

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA

1.1. Nombre de la OCEX	OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN BEIJING	1.2. Fecha	12 de diciembre de 2023
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Ying Chen	
	Cargo	Especialista comercial	

II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO

2.1 Producto	Café verde
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.: 0806.10)	Café, no tostado o no descafeinado HS code: 09011100
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	未烘焙咖啡 (咖啡生豆)
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>Aranceles: 8%</p> <p>El 13 de diciembre de 2021, la Administración General de Aduanas de la República Popular de China emitió el Anuncio No. 103 de 2021: «Reglamento sobre el Registro y Administración de empresas de producción de alimentos importados en el extranjero» y «Medidas Administrativas sobre Seguridad Alimentaria de Importación y Exportación de la República Popular China». El «Reglamento de la República Popular de China sobre el registro y la administración de empresas de producción de alimentos importados en el extranjero» (Orden N°. 248 de la Administración General de Aduanas) y las «Medidas administrativas de la República Popular de China sobre la seguridad de los productos importados y Alimentos Exportados» (Orden N°. 249 de la Administración General de Aduanas) se emitió el 12 de abril de 2021. Se anunció el 1 de enero de 2021 y se implementó el 1 de enero de 2022. Son objetivos estratégicos de la Agencia el incrementar la garantía de la inocuidad de los productos agropecuarios para consumo interno y exportación; e, incrementar la calidad fito y zoonosanitaria de los productos agropecuarios de consumo interno y exportación.</p> <p>El 26 de octubre de 2022, China ha comunicado que los productos agrícolas comestibles primarios como granos de café y cacao sin tostar, ya no se registrarán a través del CIFER. En su lugar, las autoridades competentes enviarán las solicitudes de registro de las empresas interesadas al Departamento de Cuarentena Animal y Vegetal de la GACC por carta o correo electrónico. Cabe indicar que, seguirán siendo válidas las calificaciones de los fabricantes de los citados productos agrícolas comestibles ya registrados en el CIFER.</p> <p>Documentación requerida para la declaración en aduana:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Certificado de origen 2. Certificado fitosanitario (aplicable a los granos de café sin tostar) 3. Certificado sanitario o certificado de libre venta 4. Contrato, factura, lista de empaque, conocimiento de embarque 5. Muestra de etiqueta original, traducción al chino de la etiqueta original, muestra de etiqueta al chino 6. Informe de prueba de ingredientes (según la situación) 7. Lista de ingredientes 8. Otra información justificativa o elementos de la declaración

<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>La cultura del café se ha desarrollado durante unos 40 años desde que ingresó a China en la década de 1980. Ha experimentado cuatro olas de café: introducción, comercialización, popularización y especialidad. Los consumidores prestan cada vez más atención a la calidad y el sabor del café, y el café se ha convertido gradualmente en una nueva forma de vida.</p> <p>En la actualidad, con el trasfondo de la popularización del café y el apoyo del capital, especialmente después de que marcas líderes como Starbucks hayan completado la educación preliminar del mercado en casi dos décadas, aparecerán nuevas marcas de café con diferenciación, alta calidad y ventajas de precio apropiadas que contarán con nuevas oportunidades. El café de especialidad ha captado las tendencias cambiantes de los tiempos y de los grupos de consumidores, y ha logrado el éxito centrándose en nuevas experiencias y diseños innovadores.</p> <p>Los datos del USDA muestran que el consumo de café de China mostrará una tendencia general de crecimiento de 2017 a 2023. En el año cafetalero 2022/23, el consumo de café de China alcanzará los 4.200 mil sacos, un aumento del 44,83% en comparación con 2017/18.</p> <p>Panorama de la competencia y la tendencia en la industria</p> <p>1. Competencia regional: las empresas de la cadena industrial de Shanghai son las más concentradas</p> <p>A juzgar por la distribución regional de las empresas representativas de la cadena de la industria del café, la distribución de las empresas de la cadena de la industria del café en Shanghai y Beijing es relativamente completa, con un gran número de empresas. Entre ellas, las marcas de café recién molido de Shanghai incluyen M Stand, Manner Coffee y Nova Coffee, mientras que se distribuyen Luckin Coffee y Cotti Coffee de Beijing.</p> <p>2. Competencia corporativa: Luckin Coffee tiene el mayor número de tiendas</p> <p>A juzgar por el número total de tiendas de marcas de cadenas de café, Luckin Coffee está muy por delante con 12,153 tiendas y es la única marca con 10,000 tiendas. A excepción de Starbucks Coffee, Cotti Coffee y Luckin Coffee, el número de otras tiendas de marcas de café no superan los 1000. En términos de nivel de precios, entre las diez principales marcas de café con mayor número de tiendas, el café Starbucks ocupa el primer lugar con un precio promedio de 41 yuanes, mientras que el precio promedio de Luckin Coffee es de solo 8 yuanes.</p> <p>3. Tendencias de la demanda de los consumidores</p> <p>A medida que los consumidores chinos continúan mejorando, su demanda de café también ha cambiado. De la búsqueda inicial del sabor y el efecto de la marca, ahora prestamos más atención a la calidad, origen y proceso de producción del propio café.</p> <p>Al mismo tiempo, con la popularización de los conceptos de alimentación saludable, cada vez más consumidores prestan atención a ingredientes nutricionales como el contenido de cafeína y azúcar. Por este motivo, han aparecido en el mercado productos de especial demanda como los bajos en cafeína y sin azúcar.</p> <p>Además, entre la generación más joven de consumidores, la cultura de las "celebridades de Internet" y del "check-in" se está volviendo gradualmente popular. Prestan más atención a la experiencia personalizada y los atributos sociales. Por ello, la innovación en el diseño de tiendas, packaging de productos, etc. se ha convertido en la clave para atraer la atención de los jóvenes.</p>
--	--

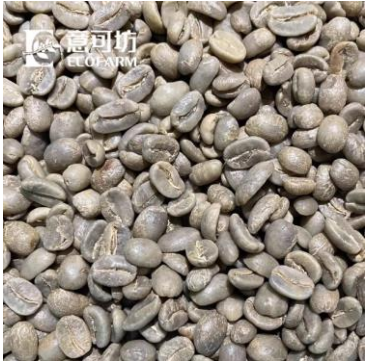
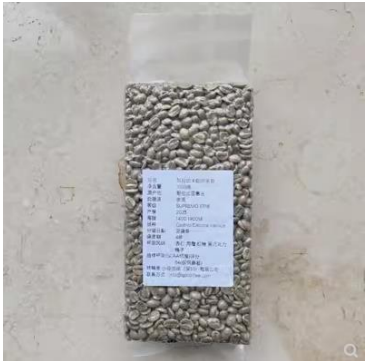
	<p>4. Tendencias de desarrollo futuras</p> <p>Con la mejora del consumo y los avances tecnológicos, la industria cafetalera de China enfrentará más oportunidades y desafíos.</p> <p>En primer lugar, en términos de tamaño del mercado, China sigue siendo un mercado enorme con potencial. Cada vez más consumidores consideran el café como su bebida de primera elección. El "Informe sobre el desarrollo del café urbano de China 2023" señaló que la escala de la industria cafetera de China en 2022 fue de 28,227 millones de dólares, y se espera que la escala de la industria cafetalera de China alcance los 51,940 millones de dólares en 2025.</p> <p>En segundo lugar, en términos de innovación de productos, con la popularización de conceptos de alimentación saludable y el aumento de la demanda personalizada, palabras clave como "verde", "saludable" y "personalizado" se convertirán en una de las consideraciones importantes en el futuro desarrollo de productos.</p> <p>Finalmente, en términos de servicios digitales, con la popularización del 5G, el Internet de las cosas y otras tecnologías, los servicios inteligentes y personalizados se convertirán en una de las tendencias de desarrollo futuro. Al mismo tiempo, mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del consumidor a través del análisis de big data también se convertirá en un medio importante en la competencia de las marcas.</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>1. Provincia de Yunnan</p> <p>La provincia de Yunnan es una de las primeras regiones de China en desarrollar la industria del café y actualmente es una de las zonas productoras de granos de café más importantes del país. Las zonas productoras de café en la provincia de Yunnan se distribuyen principalmente en Dehong, Lincang, Xishuangbanna y Kunming. Dehong es una de las zonas productoras de granos de café más grandes de China. Las principales variedades de café en grano son Arábica, Robusta, etc. El clima es cálido y húmedo, con suficiente sol y un clima estable, adecuado para el crecimiento de los granos de café. Al mismo tiempo, algunas de estas zonas también cuentan con zonas de gran altitud muy aptas para el cultivo del grano de café.</p> <p>2. Provincia de Hainan</p> <p>Hainan es una isla turística famosa en China y una de las zonas productoras de vegetación tropical más importantes de mi país. Las áreas de producción de granos de café de Hainan se distribuyen principalmente en Sansha, Lingshui, Ding'an, Tunchang y otros lugares. Las principales variedades de granos de café de Hainan incluyen Catulaka, Bitter Sugar y Robusta. Las condiciones climáticas en la provincia de Hainan son extremadamente adecuadas para el crecimiento de los cafetos: la temperatura media anual a largo plazo es de alrededor de 26°C, las precipitaciones anuales son abundantes y el suelo es blando y contiene materia orgánica, lo que proporciona suficiente agua y Nutrientes para el crecimiento del sistema radicular del café.</p> <p>3. Provincia de Guangdong</p> <p>Guangdong es la provincia más meridional del país y tiene un clima muy adecuado para el cultivo del grano de café. Las principales variedades de granos de café en Guangdong incluyen Arábica, Robusta, etc. En la actualidad, las zonas productoras de café de Guangdong se distribuyen principalmente en Zhanjiang, Maoming, Yangjiang y otros lugares, zonas con un clima templado y abundantes lluvias, muy adecuadas para el crecimiento de los granos de café.</p> <p>4. Meseta Yunnan-Guizhou</p> <p>La meseta de Yunnan-Guizhou es una importante zona productora de granos de café y abarca Guizhou, Sichuan y otras regiones. Las principales variedades de granos de café que se cultivan aquí son Arábica y Robusta. La región tiene diversos climas, diferentes altitudes, diferentes tipos de suelo y diferentes características y sabores de los granos de café. Además, la industria del café en la meseta de Yunnan-Guizhou también presta más atención al cultivo orgánico y defiende el concepto de protección del medio ambiente.</p>



	<p>5. Otras áreas de producción</p> <p>Además, hay otras zonas productoras de granos de café, como Jilin, Heilongjiang y otras zonas. El clima es fresco, pero hay suficiente sol y excelentes condiciones de suelo, que son adecuadas para el cultivo de variedades de granos de café como el Robusta. Además, hay algunas zonas productoras de granos de café emergentes, como las zonas productoras de café de alta gama en Beijing, Luochuan en Shaanxi y Linshu en Shandong.</p>
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>200990 volumen de ingreso 2022</p> <p>Shanghai: 178,279,281 USD</p> <p>Jiangsu: 91,673,123 USD</p> <p>Beijing: 57,977,146 USD</p> <p>Fujian: 50,058,997USD</p> <p>Shandong: 47,291,291 USD</p> <p>(Nota: debido al cambio de la estadística de la Administración General de Aduanas de la República Popular China, los datos anteriores son datos estadísticos según el destino de registro)</p>
<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>	<p>1. Ventas en línea</p> <p>Con la popularidad de Internet, las ventas en línea se han convertido en un importante canal de ventas en la industria del café. A través de plataformas de comercio electrónico, redes sociales, motores de búsqueda y otros canales, los consumidores pueden comprar fácilmente productos de café de todo el mundo. Las ventas en línea no sólo pueden reducir el costo de los enlaces intermedios, sino también brindar a los consumidores más opciones y conveniencia.</p> <p>Entre ellos, Nestlé, G 7 Coffee, SanDunban, Yongpu, son las marcas que ocupa una cuota importante del mercado de ventas de online de producto de café.</p> <p>2. Ventas de cadenas de tiendas</p> <p>Las cadenas de tiendas son un canal de venta de café relativamente tradicional: mediante franquicias, las marcas de café autorizan a otros comerciantes para lograr ventas unificadas de productos. Las ventas de cadenas de tiendas pueden proporcionar a los consumidores una imagen de marca unificada, calidad del producto y servicio posventa, y también pueden aumentar el conocimiento y la influencia de la marca.</p> <p>Las tiendas de cadena como Starbucks, Luckin Coffee, Cotti Coffee, Peets Coffee, Costa Coffee son las marcas más populares en el mercado chino.</p> <p>3. Ventas independientes</p> <p>Las ventas independientes significan que los comerciantes de café venden a través de sus propias tiendas, operan de forma independiente y fijan precios de forma independiente para brindar a los consumidores más opciones y servicios personalizados. Los comerciantes de café independientes deben tener habilidades profesionales en café y diseño de tiendas, y también deben mejorar continuamente la calidad del producto y los niveles de servicio.</p> <p>Cafeterías que vende café de orígenes One Quarter, M stand, Gabee., son algunas de las cafeterías independientes más representativas de China.</p> <p>4. Ventas para llevar</p> <p>La venta de comida para llevar se refiere a la entrega de productos de café a través de plataformas o aplicaciones de comida para llevar. Los consumidores pueden realizar pedidos y comprarlos en cualquier momento y en cualquier lugar a través de aplicaciones móviles. Las ventas de comida para llevar pueden brindar a los consumidores una forma más conveniente de comprar, al mismo tiempo que reducen los costos operativos de las tiendas y aumentan las ventas.</p>

	<p>Casi todas las cafeterías en China tienen este servicio, lo más popular es Starbucks, Luckin Coffee, Cotti Coffee, etc.</p> <p>5. Otros métodos de venta Además de los canales comunes de venta de café mencionados anteriormente, también existen lugares como bares, cafeterías, exposiciones y otros lugares para vender café, así como el uso de tecnologías emergentes como la realidad virtual y la realidad aumentada para vender café. Generalmente en galerías de arte, librerías y atracciones famosas cuentan con sus propias cafeterías para que los consumidores y turistas elijan.</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>Precio Calidad Suministro sostenible Café con certificado Origen Formato de procesamiento honey, lavado, natural, etc.</p>
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>Cadena de cafetería: Starbucks tiene un café tostado de origen de Perú Cafetería de café especial Influencer local de la industria de café Tienda on line</p>
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participar en ferias internacionales de café, Cafex, Cafe Show - Invitar directamente a los clientes para cata - Promocionar a través de cuentas públicas de Xiaohongshu, Weibo, WeChat y otros medios. - Destacar la temática del país de origen, concurso de tostado de café peruano, concurso de elaboración artesanal, subasta de cafés especiales, etc.

ANEXO

PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio 1* (US\$ por unidad)	Precio 2* (US\$ por unidad)	Precio 3* (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
<p>Taobao:</p> <p>https://item.taobao.com/item.htm?spm=a21n57.1.0.0.38b2523cZA13YY&id=682524913457&ns=1&abbucket=12#detail</p>	Kg	9.42 USD			Perú	12 de diciembre de 2023	<p>Cajamarca</p> <p>Lavado</p> <p>Tipyca, caturra</p>	
<p>Taobao:</p> <p>https://item.taobao.com/item.htm?spm=a21n57.1.0.0.38b2523cZA13YY&id=749383599826&ns=1&abbucket=12#detail</p>	Kg	10.54 USD			Colombia	12 de diciembre de 2023	<p>Huila</p> <p>Lavado</p> <p>Arábica</p>	

<p>JD: https://item.jd.com/16019951773.html</p>	<p>Kg</p>	<p>21.09 USD</p>			<p>Kenia</p>	<p>12 de diciembre de 2023</p>	<p>AA++ Lavado Arábica</p>	
<p>JD: https://item.jd.com/27139089870.html#crumb-wrap</p>	<p>Kg</p>	<p>7.5USD</p>			<p>China Yunnan</p>	<p>12 de diciembre de 2023</p>	<p>AA Catimor Arábica</p>	

Nota*: Tipo de cambio USD/RMB: Bank of China, Rev.01 de mar. de 2023

Precio 1: se refiere al precio de puntos de venta final

Precio 2: se refiere al precio de mercados mayoristas

Precio 3: se refiere al precio de distribuidores

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