


FICHA MERCADO – Camu camu en polvo


I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	SHANGHAI	1.2. Fecha	30/12/2023
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	CARLA MILAGROS CIEZA ANGULO	
	Cargo	ESPECIALISTA COMERCIAL	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Camu camu en polvo.		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	1106.30.00:水果及坚果的细粉、粗粉及粉末		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Camu camu en polvo, Myrciaria dubia M.H.K. 卡姆果粉		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>En cuanto a los requisitos de acceso, se tiene que considerar los documentos como Guía de Carga (B/L), recibo original (Invoice), contrato original, declaración de importación, Certificado Fitosanitario.</p> <p>Arancel 0%</p>		
2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	<p>El mercado de Superfoods está en una trayectoria ascendente, con una perspectiva prometedora de 2024 a 2032, impulsado por las estrategias dinámicas empleadas por los principales actores del mercado.</p> <p>Factores que impulsan el crecimiento del mercado de los superalimentos</p> <p>Productos de panadería y confitería</p> <p>Aperitivos</p> <p>Bebidas</p> <p>Otros</p> <p>Tipos de superalimentos disponibles en el mercado</p> <p>Superfrutas</p> <p>Supersemillas y supergranos</p> <p>Algas comestibles</p> <p>Matcha en polvo</p> <p>Otros</p> <p>Los sabores de fusión están tomando protagonismo en la industria de alimentos y bebidas de Asia, deleitando las papilas gustativas de los amantes de la comida y remodelando diferentes cocinas. En 2023, la tendencia de la cocina de fusión es cada vez más fuerte, ya que los chefs se atreven a explorar una mezcla de diferentes inspiraciones culturales.</p>		
2.6 Estacionalidad de la producción local	En China continental no se encuentra producción local del producto		
2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)	Entre los principales puertos se encuentran: Kunming, Beijing, Shanghai, Guangzhou, Fuzhu, Ningbo o cualquiera que se de conveniencia para el importador		
2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales)	<p><b>Cadena de transacciones de comercio electrónico</b></p> <p><b>Importación por Compra Directa vía comercio electrónico:</b> El proveedor extranjero envía el producto directamente al ser adquirido por el cliente. El producto pasa la aduana China y posteriormente es enviado al consumidor y/o u operador de la tienda de ecommerce. A pesar de no necesitar un inventario en China, la logística es más complicada</p>		

<p>actores en cada eslabón de la cadena)</p>	<p>y el tiempo de entrega es menos eficiente. Los productos son almacenados en el país de origen o en un depósito aduanero en el exterior.</p> 
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>Según la industria, producto o marcas. Si se considera un ítem de alta gama, el orden sería Calidad del producto- Precios- Cantidad disponible para exportación.</p> <p>Si el ítem es general o masivo, el orden sería Precios—Calidad del producto—Cantidad disponible para la exportación.</p> <p>Otros criterios importantes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Entrega</li> <li>Fiabilidad</li> <li>Experiencia de exportación al mercado de destino o países cercanos</li> <li>Mantener las comunicaciones abiertas</li> </ul>
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>Se encuentra oferta peruana, además de oferta de Brasil o de materia prima peruana, pero manufactura y/o procesada en América del Norte o Europa.</p>
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Feria SIAL</li> <li>Feria FHC</li> <li>Anuga Select China</li> <li>China (Shenzhen) Cross-border E-commerce Fair</li> <li>Hainan China International Consumer Products Expo</li> <li>China International Import Expo - CIIE</li> </ul>

**ANEXO**  
**PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO**

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (RMB por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Online Taobao	80 grs	29.8 RMB	China	30/12/2023	Bolsa	
Online Taobao	ramo	123 RMB	USA	30/12/2023	Bolsa	
Online Taobao	100 grs	168 RMB	Brasil	30/12/2023	Bolsa	

Online Taobao	100grs	204 RMB	Perú	30/12/2023	Bolsa	
Online Taobao	150 grs	159 RMB	USA	30/12/2023	Bolsa	
Online Taobao	340 grs	159 RMB	USA	30/12/2023	Bolsa	
Online Taobao	100 grs	138 RMB	USA	30/12/2023	Bolsa	

Online Taobao	340 grs	235 RMB	USA	30/12/2023	Bolsa	
<i>(Agregar las filas que sean necesarias)</i>						

\* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.