




FICHA MERCADO – PRODUCTO


I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA				
1.1. Nombre de la OCEX	SHANGHAI		1.2. Fecha	Agosto 2022
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Carla Cieza		
	Cargo	ESPECIALISTA:		
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO				
2.1 Producto	Aceite de palta			
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	La siguiente información se basa en el código HS 151620 (Grasas y aceites vegetales y fracciones, hidrogenados, interesterificados, reesterificados o elaidinizados, incluso refinados, pero sin preparar de otro modo).			
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	牛油果油-Aceite de palta			
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>El primer requisito para la exportación de productos a China es el registro de la empresa en el China Import Food Enterprises Registration (CIFER).</p> <p><i>A partir del 01 de enero de 2022, será necesario que los fabricantes, procesadores e instalaciones de almacenamiento de alimentos en países que exportan a China se encuentren previamente registrados ante la GACC. La inscripción se realiza a través de las autoridades sanitarias (SENASA, DIGESA, SANIPES o DIGEMID) o de manera directa, dependiendo de las categorías de los productos establecidos por la GACC.</i></p> <p><i>Las mercancías que se producen a partir del 1 de enero de 2022 deberán indicar en el etiquetado la información de código autorizado por la autoridad competente peruana o el código registrado de China. Se recomienda utilizar el registro chino.</i></p> <p>Consulta: https://www.mincetur.gob.pe/reglamentostecnicos/informacion_general/informacion_general.html?c=IG_noticias</p> <p>Los requisitos a nivel de documentación para los alimentos envasados son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Contrato de venta, factura comercial, PL 2. Copia de Licencia de comercio de importadora. 3. Si en la etiqueta en chino ha mencionado algunos caracteres como “orgánico”, debe presentar certificación. 4. Certificado de Origen 6. Certificado de libre venta, versión original y traducida al chino. 7. Certificado sanitario. 8. Etiqueta original y versión traducida 9. Etiqueta de alimentos en chino <p><i>Todos los alimentos envasados que se venden en China deben tener etiquetas en chino mandarín declarando la siguiente información:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre del producto (excepción el nombre de la marca) - Lista de ingredientes en orden de cantidad de ingredientes usados. - Contenido neto. - Método de almacenamiento del año de producción - Nombre y dirección del fabricante y distribuidor. - Indicación de la producción y la fecha de caducidad. - País de origen. - Indicar el número del estándar del estado, normas de comercio o fabricación. 			

	<p>- Licencia de manufactura de la empresa registrada o agente.</p> <p>- Indicar si el alimento ha sido modificado genéticamente o ionizado.</p> <p>10. Número de registro de inspección y aduanas</p> <p>12. Versión electrónica de la etiqueta original y traducida, en disco o USB</p> <p>13. Bill of Landing</p> <p>14. Garantía de etiqueta con sello oficial</p> <p>Arancel 0%</p>
2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	<p>Actualmente la demanda del aceite de aguacate está en incremento, debido a su sabor y a la calidad de los aceites que posee la palta, que es considerada como una manera sana de consumir grasas no saturadas.</p> <p>A su vez el mercado es una ventaja competitiva, debido a que la palta es un producto con una demanda muy grande y que todas las personas conocen, lo que genera de inmediato una demanda por los subproductos de esta fruta exótica, que ha cautivado tantos paladares alrededor del mundo. Algo muy común en la cocina china es el uso de aceite a altas temperaturas, por ello los mejores aceites para soportar cocinar de esta manera durante la fritura son el aceite de palta, maní, canola, girasol y sésamo. Estos aceites tienen un alto punto de humo (400 °F y más), lo que significa que son más adecuados para cocinar a temperaturas más altas, concepto que agradaría al consumidor chino no solo de productos gourmet, sino comercial, pero con valor agregado.</p>
2.6 Estacionalidad de la producción local	<p>No existe estacionalidad del producto, sin embargo, si se considera la materia prima, la cosecha de la palta va desde el mes de setiembre a marzo, las variedades que se cultivan son hass, fuerte, ettinger, pinkerton, pero la más predominante es hass.</p>
2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)	<p>El producto puede ingresar por los distintos puertos y aeropuertos del país. El rendimiento de contenedores Top 10 en el primer trimestre: Puerto de Shanghai (1°), Puerto de Ningbo Zhoushan (2°), Puerto de Shenzhen (3°), Puerto de Qingdao (4°), Puerto de Guangzhou (5°), Puerto de Tianjin (6°), Puerto de Xiamen (7°), puerto de Suzhou (8°), puerto del golfo de Beibu (9°) y puerto de Rizhao (10°).</p> <p>El valor de importación de aceite de palta de China fue de USD 403,75 millones y el volumen de importación fue de 264,98 millones de toneladas métricas en el 2021</p>
2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)	<p>Los productos gourmet como el aceite de palta se comercializan bajo la importación directa entre importador y exportador o mediante distribuidores especializados por ser cantidades aún pequeñas.</p> <p>Hoy en día aparte de los medios de comercialización tradicionales también se debe indicar que el comercio electrónico representa un canal muy importante para llegar al consumidor final, debido a que muchas personas han simplificado sus hábitos de compras mediante dispositivos eléctricos.</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>Calidad y seguridad de los productos</p> <p>Entrega</p> <p>Fiabilidad</p> <p>Coste</p> <p>Experiencia de exportación al mercado de destino</p> <p>Calidad del servicio</p> <p>Mantener las comunicaciones abiertas</p>
2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)	<p>No se encuentra oferta peruana en el mercado.</p>
2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto	<p>En general, no existen campañas de promoción enfocadas en este producto, debido a que su volumen de exportación es aún bajo y las variaciones en las exportaciones tienen mayor</p>

	<p>relación con la rotación del producto y las habilidades o estrategias usadas por las empresas hechas en forma particular.</p> <p>Sin embargo, se puede trabajar la promoción del producto en actividades tales como:</p> <p>ANUFOOD China 10 al 12 Mayo 2023 Shenzhen World Exhibition & Convention Center Shenzhen, China</p> <p>FHC South China 2022 24 al 26 Mayo 2022 Poly World Trade Center Exhibition Hall Guangzhou, China</p> <p>Hi & Fi Asia-China 2022 23 al 25 Junio 2022 National Exhibition and Convention Center (NECC) Shanghai, China</p> <p>Food Ingredients China 2022 16 al 18 de Agosto 2022 China Import and Export Fair Complex Area A. Guangzhou, China</p> <p>SIAL China Shenzhen 31 Octubre.al 02 Noviembre. 2022 Shenzhen Convention & Exhibition Center Shenzhen, China</p> <p>Feria FHC 8 al 10 Noviembre 2022 Shanghai New International Expo Center (SNIEC) Shanghai, China</p> <p>Feria Sial Shanghai 2022 7 al 9 Diciembre 2022 National Exhibition and Convention Center (NECC) Shanghai, China</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Ole Supermarket	250 ml	188 rmb	Francia	Agosto 2022	Aceite de palta prensado en frío	
Citysuper Supermarket	100 ml	118.50 rmb	Italia	Agosto 2022	Libre de gluten y para alimentación de niños	
Citysuper Supermarket	250 ml	158 rmb	Francia	Agosto 2022		

<p>Times grocery online store</p>	<p>250 ml</p>	<p>123 rmb</p>	<p>Nueva Zelandia</p>	<p>Agosto 2022</p>	<p>Aceite prensado al frío</p>	
<p>Times grocery online store</p>	<p>250 ml</p>	<p>99 rmb</p>	<p>España</p>	<p>Agosto 2022</p>		

Aldi Supermarket	200 m l	29 rmb	España	Agosto 2022	EVOO+ Sray	
Aldi Supermarket	500 m l	49 rmb	España	Agosto 2022	Para cocción y aderezos	
<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.