

CHINA

“Un mercado
de
oportunidades”



PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

GENERALIDADES DEL MERCADO DE CHINA

Ubicación e Indicadores

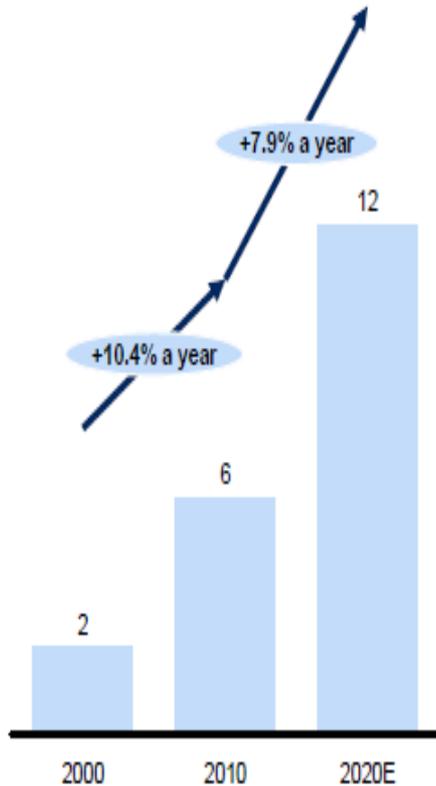


INDICADORES	AÑO 2014
Capital:	Beijing (Pekín)
Tipo de Gobierno:	República Popular. Estado Comunista
Población:	1,356 millones
Área:	9'596,960 Km2 (4°)
PIB (Billones de USD):	\$17.63
PIB per cápita:	\$12,900 USD
Proceso de Urbanización	54.4% (738 millones de personas)

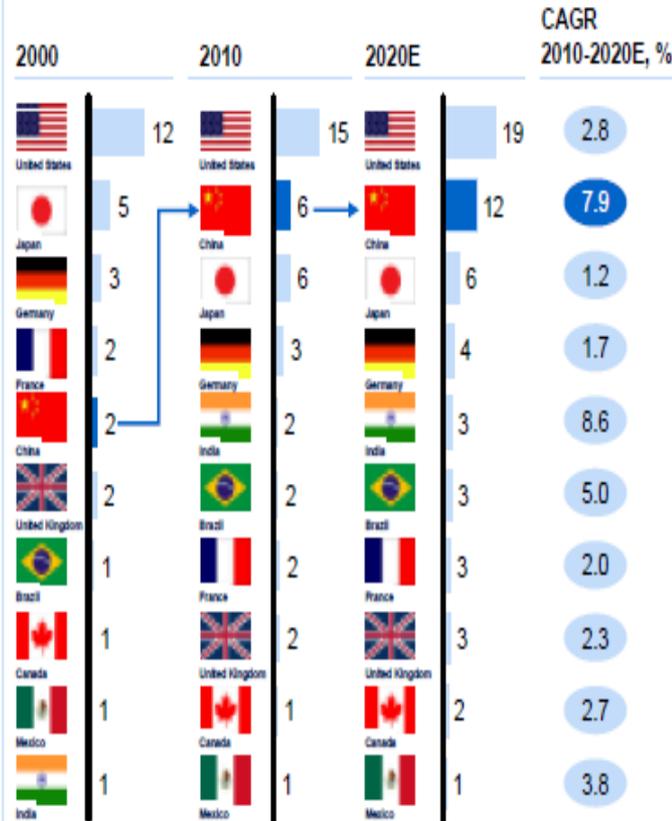
Cia World Factbook

¿Por qué China?

China's real GDP will double between 2010 and 2020



China's GDP will continue to rank second in 2020



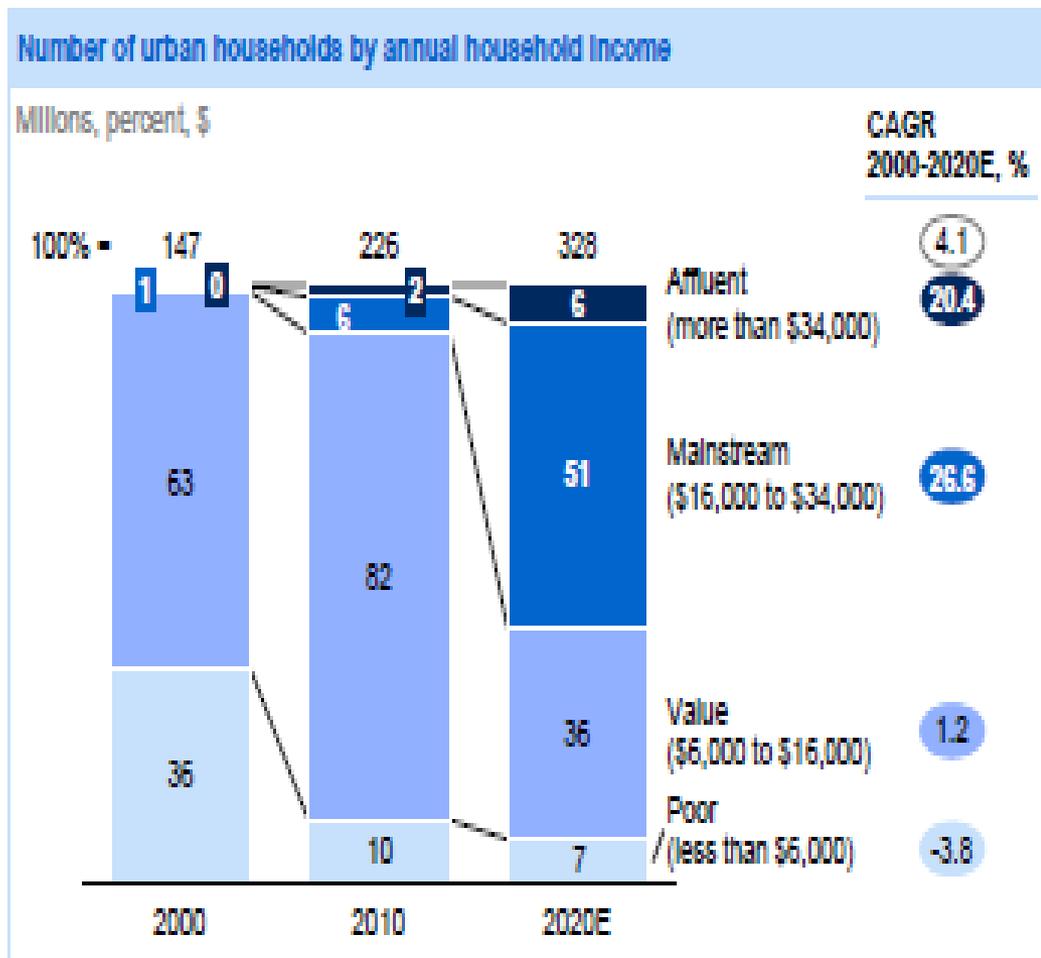
 Durante los próximos 10 años se estima que el Producto Interno Bruto de China crezca a una tasa del 7.9% anual, impulsado principalmente por su consumo interno, el cual constituirá el 43% de su PIB total en el año 2020.

Note: Exclude the impact of foreign exchange rate

PROCOLOMBIA.CO

Fuente: Anuario Mckinsey Company. Meet the 2020 Chinese Consumer

Tasa de crecimiento promedio de 26.6 % anual de la clase media en China

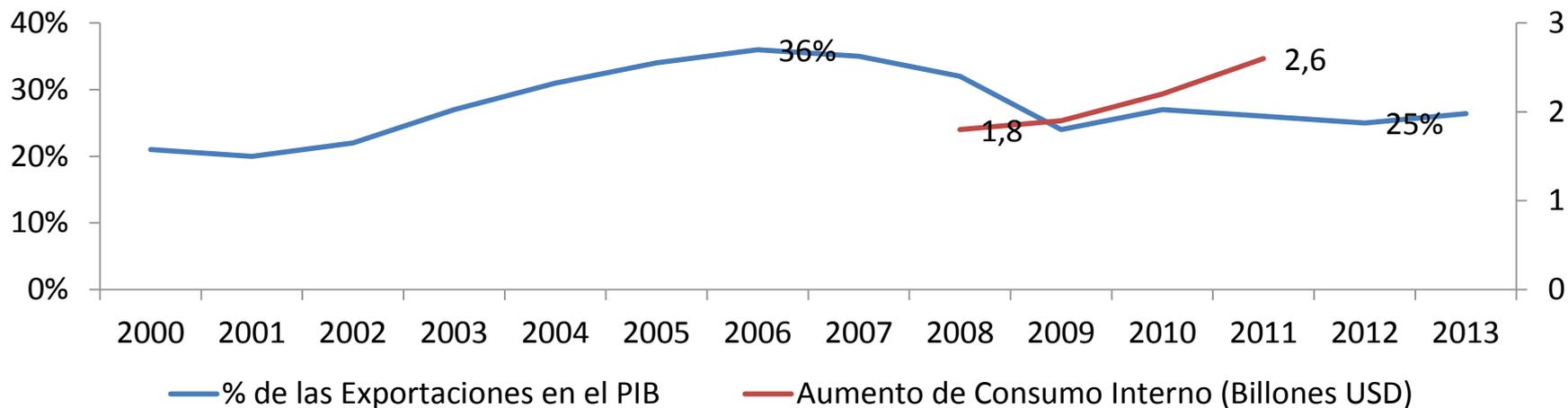


Para el año 2020 se estima que el 51% -casi 400 millones de personas- de la población urbana pertenecerán al sector **mainstream (clase media)**, y se convertirán en los emisores de los estándares de consumo.

Fuente: Anuario Mckinsey Company. Meet the 2020 Chinese Consumer

PROCOLOMBIA.CO

El consumo interno ha crecido en un promedio del 15 % anual durante los últimos 5 años.



- Disminuir la dependencia de las exportaciones
 - Estimular consumo interno, invirtiendo en seguridad social
 - Expandir la importación de bienes de consumo
- En el 2014, una de las características principales del comercio fue que el crecimiento de las exportaciones superó el de las importaciones. Además, el consumo interno ha crecido en un promedio del 15 % anual durante los últimos 5 años.

TENDENCIAS DE CONSUMO

Los productos extranjeros son percibidos como de mayor valor en el mercado de China



- Muchos de los cambios que están ocurriendo en China son características de la rápida industrialización: aumento de los ingresos, vida urbana, mejor educación y mayor movilidad. Estos cambios los vivió Japón en los años 1950 y 1960, al igual que Corea del Sur en la década de los 80.
- Se estima que el ingreso de los consumidores por hogar se duplique entre 2010 y 2020, de US\$4000 A \$8000, acercándose a niveles de vida similares a los de Corea del Sur.
- El envejecimiento de China, significa que para el 2020, más del 5% de la población tendrá más de 65 años, por lo tanto se espera que la tendencia a guardar menos y gastar más en viajes, ocio, artículos discrecionales, y ropa de este grupo de la población se acreciente.

Los productos extranjeros son percibidos como de mayor valor en el mercado de China

Como el número de hogares unipersonales aumenta y los consumidores jóvenes esperan más tiempo para casarse y tener hijos, los productos con tamaños pequeños son cada vez más populares.

Los consumidores de bajos ingresos que no tienen el dinero suficiente y que adquieren las porciones diarias, demandan porciones pequeñas.

Tienden a comprar alimentos frecuentemente. Existe una preferencia por alimentos frescos.

La mayoría de los consumidores chinos de edad avanzada y de bajos ingresos recurren a soluciones naturales y la medicina herbal china, mientras que los consumidores más jóvenes y con mayores ingresos a menudo buscan a los productos occidentales, que vienen precocidos.



Comportamiento del Consumidor Chino



Ama el retail-tainment.

- *E-Commerce* como uno de los canales de ventas más importante del país
- Segundo Mercado Virtual mas grande del mundo, la industria es avaluada en 928 mil millones USD en 2011, cuenta como 12.5% del PIB.

- En 2015, 40% de la población, es decir 600 millones de personas compran en línea
- Se calcula que para el 2015 las ventas a traves de e commerce se triplicaran alcanzando 360 mil millones
- USD11.11 Día de Solteros – venta total de 3 mil millones USD.
- www.taobao.com, www.tmall.com, www.yihaodian.com, www.21food.net

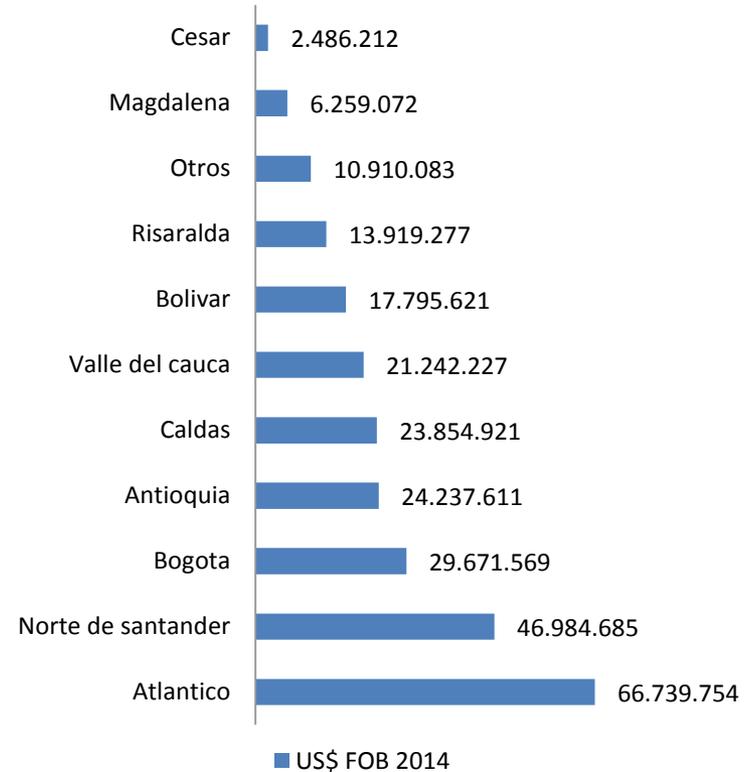
OPORTUNIDADES PARA EMPRESARIOS COLOMBIANOS

Exportaciones no mineras de Colombia a China

Exportaciones por subsector

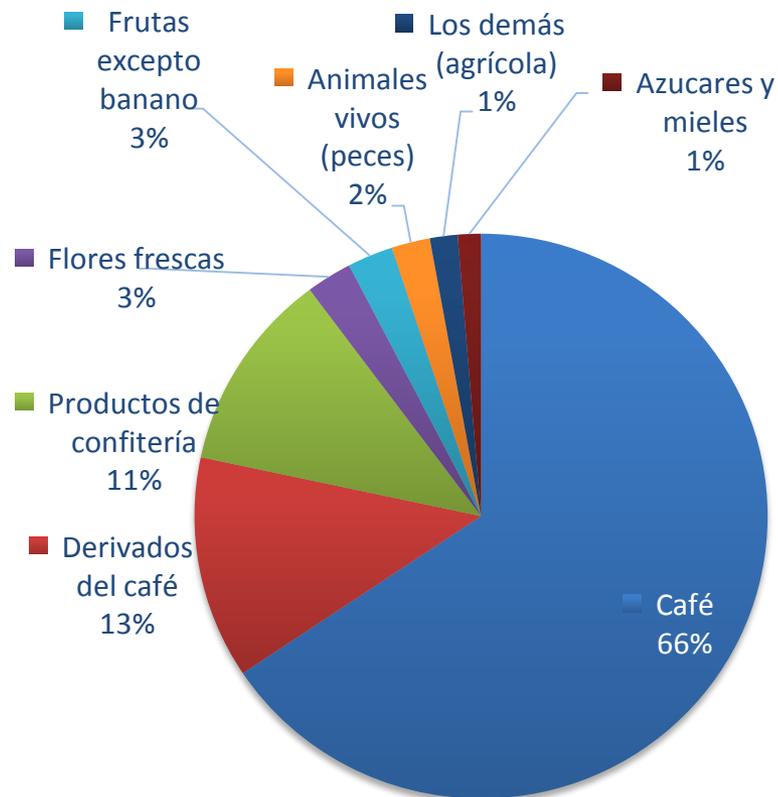


Departamentos exportadores



26% crecieron las exportaciones agrícolas y agroindustriales a China en el 2014

Subsectores	US\$ 2013	US\$ 2014	Crecimiento	Part % 2014
Café	3.840.007	5.679.878	48%	65%
Derivados del café	1.274.573	1.101.748	-14%	13%
Productos de confitería	850.934	992.036	17%	11%
Flores frescas	52.029	223.387	329%	3%
Frutas excepto banano	27.341	222.677	714%	3%
Animales vivos (peces)	292.798	188.617	-36%	2%
Los demás (agrícola)	172.419	135.026	-22%	2%
Azúcares y mieles	26.443	112.962	327%	1%
Otros	381.611	39.490	-90%	0,5%
Total agroindustria	6.918.156	8.695.821	26%	100%



Diversificación de la Oferta exportadora



Cafés especiales

El crecimiento del consumo de café en China ha sido jalonado por el incremento del poder adquisitivo.

La presencia de marcas como Starbucks y Costa Coffee está incentivando a los jóvenes a consumir café.

Colombia es reconocido en China por la calidad, sabor y aroma del Café.

El consumidor chino tiene poco conocimiento del producto.

Las presentaciones 3 en 1 (café, leche y azúcar) son las preferidas por los consumidores.



Canales de distribución

- El producto es vendido a una empresa importadora de alimentos que cuente con una licencia. Dicha empresa se encarga de vender el producto a diferentes distribuidores quienes lo comercializan a través de diferentes canales de distribución.
- Caso Juan Valdez- *E-commerce*.

Cafés especiales

- Mientras que el consumo por persona anual chino es de tan solo 50, el mundial es de 2340 gramos
- Colombia es reconocido en China por la calidad, sabor y aroma del Café.
- Incremento promedio anual del 9,1% durante los últimos 4 años

Importaciones de extractos, Esencias y Concentrados de Café del mundo (Miles USD)



Fuente General Customs Administration of China

Bebidas alcohólicas

Oportunidades

- El Consumo de Bebidas Alcohólicas es considerado parte integral de la cultura china
- El consumo de alcohol extranjero reflejan una mejor posición social.
- Cada vez la penetración de las marcas de bebidas alcohólicas importadas se encuentran con más fuerza en el mercado. Algunas de estas marcas acuden a estrategias de promociones y descuentos considerables para ganar mercado. El consumidor chino percibe las bebidas alcohólicas importadas como productos de mayor calidad y mejor sabor en comparación con los productos nacionales.
- Se espera que la importación de bebidas alcohólicas crezca significativamente debido al aumento de la demanda y a las nuevas opciones del mercado.



Canales de distribución

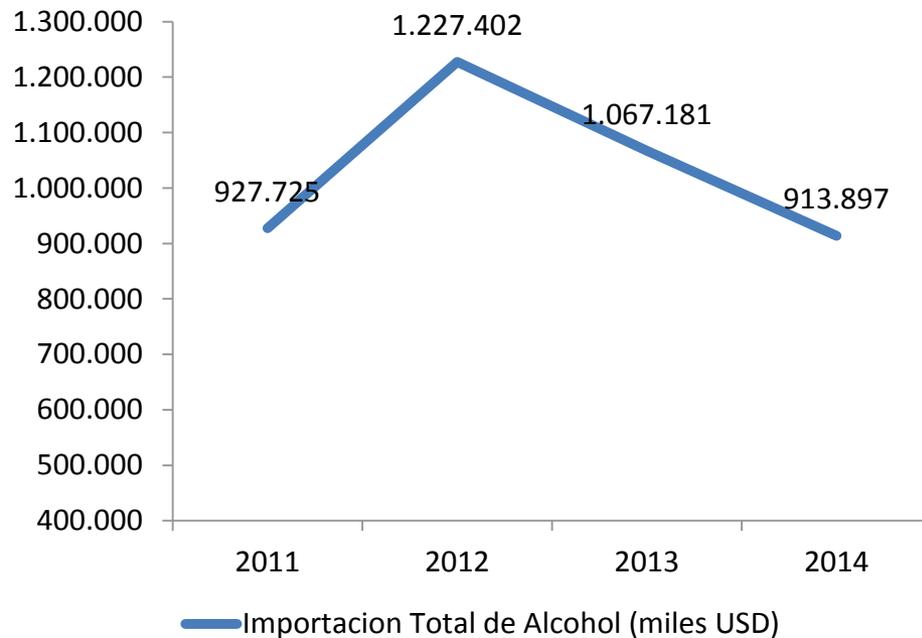
- Solo cuatro marcas monopolizan la oferta de Ron en supermercados
- Los canales de distribución mas importantes siguen siendo las plataformas virtuales, hoteles, restaurantes y bares.



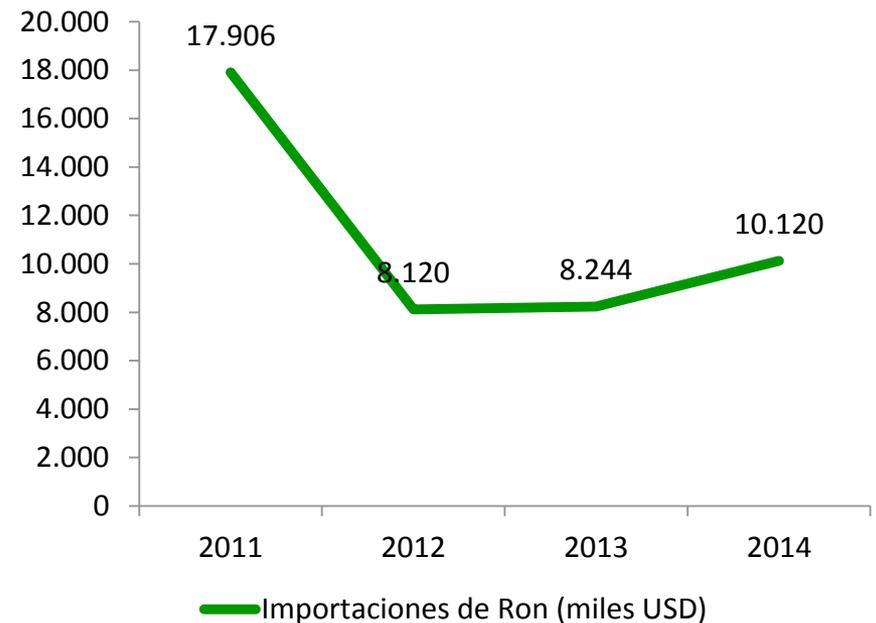
Importación de Bebidas Alcohólicas de China del mundo

Las importaciones de Ron crecieron 25 % entre 2012 y 2014

Importación de Ron, Whisky, Gin, Brandy y Vodka (miles USD)



Importaciones de Ron y Aguardiente de Caña



Fuente: Customs Administration of China, Trademap 2015

PROCOLOMBIA.CO

Oferta de Ron en Supermercados



13 USD



20 USD



16 USD



22 USD

Flores frescas (hortensias y rosas)

- Los principales tipos de flores demandados por los consumidores en China son las **rosas, los lilis, los claveles, crisantemos y las orquídeas**.
- Demanda de flores de alta calidad: Asocian flores con **“productos de lujo”** y las flores importadas son consideradas de mejor calidad y mayor exclusividad.
- Occidentalización del gusto de los Chinos, mayores fechas para comprar y empiezan a usarse para adornar el hogar.
- Tradicionalmente los Chinos prefieren las flores color **rojo, rosadas y blancas**.
- Normalmente las flores se envían en caja de cartón y se usan algunos soportes dentro de las cajas a los lados para evitar el desplazamiento de las flores.
- Las flores Colombianas no tienen restricciones para ser importadas al mercado de China ni tampoco se requieren licencias de importación ni autorizaciones previas.
- Además de las regulaciones es importante que el producto sea de altos estándares de calidad ya que el consumidor Chino es también cada día más exigente.

Frutas frescas



Oportunidades

- Se estima que para el 2019 la categoría de frutas frescas crezca un 3% con 171 millones de toneladas.
- Las frutas importadas son cada día más aceptadas por los consumidores debido al aumento de los ingresos disponibles y de la promoción a través de la venta minorista de Internet.
- Los alimentos frescos, como las frutas han crecido durante los últimos años debido al aumento de conciencia y preocupación por la salud.

Canales de distribución

Los supermercados / hipermercados fueron los dos principales canales de venta para las frutas en China. La venta al por menor por Internet, que comercializa en su mayoría frutas importadas creció rápidamente gracias a la fuerte promoción y rápida difusión de información en comparación con los canales tradicionales.



Jugos de fruta

Oportunidades

Mientras que el promedio anual de consumo de jugo por persona a nivel mundial es de 10 litros por año, en China y es de solo de 1 litro

Gracias a su sabor y a su alto contenido nutritivo, los jugos a base de frutas tropicales son cada vez mas apetecidos por los consumidores.

Las grandes empresas de bebidas en China empezaron a ofertar bebidas que utilizan zumos de maracuyá, mango y guayaba en su producción. Es por eso que se espera que su demanda crezca en los próximos años.

Canales de Distribución

Las plataformas de internet brindan el espacio mas directo y económico para establecer una relación con el mercado chino y de Hong Kong

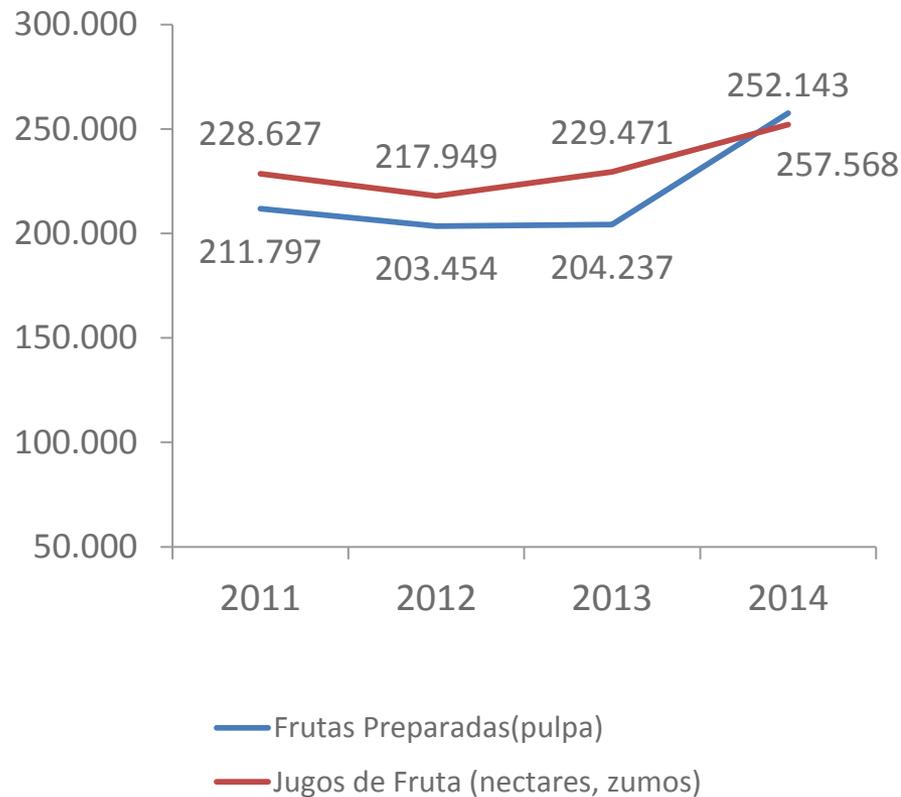
La red www.21food.cn es la plataforma B2B líder en el sector de alimentos y bebidas. Brinda información de productores, proveedores, importadores y exportadores tanto en ingles como en chino. En ella, Brasil, el mayor exportador de jugos hacia China y Hong Kong, cuenta con mas de 80 empresas registradas, contra solamente 3 de Colombia.



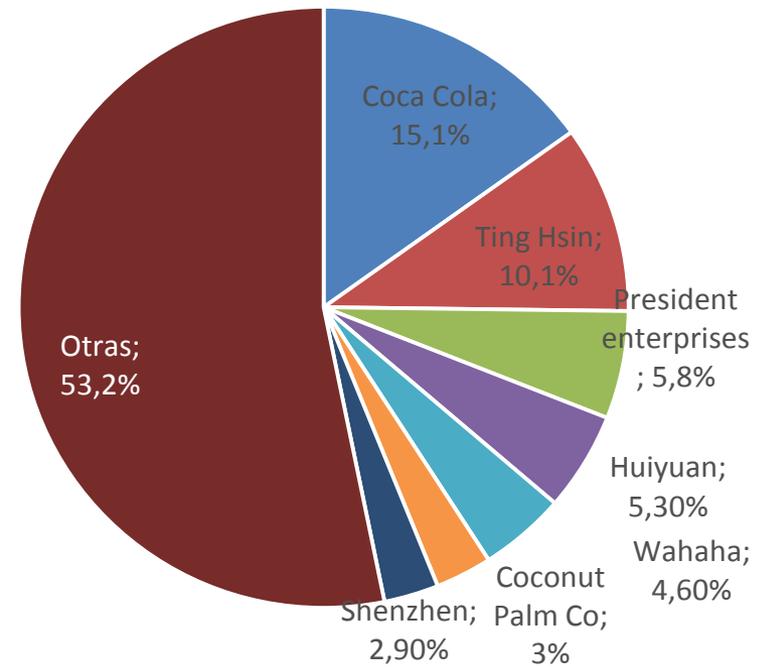
Crecimiento en las Importaciones de pulpas y zumos

- Entre 2011 y 2014 la importación de jugos de fruta creció en un 10,3%.

Importaciones de pulpas y zumos de fruta del mundo US\$ miles

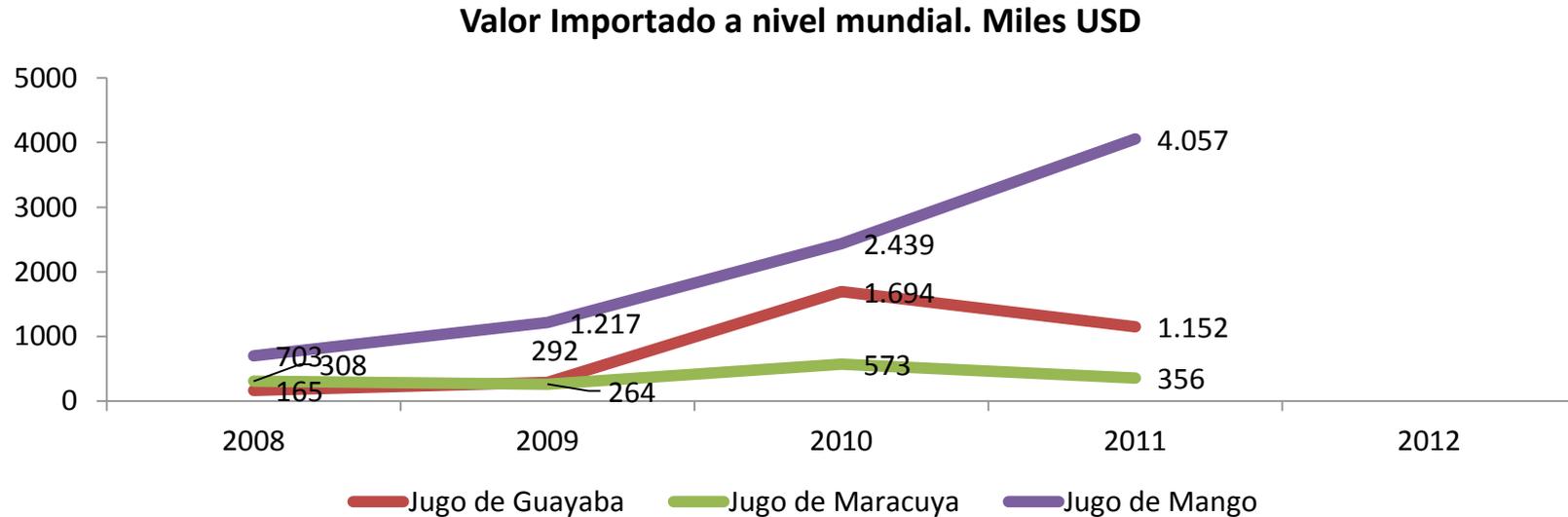


Ventas por empresas (share del Mercado)



La industria de jugos esta controlada por grandes y pocas empresas.

Incremento en las exportaciones de jugos de algunas frutas tropicales



Fuente General Customs Administration of China

Caso de éxito: ECUADOR

Sus exportaciones han crecido al 30% anual hasta convertirse en principal exportador de jugo de maracuyá,

Las importaciones de jugo de guayaba han crecido en 85%, mientras que las de maracuyá y mango han crecido al 13% y 82% respectivamente

Productos de confitería

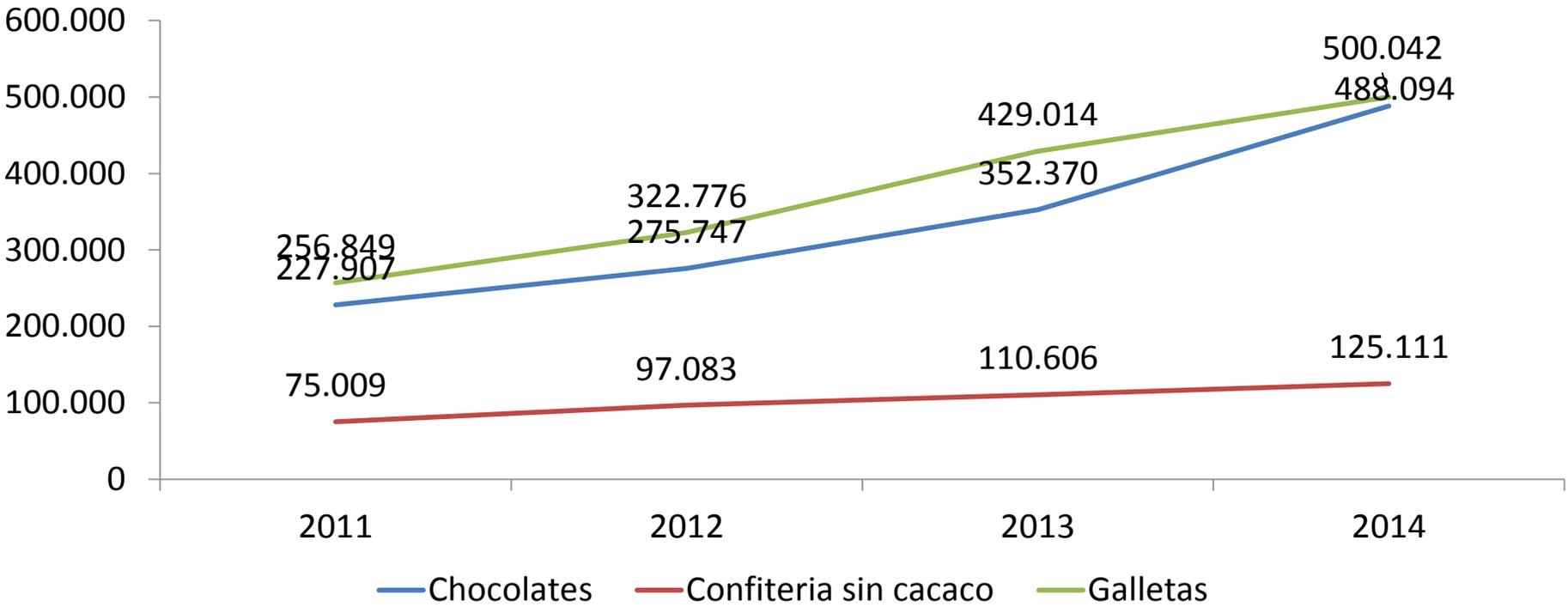
Oportunidades

- Es considerado un producto de lujo, y se usa mucho como regalo.
- Las importaciones de confitería crecieron en un 66,8%, las de chocolate lo hicieron en un 114%
- En los productos de confitería priman los colores alegres en los empaques.
- Los sabores artificiales y productos que dejen pintada la lengua son considerados de mala calidad.
- Prefieren comprar aquellos productos asociados con alimentos
- A diferencia de otros lugares del mundo, los principales consumidores de dulce son las parejas recién casadas
- La categoría se enfrentó a la dura competencia de los artículos de chocolate, así como aperitivos dulces y salados.



Las importaciones de artículos de confitería y de galletería siguen aumentando

Importaciones Chinas de Chocolates y Confitería Dulce del mundo (miles US\$)



Azúcares y mieles



El incremento del poder adquisitivo de la clase media china así como el crecimiento de la misma, ha llevado a que el consumidor demande productos similares a los occidentales, principalmente confitería y bebidas no alcohólicas. Se proyecta que el sector de la confitería crecerá 14.5% anualmente hasta 2015 por lo que la demanda de azúcar se incrementará significativamente.

Canal de distribución

La forma más viable de exportar azúcar a China es vender directamente a las **grandes empresas gubernamentales** que cuentan con cuotas.

La producción de azúcar en China está sujeta a las fuertes temporadas invernales del sur del país y aunque al norte de China se encuentran tres regiones en las cuales se produce azúcar de remolacha, esta no es tan competitiva en el mercado local.

Gestión comercial- Gerencia de agroindustria

- Evento Binacional Colombia – China organizado por el TDB (Trade Development Bureau de China) y en donde ProColombia y MinComercio actuaron como co-organizadores
 - Cerca de 25 empresas exportadoras Colombianas participaron como asistentes, 20 empresas Chinas y en donde 12 compañías Colombianas tuvieron citas de negocio organizadas por ProColombia con compradores Chinos.
- Estudio de confitería a China (exploración del mercado y evaluación de oportunidades)



¿QUIÉNES SOMOS?



PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

PROCOLOMBIA

Promueve las exportaciones, el turismo, la inversión, la expansión de la industria para la internacionalización e integra el trabajo de marca país en el plano estratégico de promoción de Colombia.



EXPORTACIONES



INVERSIÓN



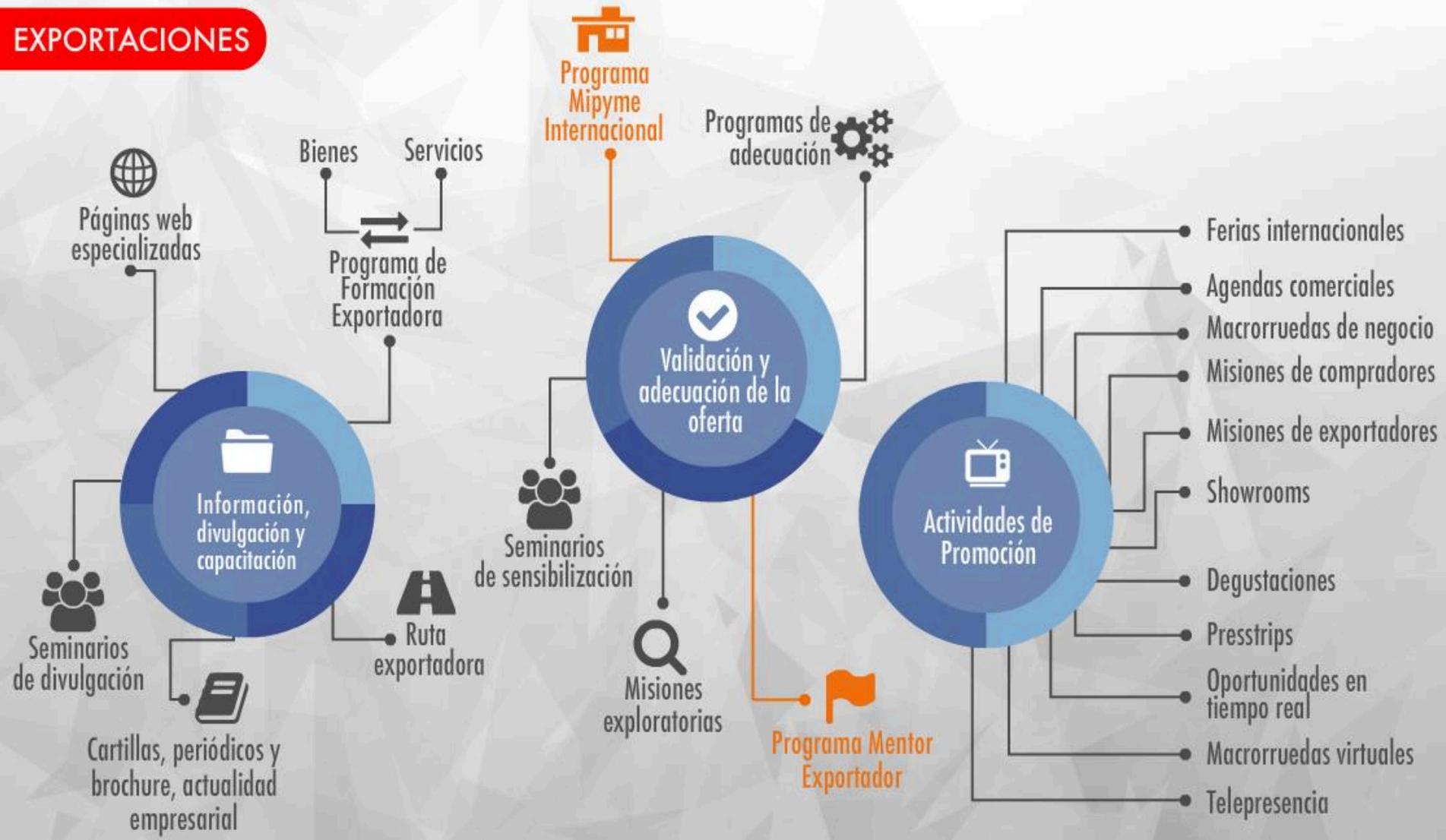
TURISMO



MARCA PAÍS



EXPORTACIONES



26 oficinas comerciales
Presencia en 30 países



PRESENCIA EN COLOMBIA



27 Centros de información

VALLEDUPAR. PASTO. PALMIRA. ARMENIA = UNIVERSIDAD GRAN COLOMBIA - CÁMARA COMERCIO.
VILLAVICENCIO. BOYACÁ = TUNJA - DUITAMA - SOGAMOSO. IBAGUÉ. SANTA MARTA. SAN ANDRÉS.
ANTIOQUIA = MEDELLÍN - ABURRÁ SUR. NEIVA. BARRANQUILLA = CÁMARA COMERCIO - UNIVERSIDAD
NORTE. BUCARAMANGA. CALI = CÁMARA COMERCIO - UNIVERSIDAD OCCIDENTE. PEREIRA. CARTAGENA.
BOGOTÁ = BOGOTÁ CENTRO - UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA. MANIZALES. CÚCUTA. POPAYÁN.

8 oficinas regionales

BARRANQUILLA. BOGOTÁ. BUCARAMANGA. CALI.
CARTAGENA. CÚCUTA. MEDELLÍN. PEREIRA

GRACIAS

GRACIAS
MERCİ
THANK YOU
OBRIGADO
DANKE
TEŞEKKÜRLER
СПАСИБО
谢谢
ありがとう
감사합니다