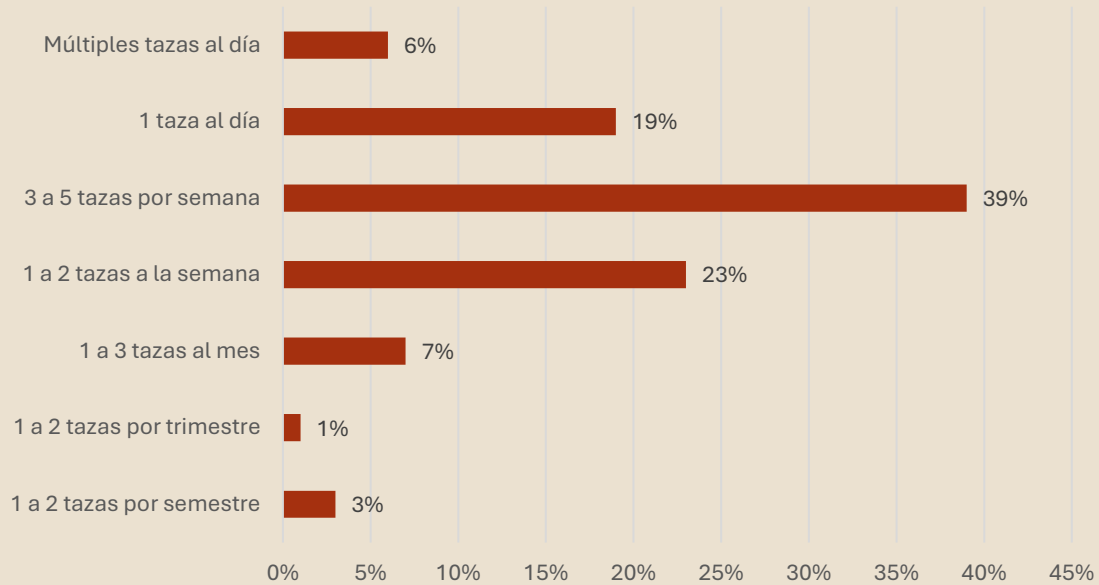
En lo que respecta específicamente al perfil del consumidor, los hábitos de consumo de café han aumentado rápidamente, especialmente entre los consumidores más jóvenes.

Para los usuarios de mayor edad (más de 60 años), el café suele percibirse como una novedad y distinto del estilo de vida tradicional chino. Por lo general, no lo buscan activamente; sin embargo, podrían disfrutarlo en compañía de la familia o regalarlo como presente.

En las principales ciudades, los consumidores de mediana edad (40-59 años) han adoptado el café como una experiencia social en lugar de considerarlo solo un producto. Este grupo también percibe el café como una mercancía necesaria para los negocios y un símbolo de estatus. En este último caso, comprar café regularmente, especialmente de marcas conocidas como Starbucks, es un indicador de haber alcanzado el éxito financiero porque es más costoso en comparación con las alternativas locales y refleja una capacidad de ingresos por encima del promedio.

En distintos grados, los clientes milenarios y de la Generación Z (personas menores de 40 años) son considerados bebedores de café "nativos". Su crianza coincidió con la entrada de las compañías de café más famosas en China, cuya influencia se ha vuelto generalizada en los últimos 20 años. Muchos en esta categoría de consumidores chinos comparten características similares con los bebedores de café en mercados de café maduros.

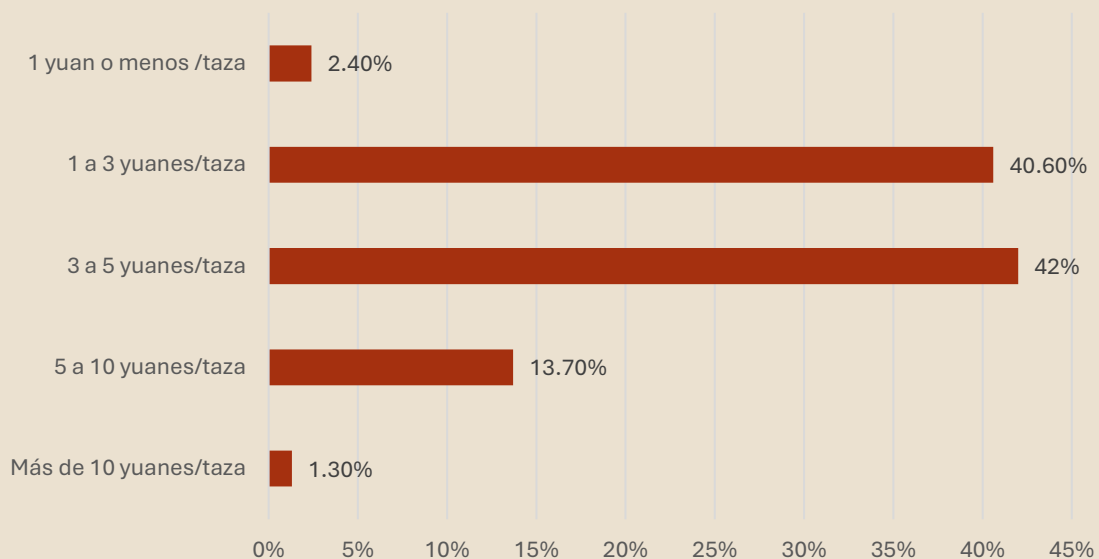
**Gráfico N°17: Frecuencia de consumo de tazas de café entre los consumidores habituales de China en 2023**



Fuente: CBN Data / Meituan Diaping

Por otro lado, se estima que al menos 6% de los consumidores habituales de café en China consumen varias tazas de café diariamente; mientras que el 39% toma entre tres a cinco tazas a la semana.

**Gráfico N°18: Precio aceptable por una taza de café instantáneo en China en septiembre de 2023**

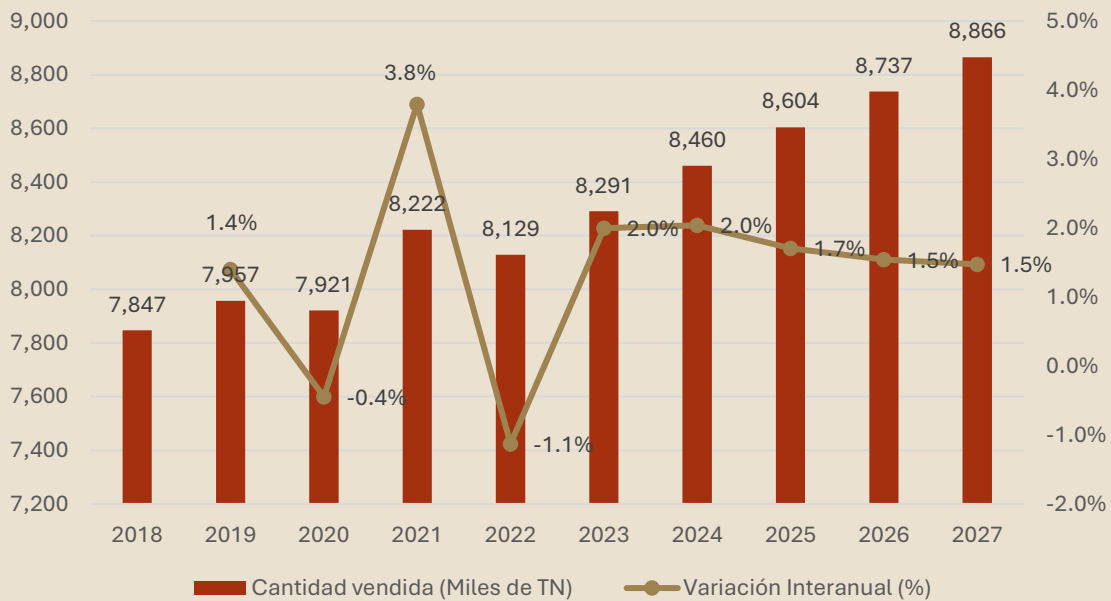


Fuente: iiMediaResearch

Finalmente, alrededor del 42% de consumidores chinos consideran que un precio aceptable para una taza de café instantáneo debe variar entre 5 y 10 yuanes por taza, lo cual equivale entre USD 0.8 – 1.5. Solamente 1.3% de los consumidores afirma que pagaría más de 10 yuanes por una taza de café instantáneo. Datos recientes muestran que los consumidores de café están buscando la calidad del producto mientras que el precio de consumo único se sitúa en el rango de precios intermedio, lo que indica que los clientes prefieren comprar productos de café que ofrezcan una buena relación calidad-precio. Se debe tener en cuenta en este punto que los precios por pagar aceptables pueden variar dependiendo de la cafetería y/o variedad de café consumido, distintos a presentaciones instantáneas.

### 5.1.2. Perfil del consumidor de nueces en China

**Gráfico N°19: Evolución de las ventas, en volumen, de nueces en China para el periodo 2018 – 2027\***



Fuente: Statista

Las estadísticas han demostrado que la tasa creciente de consumo de nueces en China es mucho más rápida que la de otros snacks. El mercado de snacks en China está en crecimiento y las nueces son una parte importante de él, representando alrededor del 80% del consumo total de la categoría. Además, los

consumidores chinos prefieren las marcas importadas, lo cual ha creado una oportunidad increíble para que los fabricantes de snacks de otros países aprovechen este mercado en crecimiento.

Según Statista, las ventas en el mercado de frutos secos en China ascendieron a 8 222 mil toneladas en 2022 y se espera que el mercado crezca anualmente 1.8% hasta 2027. Las nueces y semillas representan más de tres cuartas partes del consumo total de aperitivos salados en el país, lo que lo convierte en un segmento muy rentable de la industria de alimentos y bebidas.

Se espera que el consumo doméstico de frutos secos aumente paralelamente al crecimiento de los ingresos y a la mayor conciencia sobre los alimentos saludables. Se prevé que el volumen medio de consumo per cápita en el mercado de frutos secos en China ascienda a 0,5 kg en 2022.

Los consumidores chinos buscan variedad de sabores y productos de frutos secos. El consumo de frutos secos pelados está aumentando mucho más rápido que sus contrapartes con cáscara. Los consumidores más jóvenes (de 19 a 35 años), especialmente las mujeres profesionales, se han convertido en la fuerza principal que impulsa el consumo de frutos secos. Estos consumidores jóvenes prefieren hacer compras en línea, lo que resulta en un aumento en el volumen de ventas generado en línea.

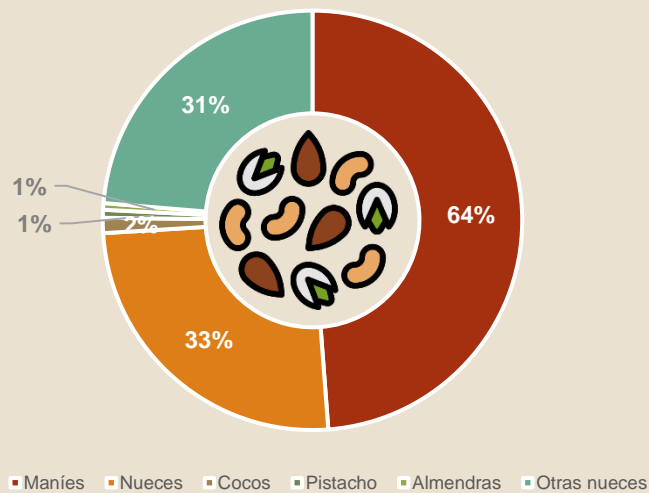
Las ventas han experimentado un crecimiento significativo porque los chinos consideran a los frutos secos como aperitivos saludables, y al mismo tiempo, los snacks que son originales en sabor, orgánicos o empaquetados en porciones pequeñas con mezcla de frutos secos (llamados frutos secos diarios) son cada vez más populares. Los consumidores chinos están cada vez más conscientes de los beneficios para la salud de las nueces y semillas.

Ahora, parece que comer frutos secos, frutas secas y semillas ya no es algo que se hace para matar el tiempo mientras se charla con amigos, sino parte de la búsqueda general de un estilo de vida saludable y de moda. Los consumidores

chinos tienen una mayor conciencia de su consumo de azúcar y grasas y están tratando de cambiar sus hábitos alimenticios para ser más saludables.

En los últimos años, el consumo de núcleos de nueces frescas se ha vuelto popular en China. La investigación de mercado indica que los maníes representan el 64% del mercado local de nueces. Le siguen, en orden, las nueces (33% de participación) y, en menor medida, cocos, pistachos y almendras.

**Gráfico N°20: El mercado de nueces por tipo de producto en 2023**



Fuente: Euromonitor International

Otros frutos secos representan alrededor del 31% de la demanda china, entre los que destacan los piñones, las nueces de macadamia, las castañas y las pecanas, todos ellos mayoritariamente importados de otros mercados. Los pistachos y las almendras han sido los líderes entre las importaciones de frutos secos, pero la cuota de mercado de las nueces de macadamia está creciendo rápidamente.

## 5.2. ANÁLISIS DE TENDENCIAS

---

### 5.2.1. Análisis de tendencias del mercado de café en China

---

Aunque los consumidores chinos prefieren tomar café en entornos sociales o mientras están en movimiento, la preparación de café en casa se está volviendo más popular a medida que se difunde la cultura del café. Se observan diferencias generacionales en el uso del café, especialmente en términos de dónde se consume, por qué, y qué tan central es en el estilo de vida de cada uno. En cuanto a establecer la cultura del café en China y los patrones de consumo en general, los millennials y la Generación Z están al mando.

En general, aunque es ferozmente competitivo, el negocio de las cafeterías en rápida expansión en China crea una gran cantidad de opciones a medida que aumentan los estándares de vida, las generaciones más jóvenes y aventureras buscan nuevas experiencias, y se intensifican las asociaciones entre gigantes digitales y cadenas de café.

Algunos de los segmentos clave y tendencias a tener en cuenta incluyen:

- Los consumidores de la Generación Z y las generaciones más jóvenes como impulsores del consumo de café, especialmente en las ciudades más grandes como Beijing, Shanghai y Guanzhou;
- Entornos sociales y valor de la experiencia;
- Los productos listos para beber son muy populares;
- Las cafeterías siguen floreciendo, especialmente con la apertura posterior a la pandemia;
- La venta al por menor en línea es indispensable para la conciencia de marca y el crecimiento rápido; y
- Las importaciones de granos de café siguen creciendo.

Por otro lado, dentro de las tendencias emergentes que impactaron el mercado chino de café en 2023 fueron:

#### **A. Aumento del consumo de café instantáneo**

Debido a su facilidad, la categoría de café instantáneo goza de una parte sustancial del mercado de café chino. Además, la adopción por parte de los consumidores de clase media de normas culturales extranjeras, los cambios en el estilo de vida y el creciente gasto familiar han contribuido a la creciente demanda de café instantáneo en el país.

Los fabricantes de café instantáneo han introducido una serie de productos con sabores en respuesta a la creciente preferencia de los consumidores por el café sobre otras bebidas, en un esfuerzo por llegar a un mercado más amplio. En los últimos años, la venta al por menor en línea en China ha servido principalmente como un canal de distribución menor para el café instantáneo.

#### **B. Innovación en la industria y digitalización del mercado**

En la era digital actual, el crecimiento de los negocios depende cada vez más de la tecnología. Una tendencia importante en la industria del café en China es mejorar aún más la competitividad central de las marcas de café y expandir la cuota de mercado basándose en operaciones digitales. A través de la transformación digital, las empresas de café han adquirido capacidades de operación digital más avanzadas, mejorando así la eficiencia de gestión y ejecución.

Para hacer frente a un panorama altamente competitivo, las empresas activas están introduciendo innovación en el embalaje y las ofertas de productos para satisfacer la creciente demanda de café entre los clientes y mantener sus posiciones en el mercado. Para el marketing en línea y la marca de sus productos para atraer a más clientes, las principales empresas ahora se están concentrando en plataformas de redes sociales y métodos de distribución en

línea. Debido a un aumento pronunciado en el consumo de café, tanto los productores internacionales como los nacionales están invirtiendo en ampliar sus instalaciones en toda China.

### **C. Sostenibilidad y el auge del consumo consciente**

El consumo de café en China ha estado aumentando constantemente y sin duda seguirá haciéndolo. El consumo consciente significa comprar y consumir únicamente café que ha sido obtenido de manera responsable por productores que han tratado el medio ambiente con respeto y han pagado un salario justo a sus trabajadores. Esto puede considerarse otra tendencia emergente en el mercado del café en China. Algunas marcas de café de origen ético en aumento incluyen Hani Coffee, Torch Coffee, Manlao River Coffee, Arabica Roaster y Gorilla Coffee.

Se pueden observar iniciativas para hacer que el mercado del café sea más sostenible en la provincia de Yunnan, que tenía más de 4.600 hectáreas de campos de café orgánico con más árboles de sombra para aumentar la calidad del suelo y la retención de agua en 2020, y donde las granjas están mejorando el uso de fertilizantes orgánicos y biopesticidas.

#### **5.2.2. Análisis de tendencias del mercado de nueces en China**

---

El mercado de nueces y frutos secos en China ha experimentado un crecimiento fenomenal en los últimos años, impulsado por una serie de tendencias innovadoras y cambios en las preferencias del consumidor. Desde la popularización de las "Nueces Diarias" hasta el crecimiento explosivo de las ventas en línea y el desarrollo de nuevos productos, este mercado se ha convertido en un campo vibrante y dinámico. En esta presentación, exploraremos las principales tendencias que están dando forma al panorama actual de las nueces y frutos secos en China, desde la consolidación del subsector de nueces

mixtas hasta el potencial de crecimiento de las ventas en línea y el desarrollo de nuevos productos innovadores.

### **A. Popularización de las “Nueces Diarias”**

El concepto de "Nueces Diarias" surgió a partir de un producto que se lanzó inicialmente en 2016 por Wolong, un fabricante de alimentos para snacks con sede en Qingdao. Aunque se le llama "Nueces Diarias", es una mezcla de nueces y frutos secas, como almendras, pistachos, arándanos secos y arándanos rojos secos. Generalmente se presenta en paquetes pequeños de 15-20 gramos, perfectos para suplementos nutricionales y snacks en el trabajo.

A diferencia de las nueces tradicionales tostadas, las “Nueces Diarias” están dirigidas a consumidores más jóvenes y de mayor nivel adquisitivo. Casi todas las nueces y frutas secas utilizadas en las “Nueces Diarias” son importadas para cumplir con las altas expectativas de calidad de los consumidores. Mientras que los ingredientes crudos se importan, el tostado, procesamiento y envasado se realizan nacionalmente.

Debido al fuerte marketing detrás de las “Nueces Diarias”, centrado en los beneficios nutricionales y la portabilidad del producto, el mercado explotó. Debido a la rápida expansión de las “Nueces Diarias” en toda China, el Instituto de Investigación de Tmall de Alibaba creó un nuevo subsector llamado "nueces mixtas" (que incluye nueces y frutas secas) en 2017, y las nueces diarias fueron consideradas representativas del subsector.

Después del lanzamiento de las Nueces Diarias en 2016, el tamaño del mercado de nueces mixtas y frutas secas creció de \$1.4 mil millones en 2016 a \$15.8 mil millones en 2021, un crecimiento del 1 029%

## **B. Consolidación del Subsector de Nueces Mixtas**

El próspero subsector ha llevado a una consolidación del mercado. Inicialmente, más de 300 marcas comenzaron a vender productos de nueces diarias en China. Grandes minoristas como Fresh Hippo, afiliado de Alibaba, y Bian Li Feng, una tienda de conveniencia franquiciada a nivel nacional, incluso crearon sus propios productos de marca privada de estilo de nueces diarias. Sin embargo, recientemente, procesadores más pequeños han comenzado a fabricar para los más grandes. En 2022, la participación de mercado combinada de las cinco principales marcas, Three Squirrels, Haomusi, Wolong, Chacha y Bestore, ascendió al 38% se estima que para 2028, las cinco principales marcas expandirán su participación de mercado combinada al 54%.

## **C. Crecimiento de las Ventas en Línea**

La principal categoría de consumidores de nueces mixtas y frutas secas son aquellos de entre 20 y 45 años, que corresponden directamente a aquellos consumidores que más a menudo utilizan canales de comercio electrónico. Como resultado, la mayoría de las ventas de nueces mixtas ocurren en línea. En 2022, el 47% de todas las ventas de alimentos para snacks se realizaron en línea. Según la China Chamber of Commerce of Foodstuffs, Native Produce and Animal By-products (CFNA), en la primera mitad de 2023, las ventas en línea de productos alimenticios aumentaron un 8,9% interanual. Además, nuevos minoristas en línea de transmisión en vivo, como Douyin (Tiktok) y Kuaishou, están ganando una participación de mercado cada vez mayor frente a minoristas tradicionales fuera de línea.

## **D. Desarrollo de Nuevos Productos**

Con la saturación del mercado de nueces diarias, los investigadores y desarrolladores de alimentos están haciendo todo lo posible para desarrollar un producto con el poder de mercado de las nueces diarias. Los posibles nuevos usos de nueces y frutas secas podrían incluir:

- En bebidas

Ejemplo: La bebida embotellada Six Walnuts, una bebida de leche de nueces, tuvo altas ventas tras su lanzamiento debido al mejorado sabor y la imagen de marca.

- En el sector de la fabricación de alimentos

Nuevos productos procesados y de valor agregado como nueces cortadas, troceadas, picadas o frutas azucaradas, puré, marinadas, podrían utilizarse para satisfacer diferentes requisitos o demandas de fabricación de alimentos.

### 5.3. VARIEDADES

---

#### 5.3.1. Variedades y presentaciones de café en China

---

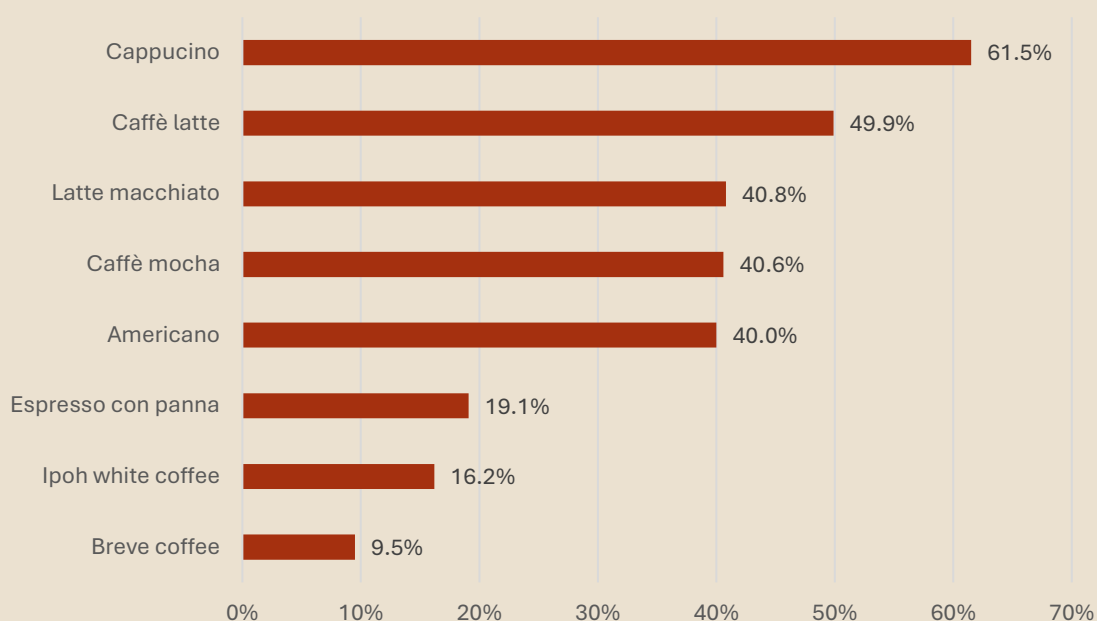
Hasta no hace muchos años, el mercado chino se encontraba dominado por los granos de café de variedades *Robustas* y mixtas provenientes de la provincia de Yunnan, así como de orígenes importados desde Vietnam, Brasil e Indonesia. Sin embargo, la mayor difusión de la cultura cafetera en el país ha propiciado que los consumidores sean más conscientes y conocedores del grano que están comprando, ampliando sus preferencias por variedades *Arábicas* procedentes de Latinoamérica y África.

En lo que respecta a cafés especiales, inicialmente el mercado chino se caracterizó por un fuerte consumo de la variedad *Catimor*, un híbrido de granos *Caturra* y *Timor*, cuya demanda se debió, en gran medida, a su disponibilidad local y precio relativamente económico, frente a las variedades *Typica* y *Bourbon* que usualmente se importaban en pequeñas cantidades desde Latinoamérica. Sin embargo, tomando en cuenta las dinámicas post-pandemia, el aumento significativo de la popularidad de cafeterías especializadas, sobre todo en ciudades como Shanghái, Beijing, Guangzhou y Shenzhen, ha impulsado la

demanda de una amplia selección de cafés de origen único y métodos de preparación como el “*pour-over*”, que ha ganado seguidores entre la creciente clase media china.

Es así que recientemente se ha evidenciado un creciente interés por variedades especiales como *Pacamara*, *Maragogype* e incluso *Geisha*, esta última reconocida por sus delicados sabores similares al té, por lo cual ha ganado renombre entre los consumidores chinos. Este cambio en las preferencias refleja la evolución de la cultura del café en China, especialmente entre la joven y próspera clase media, que se muestra cada vez más interesada en experiencias gastronómicas occidentales como el consumo de cafés especiales.

**Gráfico N°21: Tipos de preparaciones de café más consumidos entre los consumidores de café de China en 2022**



Fuente: iiMedia Research

En lo que respecta a preparaciones, el cappuccino es la receta más popular entre el 61.5% de los consumidores habituales de café de China, le siguen en orden el Café Latte (49.9%), el Latte Macchiato (40.8%) y el Café Mocha (40.6%). Estas preparaciones, usualmente consumidas en cafeterías especializadas, suelen

elaborarse en mayor medida tomando como base granos *Arábica* de especialidad, como los ya mencionados anteriormente.

### 5.3.2. Variedades y presentaciones de nueces en China

China se ha convertido en uno de los principales mercados mundiales para frutos secos, impulsado tanto por su gran población como por las tradiciones arraigadas en el consumo de estos productos. Como resultado, el país ofrece una amplia variedad de nueces, que se obtienen tanto a nivel local, como las nueces (walnuts), maníes y castañas, como a través de importaciones, que incluyen pistachos, almendras, nueces de cajú, avellanas, pecanas, macadamias e incluso nueces amazónicas o de Brasil.

En este contexto, China ha emergido como el principal consumidor mundial de maníes, nueces y macadamias; el segundo en consumo de pistachos y pecanas; y el cuarto en consumo de almendras y nueces de cajú.

**Cuadro N°17: Consumo de frutos secos por tipo de nuez en China (2021)**

Tipo de nuez	Consumo TM	Consumo Per - Cápita (KG / Year)	Posición de China como consumidor mundo (2021)
Maníes	18,598,326	12.757	1º
Nueces (Walnut)	398,403	0.273	1º
Pistachio	140,832	0.097	2º
Almendras	94,947	0.07	4º
Nueces Cajú	35,063	0.024	4º
Avellanas	29,595	0.02	5º
Pecanas	21,510	0.015	2º
Macadamias	21,154	0.015	1º

Fuente: International Nut & Dried Fruit - INC

En cuanto a los productos prioritarios para el estudio actual, China ha sido tradicionalmente reconocida por su demanda de pecanas de calibres grandes, especialmente durante festividades como el Festival del Medio Otoño y el Año Nuevo Chino. Sin embargo, en los últimos años, las variedades más pequeñas están ganando popularidad a medida que los compradores reconocen que contienen una proporción mayor de fruto comestible por peso en comparación con los tipos más grandes. Es importante destacar que la especie importada más

destacada es la *Carya illinoensis*, originaria de Norteamérica, la cual es altamente valorada por su calidad.

Finalmente, en cuanto a castañas, se encuentra fuertemente posicionada la variedad de producción local, *Castanea Mollissima*, la cual es largamente consumida y preferida entre los consumidores, tanto en snack, así como ingrediente de la gastronomía local. De hecho, en lo que respecta a este producto el país asiático es un exportador neto, lo cual limita las posibilidades de introducción de otras variedades. En lo que respecta específicamente a nueces del Brasil, es un producto con presencia bastante limitada en el mercado, por lo cual no se puede dimensionar adecuadamente su consumo en el país al ser marginal.

#### 5.4. PRECIOS AL CONSUMIDOR FINAL

---

A nivel retail, destaca la oferta de cafés especiales de variedades *Arábica* básicamente, las cuales cuentan con un buen posicionamiento y precios de venta al público por encima de la media. Se trata de productos que atienden a un segmento de ingresos medios – altos y con cierto nivel de conocimiento sobre cafés. Aunque su presencia es limitada, los granos de Costa Rica cuentan con un mayor precio de venta y son altamente valorados por los consumidores más exigentes; mientras que los cafés especiales propios de Brasil, Colombia y Etiopía cuentan con una presencia y posicionamiento importante en este segmento. En tanto, la cadena británica de cafeterías Costa Coffee® comercializa en sus tiendas y supermercados de China granos tostados de café peruano certificado con el sello Rainforest Alliance a un precio menor en comparación a los de los orígenes previamente mencionados, pero superior al de blends especiales.

Foto	Descripción
	<p><b>Mellita® café especial en grano</b></p> <p><b>Presentación:</b> Bolsa de 200 gr</p> <p><b>Precio:</b> 83 ¥ / USD 11.46</p> <p><b>Variedad:</b> Arábica – Cerrado</p> <p><b>Tostado:</b> Medio Oscuro</p> <p><b>Origen:</b> Brasil</p> <p><b>SCA:</b> 80+</p>
	<p><b>Mellita® café especial en grano</b></p> <p><b>Presentación:</b> Bolsa de 200 gr</p> <p><b>Precio:</b> 83 ¥ / USD 11.46</p> <p><b>Variedad:</b> Arábica – Huila</p> <p><b>Tostado:</b> Medio Oscuro</p> <p><b>Origen:</b> Colombia</p> <p><b>SCA:</b> 80+</p>
	<p><b>Mellita® café especial en grano</b></p> <p><b>Presentación:</b> Bolsa de 200 gr</p> <p><b>Precio:</b> 83 ¥ / USD 11.46</p> <p><b>Variedad:</b> Arábica – Yirgacheffe</p> <p><b>Tostado:</b> Medio</p> <p><b>Origen:</b> Etiopía</p> <p><b>SCA:</b> 80+</p>
	<p><b>Taste Origin® café especial en grano</b></p> <p><b>Presentación:</b> Bolsa de 200 gr</p> <p><b>Precio:</b> 68 ¥ / USD 9.38</p> <p><b>Variedad:</b> Arábica – Bourbon Amarillo</p> <p><b>Tostado:</b> Medio</p> <p><b>Origen:</b> Brasil</p> <p><b>SCA:</b> 82.5</p>

	<p><b>Taste Origin® café especial en grano</b></p> <p><b>Presentación:</b> Bolsa de 200 gr</p> <p><b>Precio:</b> 88 ¥ / USD 12.14</p> <p><b>Variedad:</b> Arábica – Castillo</p> <p><b>Tostado:</b> Medio</p> <p><b>Origen:</b> Colombia</p> <p><b>SCA:</b> 85.5</p>
	<p><b>Nescafé® café blend en grano</b></p> <p><b>Presentación:</b> Bolsa de 500 gr</p> <p><b>Precio:</b> 166 ¥ / USD 22.9</p> <p><b>Variedad:</b> Arábica (Blend)</p> <p><b>Tostado:</b> Medio</p> <p><b>Origen:</b> Colombia, Etiopía &amp; Yunnan (China)</p> <p><b>SCA:</b> NE</p>
	<p><b>Luckin Coffee® café especial en grano</b></p> <p><b>Presentación:</b> Bolsa de 200 gr</p> <p><b>Precio:</b> 89 ¥ / USD 12.28</p> <p><b>Variedad:</b> Arábica - Yirgacheffe</p> <p><b>Tostado:</b> Medio</p> <p><b>Origen:</b> Etiopía</p> <p><b>SCA:</b> 80+</p>
	<p><b>Costa Coffee® café certificado en grano</b></p> <p><b>Presentación:</b> Bolsa de 200 gr</p> <p><b>Precio:</b> 62.9 ¥ / USD 8.69</p> <p><b>Variedad:</b> Arábica</p> <p><b>Tostado:</b> Medio - Ligero</p> <p><b>Origen:</b> Perú</p> <p><b>SCA:</b> NE</p>

	<p><b>Mings® café blend en grano</b></p> <p><b>Presentación:</b> Bolsa de 500 gr</p> <p><b>Precio:</b> 45 ¥ / USD 6.21</p> <p><b>Variedad:</b> 70% Arábica / 30% Robusta</p> <p><b>Tostado:</b> Oscuro</p> <p><b>Origen:</b> Uganda &amp; Yunnan (China)</p> <p><b>SCA:</b> NE</p>
	<p><b>Tasogare® café en grano</b></p> <p><b>Presentación:</b> Bolsa de 454 gr</p> <p><b>Precio:</b> 35 ¥ / USD 4.83</p> <p><b>Variedad:</b> Robusta</p> <p><b>Tostado:</b> Oscuro</p> <p><b>Origen:</b> Yunnan (China)</p> <p><b>SCA:</b> NE</p>

Fuente: INC

Por otro lado, en lo que respecta a innovaciones y desarrollo de nuevos productos que podrían ser aprovechadas por los exportadores peruanos se encuentran, por ejemplo, preparaciones filtrantes de café procedente de Indonesia, Brasil y Honduras fortificados con maca negra oriunda de Perú, las cuales están dirigidas a personas que buscan alternativas naturales para energizarse.

En lo que respecta a pecanas, la oferta es básicamente local y se especifica las regiones de producción de las mismas. Además de granel, es común encontrar presentaciones envasadas de pecanas, tanto sin pelar como peladas, así como sazonadas y asadas. Destacan también empaques con porciones personales, lo cual resulta conveniente para los consumidores que buscan consumir snacks saludables de manera rápida y práctica.

Foto	Descripción
	<p><b>Go Home® pecanas sin pelar</b></p> <p><b>Presentación:</b> Bolsa de 288 gr</p> <p><b>Precio:</b> 58 ¥ / USD 8.0</p> <p><b>Origen:</b> China</p>
	<p><b>Lin'an® pecanas sin pelar</b></p> <p><b>Presentación:</b> Bolsa de 500 gr</p> <p><b>Precio:</b> 128 ¥ / USD 17.66</p> <p><b>Origen:</b> China</p>
	<p><b>Laiyifen® pecanas peladas sazonadas</b></p> <p><b>Presentación:</b> Bolsa de 495 gr (24 bolsitas)</p> <p><b>Precio:</b> 186 ¥ / USD 25.68</p> <p><b>Origen:</b> China</p>

Finalmente, las nueces amazónicas o del Brasil tienen una presencia limitada y son difíciles de encontrar en China. Se suelen comercializar individualmente para un nicho de mercado específico, aunque es más común encontrarlas mezcladas con otros frutos secos. Asimismo, se suele destacar las propiedades nutricionales del fruto como su alto contenido en selenio, así como su calidad de producto “premium” al publicitarse como “fruta o nuez de abalón”, una delicatessen hidrobiológica posicionado como sinónimo de estatus y buen vivir.

Destaca también su oferta en empaques unitarios dirigidos para meriendas escolares.

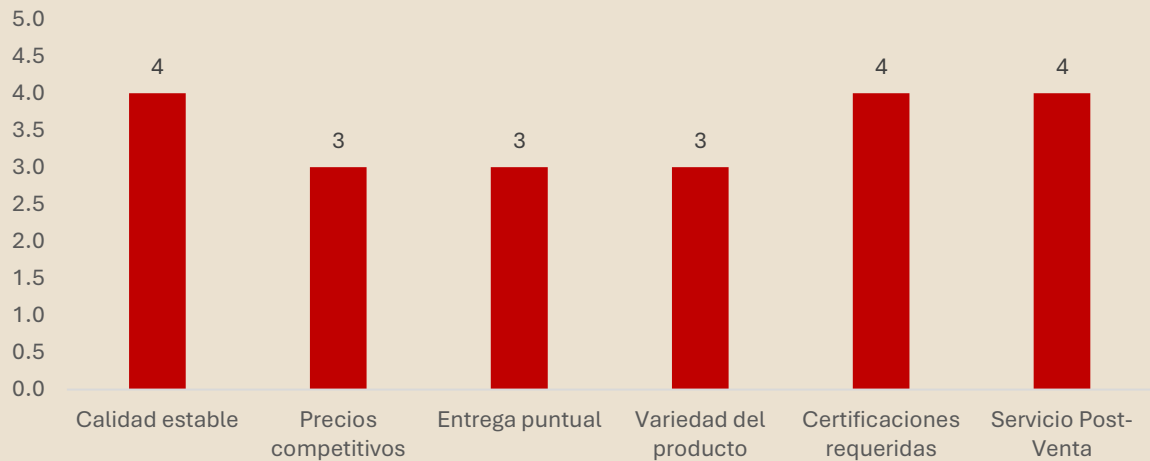
Foto	Descripción
	<p><b>Now Real Food® nueces del Brasil peladas</b></p> <p><b>Presentación:</b> Bolsa de 340 gr</p> <p><b>Precio:</b> 120 ¥ / USD 16.57</p> <p><b>Origen:</b> Estados Unidos</p>
	<p><b>Driest® nueces del Brasil peladas</b></p> <p><b>Presentación:</b> Envase de plástico de 450 gr</p> <p><b>Precio:</b> 55.8 ¥ / USD 7.70</p> <p><b>Origen de materia prima:</b> Perú</p>
	<p><b>Youxiangjia® nueces del Brasil peladas</b></p> <p><b>Presentación:</b> Caja con 12 bolsas de 120 gr</p> <p><b>Precio:</b> 58 ¥ / USD 8.01</p> <p><b>Origen de materia prima:</b> Perú</p>

 The image shows a gift pack for Driest® Brazil Nuts. It includes an orange and green box with the text '巴西坚果 BRAZIL NUTS' and 'DRIEST® 巴西坚果仁'. Next to the box is a clear plastic jar with a green label that also says 'DRIEST® 巴西坚果仁'. In front of the box and jar is a white bowl filled with shelled Brazil nuts.	<p><b>Driest® nueces del Brasil peladas en pack de regalo</b></p> <p><b>Presentación:</b> Pack de regalo de 900 gr</p> <p><b>Precio:</b> 269 ¥ / USD 37.15</p> <p><b>Origen de materia prima:</b> Brasil</p>
 The image shows a white box for Youxiangjia® Brazil Nuts. The box has the brand name '悠享佳' and the text 'NATURAL AND RAW BRAZIL NUTS' and '鲍鱼果仁'. Next to the box is a clear glass bowl filled with shelled Brazil nuts.	<p><b>Youxiangjia® nueces del Brasil peladas</b></p> <p><b>Presentación:</b> Caja y bolsa IVP de 500 gr</p> <p><b>Precio:</b> 73.8 ¥ / USD 10.1</p> <p><b>Origen de materia prima:</b> Perú</p>
 The image shows a clear plastic bag filled with a mix of shelled nuts. Next to the bag is a white box for Youxiangjia® Mixed Nuts. The box has the brand name '悠享佳' and the text 'NATURAL AND RAW MIXED NUTS' and '十锦果仁'. The box also features an illustration of various nuts and the text '天然果仁' and '净含量 500g'.	<p><b>Youxiangjia® mix de nueces anacardos, almendras, hitoshi, macadamias, pistachios y nueces del Brasil</b></p> <p><b>Presentación:</b> Caja y bolsa IVP de 500 gr</p> <p><b>Precio:</b> 76.9 ¥ / USD 10.6</p> <p><b>Origen de materia prima:</b> Varios</p>

## 5.5. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO PERUANO

### A. CAFÉ

**Gráfico N°22: Percepción de la Oferta Exportable de Café de Perú con base de criterios de compra en China**



Fuente: Entrevistas a profundidad a compradores chinos

Con base en las entrevistas a profundidad realizadas a empresas importadoras chinas con experiencia previa o actual en la comercialización de café peruano, se puede afirmar que las variables mejor valoradas fueron la calidad estable, las certificaciones requeridas y el servicio postventa.

Los compradores chinos consideran que el café peruano, en particular las variedades de especialidad, muestra una calidad óptima con características sensoriales altamente valoradas en el mercado, como sabores frutales, dulces y con reminiscencias a chocolate, así como un cuerpo adecuado. Sin embargo, se posiciona en un segmento medio, por debajo de cafés especiales centroamericanos y africanos, pero por encima de variedades asiáticas y brasileñas. Asimismo, en lo que respecta a las certificaciones requeridas, se conoce que gran parte de la producción peruana es sostenible y cuenta con sellos orgánicos y/o ecológicos, aunque esto no representa un diferencial tan importante en comparación con otras plazas como Norteamérica y Europa Occidental.

Por otro lado, dentro de las variables que se consideran promedio se encuentran los precios competitivos, la entrega puntual y la variedad del producto. Teniendo en cuenta la calidad de los cafés de especialidad peruanos, se considera que los precios son adecuados para el mercado, aunque no son económicos; este último segmento está dominado por la oferta de Indonesia y otros proveedores menores de Asia. En cuanto a la variedad del producto, se considera promedio o similar a otros países en lo que respecta a cafés especiales, aunque limitada en lo que concierne a presentaciones procesadas como instantáneos o liofilizados. En este punto, es relevante mencionar que Colombia sí tiene presencia en este segmento.

## **B. NUECES**

---

En este segmento, fue complicado localizar compradores con experiencia previa o actual con nueces peruanas, como castañas del Brasil o pecanas, por lo cual no se pudo identificar la percepción de la oferta del producto peruano. Sin embargo, se entrevistó a un importador que compraba indirectamente pecanas peruanas y que consideró que era un producto de calidad promedio, aunque con precios elevados debido al flete internacional.

## VI. REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO

### 6.1. MEDIDAS ARANCELARIAS

**Cuadro N°18: Aranceles aplicados por China a la importación de las subpartidas priorizadas por PROMPERÚ**

Línea	SA10 China	Descripción comercial	Arancel NMF	Arancel aplicado a Perú
Nueces	0801.22.00.00	Nueces del Brasil, sin cáscara, frescas o secas	10%	0%
	0801.21.00.00	Nueces del Brasil, con cáscara, frescas o secas	10%	0%
	0801.32.00.00	Nueces del Marañón o cajú, sin cáscara, frescas o secas	10%	0%
	0802.62.00.00	Nueces de Macadamia, sin cáscara, frescas o secas	24%	0%
	0802.42.10.00	Castañas, sin cáscara, frescas o secas	25%	0%
	0802.99.90.00	Los demás (Incl. pecanas)	24%	0%
Café	0901.11.10.00	Café sin tostar y sin descafeinar, en grano	8%	0%
		Café sin tostar, sin descafeinar para siembra	8%	0%
	0901.12.00.00	Café descafeinado, sin tostar	8%	0%
	0901.21.10.00	Café tostado, sin descafeinar, en grano	15%	0%
		Café tostado, sin descafeinar, molido	15%	0%
	0901.22.00.00	Café tostado descafeinado	15%	0%

Fuente: Market Access Map / Acuerdos Comerciales del Perú

China aplica aranceles significativos a la importación de ciertas nueces, especialmente aquellas en las que tiene producción interna, como castañas y pecanas, las cuales pagan tasas de hasta 25%. Por otro lado, las tasas pueden oscilar entre el 8% para el café sin tostar y el 15% para el café tostado.

En términos de acuerdos comerciales, China tiene relaciones con varios países proveedores de estos productos. Por ejemplo, en el caso de las nueces de Brasil, Perú disfruta de beneficios arancelarios, lo que le confiere una ventaja comparativa sobre Bolivia y Brasil. Por otro lado, en cuanto al café sin tostar, Perú, junto con otros importantes proveedores como Etiopía, Indonesia y Costa Rica, también gozan de acceso preferencial, a diferencia de Brasil y Colombia, que enfrentan aranceles de nación más favorecida (NMF).

## 6.2. MEDIDAS NO ARANCELARIAS

### 6.2.1. Medidas técnicas

#### A. CAFÉ

En cuanto al comercio de café, China ha establecido una lista de países y regiones autorizados para exportar directamente granos de café sin tostar (conocidos como granos verdes). Entre estos países se incluyen Etiopía, Austria, Australia, Papúa Nueva Guinea, Panamá, Brasil, Bolivia, Alemania, Timor Oriental, República Dominicana, Ecuador, Francia, Filipinas, Colombia, Costa Rica, Honduras, Canadá, Camerún, Kenia, Laos, Ruanda, Estados Unidos, Perú, Myanmar, México, Nicaragua, Suiza, El Salvador, Tanzania, Guatemala, Uganda, España, Singapur, Jamaica, Italia, India, Indonesia, Reino Unido, Vietnam y Zambia.

En términos generales, para importar café sin tostar según lo mencionado en la lista anterior, China requiere un certificado fitosanitario emitido en inglés por la autoridad competente del país de origen.

Por otro lado, en cuanto a los requisitos sanitarios para la exportación, China exige que los granos de café estén por debajo de los límites máximos de residuos de plaguicidas, tal como se detalla en la siguiente tabla:

**Cuadro N°19: Límite Máximo de Residuos de Plaguicidas (LMR) para café sin tostar en grano**

Ingredientes activos de plaguicidas	LMR
Carbendazim	0.1 ppm
Cypermethrin	0.05 ppm
Haloxyfop	0.02 ppm
Permethrin	0.05 ppm
Propiconazole	0.02 ppm
Tebuconazol	0.1 ppm
Triadimefon	0.5 ppm
Triadimenol	0.5 ppm

Fuente: SENASA Perú

Por último, en relación a otras presentaciones con un mayor grado de procesamiento, como los granos tostados y molidos, China únicamente requiere un certificado fitosanitario emitido por el país de origen.

## B. NUECES

---

Las Regulaciones sobre el Registro y Administración de Productores en el Extranjero de Alimentos Importados (Decreto 248 de la GACC) entraron en vigor el 1 de enero de 2022. El Decreto 248 requiere que todos los fabricantes, procesadores y almacenes de alimentos en el extranjero (excepto aditivos alimentarios) estén registrados ante las aduanas de China (GACC) antes de exportar productos alimenticios a China. Los frutos secos están regulados por el Decreto 248, el cual exige que la autoridad competente del país exportador recomiende una lista de instalaciones a ser registradas por la GACC (consultar [CH2021-0045](#) para más detalles sobre el Decreto 248 y [CH2022-0101](#) para orientación actualizada sobre el proceso de registro). Por favor, revise estos informes detenidamente. Recientemente, las empresas de frutos secos han notado dificultades crecientes asociadas con el registro de productos bajo el Decreto 248.

En noviembre de 2021, la Administración Estatal de Regulación del Mercado emitió el borrador del Estándar General para Alimentos de Nueces y Semillas para comentarios nacionales ([CH2021-0142](#)). Este estándar, una vez finalizado, reemplazará al Estándar General existente para Semillas y Nueces Tostadas (GB/T 22165-2008), que define los términos y definiciones de nueces y semillas y especifica la clasificación, requisitos técnicos, métodos e inspección, así como los requisitos de etiquetado, embalaje, transporte y almacenamiento.

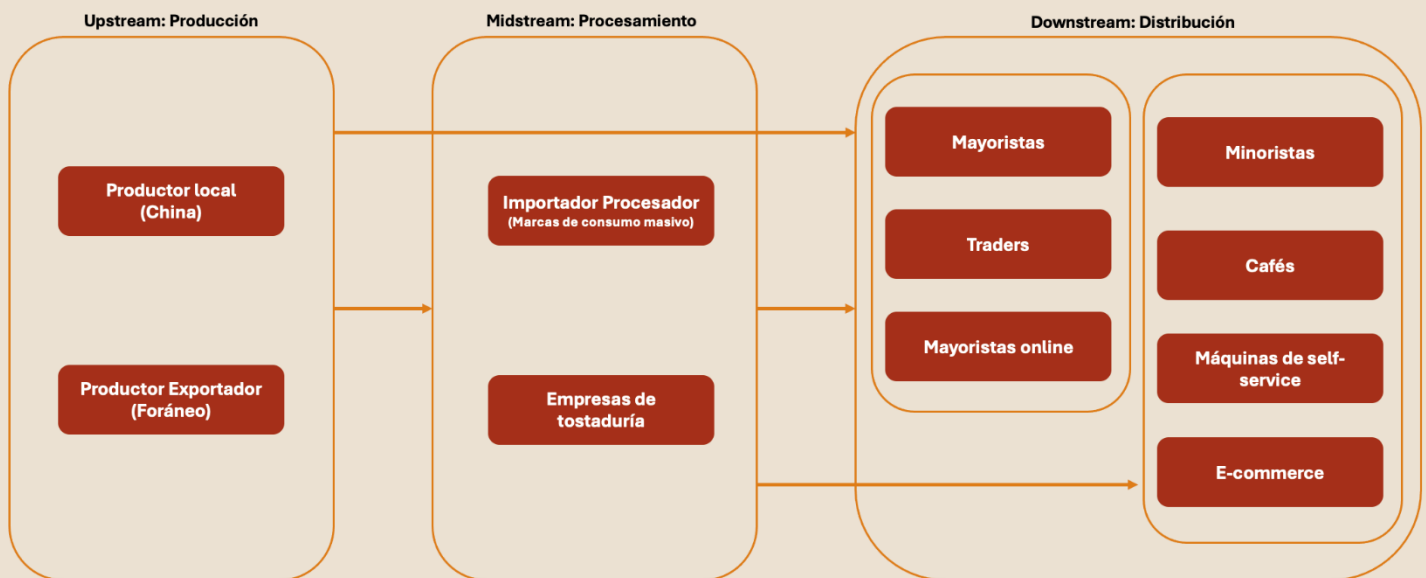
En este punto, es importante mencionar que Perú no cuenta con un protocolo fitosanitario vigente para la exportación de nueces del Brasil y pecanas al mercado chino.

## VII. LÓGISTICA

### 7.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

#### A. CAFÉ

Gráfico N°23: Diagrama de la distribución de café en China



Fuente: Y. Jiang et.al. (2022)

China sigue un modelo de distribución de café similar al de muchos grandes importadores, con la diferencia de que el país cuenta con una producción local que, aunque insuficiente, intenta satisfacer la creciente demanda.

En el **eslabón upstream o aguas arriba** de la cadena industrial, se observa una baja concentración por parte de los proveedores, especialmente los internacionales. Los participantes en este segmento son principalmente pequeños y medianos productores locales, principalmente ubicados en la región de Yunnan, además de exportadores extranjeros de café de alta calidad y compañías globales, como la francesa Louis Dreyfus, las japonesas UCC y Mitsui & Co.

En el **eslabón intermedio o midstream**, las marcas representativas varían según el tipo de producto en el mercado de café terminado. En el segmento de granos de café tostado se destacan marcas como Uncle Bean's Coffee e Illy, entre otras. Para cápsulas y filtros, destacan UCC, Sumidawaga Coffee, L'or, Blendy y Nespresso. En cuanto a preparaciones líquidas, se encuentran marcas como Yongpu, Colin y Jiyin. En el ámbito de presentaciones instantáneas, las marcas más representativas son Three and a Half Coffee, Nescafe Coffee y G7 Coffee. En cuanto al café liofilizado, tienen una mayor presencia Maxwell House y Mocona Coffee. Por último, en café molido, se destaca la presencia de Starbucks, Luckin Coffee y Costa Coffee, con una fuerte oferta de variedades, principalmente arábica.

A partir del análisis de la distribución geográfica de las empresas líderes en la cadena de valor de la industria cafetera, se observa una notable presencia tanto en Shanghai como en Beijing, caracterizándose por una diversidad significativa de actores empresariales. En el caso específico de Shanghai, destacan marcas prominentes como M Stand, Manner Coffee y Nova Coffee, reconocidas por su compromiso con la frescura y calidad del café recién molido. Mientras tanto, en Beijing, se destacan firmas como Luckin Coffee y Kudi Coffee, que han logrado consolidarse como referentes en el mercado local gracias a su propuesta distintiva y estratégica. Esta distribución equitativa de empresas revela un panorama dinámico y competitivo en ambas ciudades, evidenciando el sólido desarrollo de la industria del café en China.

En el mercado de **distribución descendente o downstream**, los canales de comercialización se segmentan en cadenas de cafeterías, supermercados, cadenas de tiendas de conveniencia, restaurantes de comida rápida, plataformas de comercio electrónico y servicios de comida para llevar. Entre estos, las cadenas de cafeterías y las tiendas de conveniencia representan los principales puntos de venta para el café recién molido. Por otro lado, el café listo para beber y el café instantáneo se comercializan principalmente a través de supermercados, tiendas de conveniencia, plataformas de comercio electrónico y

otros canales. Además, las ventas en tiendas de McDonald's y KFC también son importantes en este mercado.

A partir de datos recopilados hasta septiembre de 2023, se observa una marcada variación en el número de cadenas de cafeterías en el país en cuestión. Destacando entre ellas, Luckin Coffee se erige como la única marca con una notable cifra de 10.000 tiendas, extendiéndose a lo largo de 301 ciudades y alcanzando un total de 12.153 establecimientos. Además de Luckin Coffee, otras marcas relevantes en el panorama cafetero local incluyen Starbucks Coffee, Kudi Coffee y Lucky Coffee.

Es importante destacar que el número de tiendas pertenecientes a otras marcas de café no supera las 1.000 en términos de cobertura de ciudades. En particular, Kudi Coffee, que hizo su entrada al mercado en octubre de 2022, ha logrado una expansión notable, abarcando 313 ciudades y posicionándose como líder entre todas las marcas, con más de 5.000 tiendas establecidas.

En lo que respecta al nivel de precios, se registra una variación significativa entre las diferentes cadenas. Shangdao Coffee encabeza la lista con un precio promedio de 71 yuanes, destacándose por su enfoque en la calidad y la experiencia del cliente. Por otro lado, Lucky Coffee se sitúa en el extremo opuesto del espectro, con un precio promedio de apenas 8 yuanes, lo que sugiere una estrategia de precios más accesible y competitiva en el mercado. Esta diversidad en la oferta de precios refleja la amplia gama de opciones disponibles para los consumidores en el sector de cafeterías en el país en cuestión.

En base a lo mencionado, a continuación, se presenta la cadena estructurada de comercialización / distribución del café, tomando como referencia a los principales jugadores del mercado en cada categoría:

Gráfico N°24: Diagrama de la distribución de café en China con principales actores por categoría

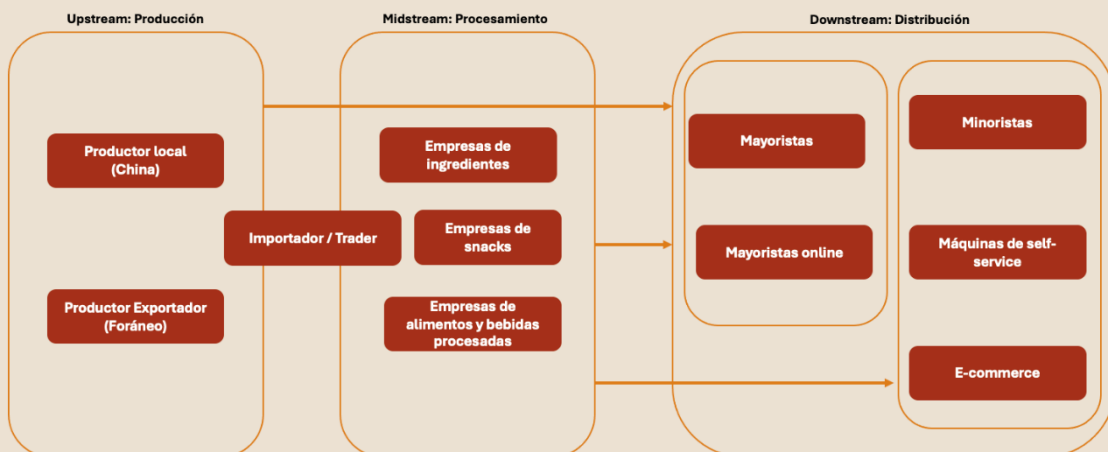


Fuente: Entrevistas a profundidad & Store-check (información primaria)

## B. NUECES

De manera similar a otras categorías de la industria de alimentos y bebidas, la cadena de distribución de las nueces y frutos secos, incluye la obtención de materias primas en la fase inicial (upstream), el procesamiento y la transformación de alimentos en la fase intermedia (midstream) y la comercialización en la fase final (downstream).

Gráfico N°25: Diagrama de la distribución de café frutos secos en China



Fuente: ASKCI (2022)

En lo que respecta al **eslabón upstream, o aguas arriba**, el consumo sostenido y creciente de nueces y frutos secos en los últimos años ha facilitado la incorporación de un mayor número de productores locales de diversas especies, como la pecana, particularmente en las regiones de Yunnan y Xinjiang. Esta tendencia ha limitado la expansión de la oferta por parte de productores extranjeros, quienes abastecen directamente a importadores y traders chinos, así como a empresas mayoristas. La importación directa por parte de las empresas procesadoras de alimentos sigue siendo relativamente limitada, especialmente en el caso de nueces con una demanda más reducida, como las pecanas y las nueces del Brasil. Dentro de los principales traders / importadores de nueces destacan Shanke International Trading Quingtian Co, Foshan Hongyuan Trading Co, Foshan Hongyuan Trading y Zhong Rui Nuts Manufacturing Co.

En el **eslabón intermedio o midstream**, los principales procesadores de la industria suelen adquirir la materia prima principalmente a través de importadores o traders especializados en el mercado. Sin embargo, cada vez es mayor el número de empresas que optan por importar directamente, especialmente aquellas involucradas en la producción de mezclas de nueces y snacks secos empacados. Un ejemplo de esta tendencia es la empresa Juewei Food Co., especializada en la comercialización y distribución de frutos secos, que adquiere pecanas directamente de Estados Unidos y México, debido a los grandes volúmenes que demanda.

Finalmente, en lo que respecta al **eslabón downstream o aguas abajo**, el grueso de la comercialización de nueces y frutos secos se realiza a través de canales minoristas, especialmente supermercados, mercados tradicionales y tiendas de conveniencia. De hecho, en los últimos años se ha incrementado notablemente la participación de las tiendas de conveniencia en este segmento, si se tiene en cuenta que los chinos consideran a las nueces un snack take-to-go. Otro segmento importante a tomar en cuenta es el HORECA, sobre todo en lo que respecta a las castañas, las cuales pueden encontrarse en presentaciones

asadas y acarameladas tanto en puestos callejeros, como en restaurantes de gama alta.

### 7.1.1. Rutas de acceso, costos logísticos & agencias de transporte

A continuación, se presentan los precios referenciales, días de tránsito y frecuencias de salida desde el puerto de Callao (Perú) hacia los principales destinos de China, junto con las líneas navieras que cubren dichas rutas. Es importante tener en cuenta que la información proporcionada es de carácter referencial y se recomienda verificarla con las principales líneas navieras mencionadas.

**Cuadro N°20: Rutas de acceso desde Perú a China para contenedores 20' Dry y 40'Dry**

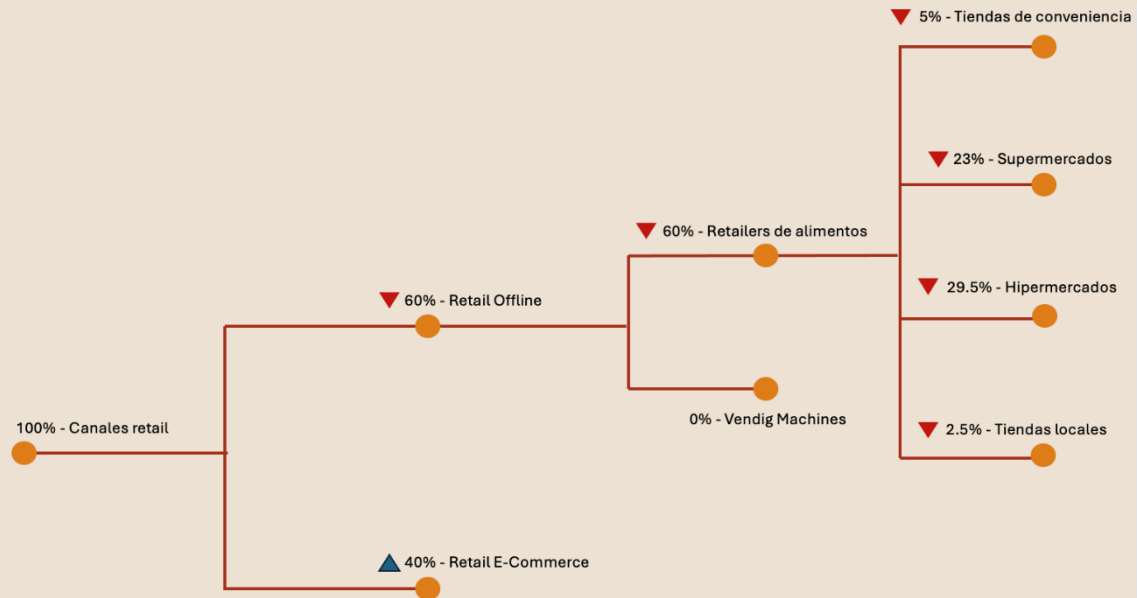
Puerto de origen (Perú)	Puerto de destino (China)	US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)		Días de tránsito	Frecuencia de salida	Línea Naviera
		20' Dry	40' Dry			
Callao	Hong Kong	2,800	3,850	32	SEMANAL	Hamburg Sud MSC K-Line NYK Cosco
Callao	Xiamen	2,800	3,850	33	SEMANAL	Hamburg Sud MSC K-Line NYK
Callao	Ningbo	2,800	3,900	35	SEMANAL	Hamburg Sud MSC NYK
Callao	Shangai	2,800	3,900	35	SEMANAL	Hamburg Sud MSC K-Line NYK

Fuente: PROMPERÚ \* Precios referenciales

## 7.2. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

### A. CAFÉ

Gráfico N°26: Canales de comercialización a nivel retail de café en China (2023)



Fuente: ICEX – Passport Euromonitor

A nivel retail, alrededor del 60% de las ventas minoristas de café en China se realizan a través del canal retail convencional, donde existe una fuerte presencia de los supermercados e hipermercados como principales establecimientos de compra. La variedad de la oferta, así como la presencia de promociones y asesoría en la compra de estos productos hacen que estos formatos sean alternativas convenientes para la compra de cafés, sobre todo en consumidores no especializados.

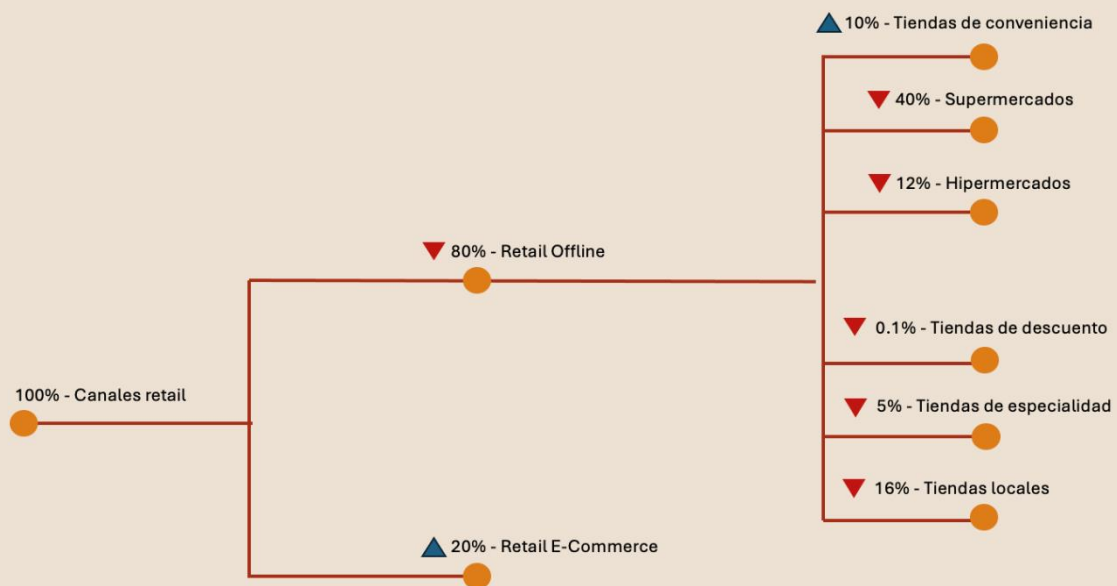
Por otro lado, a partir de la pandemia, las ventas a través de canales digitales como el e-commerce ha crecido notablemente y ya representa alrededor del 40% de las ventas la categoría. El éxito del comercio minorista en línea en China está impulsado por una vasta base de usuarios de teléfonos inteligentes y la expansión de aplicaciones móviles, especialmente las de compras. La mayoría de los consumidores en línea son jóvenes entre 26 y 40 años, con un 25,3 % en

el rango de 26-30 años y un 33,3 % en el de 31-40 años. En 2020, el 49 % de los consumidores de café en China tenía entre 26 y 35 años, lo que ha llevado a las empresas cafeteras a invertir considerablemente en su presencia en redes sociales y plataformas de Internet. Un ejemplo notable es Luckin Coffee, que ingresó al mercado en 2017 con la venta y reciclaje de tazas de café a través de su plataforma en línea.

En septiembre de 2020, los mini programas de servicios diarios en WeChat contaban con aproximadamente 733 millones de usuarios activos mensuales, mostrando un crecimiento anual del 36,5 %. Varias marcas de café han desarrollado sus propios mini programas en esta plataforma, combinando redes sociales y comercio electrónico para crear una alternativa atractiva al comercio tradicional. Este fenómeno de comercio social está ganando popularidad rápidamente, especialmente entre los jóvenes que buscan experiencias de compra más dinámicas. En 2019, más de 18 mil millones de personas compraron productos de café por un valor de 312 millones de euros en Taobao y Tmall, lo que representa un aumento del 18 % respecto al año anterior.

## B. NUECES

**Gráfico N°27: Canales de comercialización a nivel retail de snacks (incluye nueces) en China (2023)**



Fuente: ICEX – Passport Euromonitor

Las ventas de snacks, incluyen nueces y frutos deshidratados, se concentran en un 80% en el canal retail convencional, donde destacan los supermercados e hipermercados, aunque han perdido participación frente a las tiendas de conveniencia como 7Eleven o Family Mart, las cuales son bastante populares para la compra de estos productos.

Por otro lado, el e-commerce también ha ganado terreno y ya representa alrededor del 20% de las ventas de la categoría. El comercio electrónico se ha convertido en una herramienta fundamental para la comercialización de nueces en el mercado chino. La integración de plataformas digitales como WeChat, Weibo y Little Red Book (Xiaohongshu) es esencial para conectar con los consumidores chinos. Estas plataformas no solo facilitan la venta directa a través de minitiendas y ofertas especiales, sino que también permiten una interacción constante con los clientes a través de cupones y transmisiones en vivo, ampliando significativamente la base de seguidores y potenciando la fidelización del cliente.

El uso de estas redes sociales proporciona múltiples puntos de contacto con el cliente, que son cruciales para fomentar el “engagement” y aumentar las ventas. Las promociones específicas, como cupones y ofertas exclusivas, pueden atraer a nuevos compradores y mantener a los existentes interesados en los productos. Además, las transmisiones en vivo ofrecen una experiencia interactiva y auténtica, permitiendo a los consumidores ver el producto en tiempo real, obtener información detallada y resolver dudas al instante. Este enfoque no solo mejora la confianza del consumidor en el producto, sino que también incrementa las posibilidades de conversión de ventas. En resumen, la utilización estratégica de plataformas de comercio electrónico y redes sociales en China es indispensable para la comercialización eficaz de nueces, ofreciendo múltiples beneficios que van desde la promoción del producto hasta la consolidación de una base de clientes leales.

## VIII. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN COMERCIAL

Para satisfacer la creciente demanda de café en China, las ciudades de primer nivel como Shanghai, Beijing, Guangzhou y Shenzhen están organizando una gran cantidad de eventos y ferias de café. Estos eventos no solo son plataformas para que las empresas muestren sus productos y establezcan contactos, sino que también albergan concursos nacionales de baristas y catas de café, lo que convierte a estos eventos en una oportunidad única para los amantes del café de conocer las últimas tendencias y disfrutar de experiencias sensoriales excepcionales. Asimismo, la principal feria para nueces y frutos secos es organizada en Hefei denominada China Nuts & Roasted Seeds, Dried Fruit Food Exhibition.

### 8.1. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- **CAFEEX**



**Lugar:** Wuhan, Shenzhen & Shanghai

**Descripción:** Feria internacional especializada en la industria del café con tres ediciones al año en ciudades clave como Wuhan, Shenzhen y Shanghai. Cuenta con la presencia de marcas de café premium de Hong Kong, Macao, Taiwán, Australia, Japón, Corea del Sur, Europa y Estados Unidos.

**Web:** <https://en.cafeex.com.cn/>

- **CAFE SHOW CHINA**



**Lugar:** Beijing

**Descripción:** Feria internacional especializada de edición anual, es una excelente plataforma para el mercado B2C y B2B. Con tres días de duración atrae a más de 50 mil asistentes y en sus últimas ediciones ha contado con la participación de pabellones nacionales de Ecuador, Brasil, Haití, Ruanda, Colombia y Panamá.

**Web:** <http://www.cafeshow.cn/huagang/hgcoffceen/index.htm>

- **SIGEP CHINA**



**Lugar:** Shenzhen

SIGEP China es un punto de referencia para la innovación que conecta cinco industrias (heladería, panadería, pastelería, chocolate y café). En su edición 2024 contó con la presencia de más de 500 expositores de 30 países y se registró la asistencia de alrededor de 29 390 visitantes.

Web: <https://sigepcn.com/en/>

- **CHINA NUTS AND ROASTED SEEDS, DRIED FRUIT FOOD EXHIBITION**



**Lugar:** Hefei

Descripción: Feria especializada con 16 áreas de exhibición con más de 2 mil expositores de la industria global de nueces y frutos secos, cuenta con la presencia de 100 mil asistentes en sus tres días de exhibición.

Web: <https://www.csnc.cn/en/index.aspx>

- **FOOD & HOSPITALITY CHINA**



**Lugar:** Shanghai

Descripción: Feria de hotelería y restauración más grande de China, cuenta con pabellones especializados en café y snacks, así como de equipo y suministros para la industria. En su edición 2023 participaron pabellones de más de veinte países, incluido Perú.

Web: <https://www.fhcchina.com/#>

- SIAL CHINA



**Lugar:** Shaghai

**Descripción:** SIAL Shanghai se realizó del 28 al 30 de mayo de 2024. El área de exhibición abarcó un vasto espacio de 200 mil m2 y asistieron alrededor de 5,000 expositores de más de 70 países, y más de 180,000 profesionales de más de 110 países.

Web: <https://www.sialchina.com/>

## 8.2. EXHIBICIONES

- SHANGHAI INTERNATIONAL COFFEE CULTURE FESTIVAL



**Lugar:** Paseo Marítimo de West Bund, Shanghai

**Fecha:** 30 de abril al 04 de mayo de 2024

Bajo la temática “Create with Coffee” se celebró el festival más grande de café de Shanghai del 30 de abril al 4 de mayo de 2024, con la presencia de más de 50 cafeterías especializadas y con exposición de las principales marcas

mundiales, experiencias cafeteras continuas, exposiciones fotográficas, talleres y tiendas temporales en un área de más de 3 mil m2.

- **FESTIVAL DEL CAFÉ DE LUJIAZUI**



**Lugar:** Lujiazui Central Green, Central Business District, Shanghai

**Fecha:** Por definir

Fundado en 2016, el Festival del Café de Lujiazui brinda a los consumidores la oportunidad de probar una amplia variedad de cafés de todo el mundo. En su octava edición, celebrada en octubre de 2023, el festival presentó a más de 270 marcas de café y asistieron alrededor de 150 mil visitantes en sus cinco días de ocurrencia. Alrededor del 35% de los expositores del festival está representado por grandes cadenas de cafeterías, mientras que un 50% se encuentra compuesto por cafeterías artesanales que suelen utilizar cafés especiales.

### 8.3. PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS

- COFFEE T&I (<http://www.coffeeteaimagazine.com/en/>)



**Frecuencia:** Trimestral

**Distribución:** Revista Digital

**Idioma:** Chino, inglés, tailandés y vietnamita.

**E-mail:** [cti@coffeemagazine.com](mailto:cti@coffeemagazine.com)

## IX. CONTACTOS DE INTERÉS

### 9.1. INSTITUCIONALES

- **Administración General de Aduanas de China - GACC**  
Dirección: No.6. Jianguomennei Avenue, Dongcheng District, Beijing  
Teléfono: (+86) 10 65194114  
Web: <http://english.customs.gov.cn/>
- **Asociación de Café de China - CCA**  
Dirección: Habitación 205, segundo piso, edificio sur, hotel Leyou, n.º 13 East Third Ring South Road, distrito de Chaoyang, Beijing  
Teléfono: (+86) 10 66058203  
Web: <http://www.coffeeinfo.com.cn/php/index.php>
- **Cámara de Comercio de Importación y Exportación de Productos Alimenticios, Productos Nativos y Subproductos Animales - CFNA**  
Dirección: 4/F, Talent International Building, No.80, Guangqumennei Street, Dongcheng District, Beijing  
Teléfono: (+86) 10 87109883  
Web: <https://en.cccfna.org.cn/>
- **Asociación de Café de Yunnan**  
Dirección: Sala 908, Edificio Dianchi, No. 799 Dianchi Road, Distrito Xishan, Ciudad de Kunming, Provincia de Yunnan  
Teléfono: (+86) 0871 65375444  
Web: <http://www.yunnancoffee.org/>
- **Comité Especializado en Nueces & Frutas Secas de la Asociación Nacional de la Industria Alimentaria de China - CSNC**

Dirección: 3339 Qixiang Hotel, No.12 Maliandao South Street, Xicheng, Beijing

Teléfono: (+86) 10 63344578

Web: <https://www.csnc.cn/en/index.aspx>

- **Ministerio de Agricultura y Asuntos Rurales de la República Popular China - MOA**

Dirección: No.11 Nongzhanguan Nanli, Chaoyang District, Beijing

Teléfono: (+86) 10 64192389

Web: <http://www.moa.gov.cn/>

- **Ministerio de Comercio de la República Popular China - MOFCOM**

Dirección: No.2, Avenida de Dong Chang'an Beijing

Teléfono: (+86) 10 85093026

Web: <http://www.mofcom.gov.cn/>

## 9.2. COMERCIALES

---

Para conocer a detalle la información sobre los contactos comerciales identificados tanto para cafés como para nueces, se recomienda visitar la sección XI: Perfiles de Compradores. En esta sección, encontrará un análisis exhaustivo de los compradores, incluyendo detalles específicos sobre sus preferencias, experiencias previas con productos peruanos, y las características que valoran en sus proveedores. Esta información es crucial para entender mejor las demandas del mercado y establecer relaciones comerciales efectivas con importadores de café y nueces.

## X. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

---

El mercado del café en China está experimentando una expansión vertiginosa, con un incremento anual del 30% en el consumo, en contraste con la tasa de crecimiento del 2% en mercados más desarrollados como Europa y Estados Unidos. Esta rápida expansión sugiere que todavía hay un amplio margen para la entrada de nuevos productos y la implementación de estrategias de penetración de mercado para el café peruano, especialmente en lo que respecta a variedades especiales que son altamente valoradas en China, como Geisha y

Bourbon. Promocionar estos productos resaltando su origen y desarrollando un storytelling atractivo, así como destacando la sostenibilidad en los procesos y las características sensoriales únicas, puede resultar muy interesante para los consumidores chinos interesados en experiencias de consumo diferenciadas.

Otro aspecto a considerar es la creciente popularidad del café “fresco” en China. A finales de 2023, el café molido y en grano tostado ocupó el primer lugar entre las presentaciones preferida, a pesar del fuerte crecimiento de las presentaciones instantáneas y ready-to-drink (RTD) durante la pandemia. Perú puede aprovechar esta preferencia para continuar posicionándose este segmento de manera indirecta a través de generar encadenamientos productivos con los principales operadores de este segmento como Starbucks China, Luckin Coffee y Costa Coffee. Al mismo tiempo, se debe dimensionar la posibilidad de desarrollar el mercado de liofilizados en China, un segmento en el cual recientemente ha entrado Colombia a través de portales electrónicos, ya que el mercado de consumir café en casa / oficina ha crecido notablemente a partir de la pandemia.

En tanto, el comercio electrónico ha transformado la manera en que los consumidores chinos compran café. Desde 2019, el número de personas que compra café en línea ha aumentado 1.5 veces. Esto presenta una oportunidad para que Perú establezca alianzas con plataformas de comercio electrónico como Yihaodian, 360buy, Taobao y Tmall. Además, los consumidores más jóvenes, que prefieren comprar en línea, pueden ser un segmento clave para las exportaciones de cafés especiales y productos innovadores como cápsulas y presentaciones ready to drink.

China también está mostrando un creciente interés en variedades de café especiales como Bourbon, Caturra y Geisha. Estas variedades, conocidas por sus perfiles de sabor únicos, han ganado popularidad entre la creciente clase media china, que valora las experiencias gastronómicas occidentales. Perú, con su rica diversidad de variedades de café, puede promover y exportar estas

variedades especiales, resaltando sus características únicas y métodos de preparación para captar la atención de estos consumidores sofisticados.

El consumo de nueces y frutos secos en China también está en auge, impulsado por una mayor conciencia sobre la salud. Los consumidores chinos consideran a las nueces como un snack saludable y prefieren productos originales en sabor, orgánicos o empaquetados en porciones pequeñas. Las ventas de nueces en China alcanzaron 8.222 mil toneladas en 2022, y se espera que el mercado crezca anualmente un 1.8% hasta 2027. Esto representa una oportunidad para Perú de exportar nueces y frutos secos de alta calidad, enfatizando sus beneficios para la salud y la procedencia natural.

En particular, las pecanas de alta calidad están en demanda en China, especialmente durante festividades como el Festival del Medio Otoño y el Año Nuevo Chino. Perú puede incrementar la producción y exportación de pecanas de calibres grandes y pequeños, adaptándose a la preferencia creciente por variedades más pequeñas que contienen una mayor proporción de fruto comestible por peso. Asimismo, la especie *Carya illinoensis*, valorada por su calidad, puede ser promovida como un producto premium en el mercado chino. Sin embargo, la posibilidad de contar con registro en el GACC es un impedimento que debe ser levantado para que se pueda reanudar el comercio de estos productos en el mercado.

El cambio en las preferencias de los consumidores hacia nueces peladas presenta otra oportunidad. El consumo de nueces peladas está aumentando más rápido que el de nueces con cáscara, ya que los consumidores valoran la conveniencia. Perú puede exportar nueces ya peladas, ofreciendo un producto que combina calidad y facilidad de consumo, ideal para el consumidor chino moderno.

Además, aunque las nueces amazónicas tienen una presencia limitada en el mercado chino, existe un potencial significativo para su crecimiento. Perú puede introducir y promocionar estas nueces, destacando sus propiedades

nutricionales y su origen exótico, atrayendo a consumidores en busca de productos novedosos y saludables.

Finalmente, el mercado chino de café y nueces muestra una clara tendencia hacia productos de alta calidad y conveniencia, consumidos tanto en el hogar como en contextos sociales. Esto refleja un cambio en los hábitos de consumo y una mayor sofisticación del mercado, abriendo múltiples oportunidades para que Perú exporte una variedad de productos, desde café especial hasta nueces premium. Al adaptarse a estas tendencias y establecer alianzas estratégicas, Perú puede consolidar su posición en el dinámico mercado chino.

## XI. PERFILES DE COMPRADORES

---

Los perfiles de compradores se encuentran desarrollados en un documento aparte debido a la confidencialidad de la información. Para acceder a estos datos detallados y comprender mejor las características y preferencias de los consumidores, así como las estrategias específicas para abordar cada segmento del mercado, por favor contactar con el equipo de PROMPERÚ. Ellos podrán proporcionar la información necesaria y guiar en la mejor manera de utilizarla para maximizar las oportunidades comerciales en el mercado chino.

## XII. BIBLIOGRAFÍA

---

- Cafés del Perú. Available online at <https://sites.peru.info/es-pe/cafesdelperu>
- CBN Data. Available online at <https://www.cbndata.com/>

- General Administration of Customs People's Republic of China (Aduanas de China). Available online at <http://english.customs.gov.cn/>
- United Nations Statistics Division, UN COMTRADE. International Merchandise Trade Statistics. Available online at <http://comtrade.un.org/>
- Euromonitor International Passport. Available online at <https://www.euromonitor.com/passport>
- ICEX España Exportación e Inversiones. Available online at <https://www.icex.es/>
- IiMedia Research. Available online at <https://www.iimedia.com.cn/>
- International Monetary Fund, Balance of Payments Statistics. Available online at <http://www.imf.org/external/np/sta/bop/bop.html/>
- Receita Federal do Brasil (Aduanas de Brasil) . Available online at <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br>
- Statista. Available online at <https://www.statista.com/>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (Aduanas de Perú). Available online at <https://www.sunat.gob.pe/>