

# China Chile Central

La Puerta de Entrada a China para  
Exportadores Colombianos

2018

LA  
RESPUESTA  
ES



MINCOMERCIO  
INDUSTRIA Y TURISMO



PROCOLOMBIA  
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



TODOS POR UN  
NUEVO PAÍS  
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN



1

Generalidades del mercado Chino

2

Tendencias del mercado

3

Proyecto China Chile Central

4

Preguntas y cierre

# Ubicación de China – El Gigante Asiático

Tercer país más extenso del planeta, país más poblado del mundo y mayor economía en la actualidad



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

Principales **puertos marítimos**: Shanghai, Shenzhen, Guangzhou, Qingdao, Dalian, Tianjin, Ningbo.

**Fronteras** con: Vietnam, Laos y Birmania en el Sudeste Asiático; con India, Bután, Nepal y Pakistán en Asia del Sur; con Afganistán, Tayikistán, Kirguistán y Kazajistán en Asia Central; y con Rusia, Mongolia y Corea del Norte en Asia Oriental. Además, comparte fronteras marítimas con Corea del Sur, Japón, Vietnam, Filipinas y Taiwán.

Área de **9 600 000 km**  
3er país más extenso del mundo

**Población** 1'370.536.875 habitantes. Cerca del 16,6% menor de catorce años, 70,14% entre 15 y 59 años y 13,26% más de sesenta años.

**Principales ciudades**: Shanghai (24M), Pekín (18M), Cantón (17 M). Hay más de 20 ciudades por encima del millón de habitantes.







4.5%

**Crecimiento anual del PIB de 6.2%** en 2017 (Proyección del BM).

US\$11.2  
billones

**PIB** En 2016 fue de 11.2 billones USD. Sectores: **Servicios** (49.1%), **Agricultura** (27%), **Industria** (23.9%).

US\$2.06  
billones

Valor de las **exportaciones** en 2016. Principales destinos: Los principales destinos de las exportaciones de China son los **Estados Unidos** (\$385 Miles de millones), **Hong Kong** (\$287 Miles de millones), **Japón** (\$129 Miles de millones), **Corea del Sur** (\$93,7 Miles de millones) y **Alemania** (\$65,2 Miles de millones).

US\$ 1.32  
billones

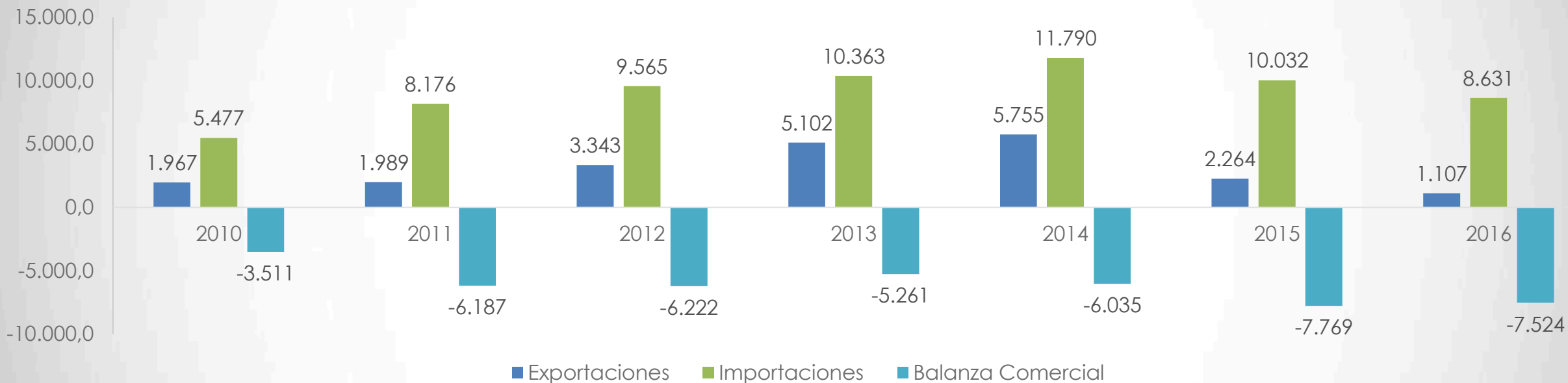
Valor de las **importaciones** en 2016. Principales orígenes: Los principales orígenes de las importaciones de China son **Hong Kong** (\$285 Miles de millones), **Corea del Sur** (\$124 Miles de millones), los **Estados Unidos** (\$115 Miles de millones), **Japón** (\$113 Miles de millones) y **Alemania** (\$85,4 Miles de millones).

1.8%

**Inflación promedio** en 2017.

En 2016, las exportaciones colombianas hacia China sumaron USD 1.107 millones

**Balanza comercial Colombia – China  
2010 – 2016 (USD millones)**



**Exportaciones colombianas hacia China (2010 – 2017)**

Tipo	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016 (ene-nov)	2017 (ene-nov)
<b>Mineras</b>	1.469.066.979	1.668.941.122	3.002.588.870	4.730.801.245	5.491.033.763	2.081.575.970	1.015.857.876	978.495.134	1.718.390.959
<b>No mineras</b>	283.205.050	320.120.124	340.460.281	373.161.242	264.101.033	221.390.958	152.308.676	137.098.746	197.941.826
<b>Total</b>	<b>1.752.272.029</b>	<b>1.989.061.246</b>	<b>3.343.049.151</b>	<b>5.103.962.487</b>	<b>5.755.134.796</b>	<b>2.302.966.928</b>	<b>1.168.166.553</b>	<b>1.115.593.880</b>	<b>1.916.332.785</b>



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

# Las exportaciones colombianas de Agroalimentos a China registraron un crecimiento anual del 20% en los últimos 6 años

## Principales productos colombianos no mineros exportados a China (2016 – 2017 ene-nov)

Sector	2016	2016 (ene-nov)	2017 (ene-nov)	Var. % 2017 / 2016	Share %
Metalurgia	90.562.156	83.352.717	124.811.765	49,7%	63,1%
Cueros en bruto y preparados	22.902.952	19.828.951	30.223.607	52,4%	15,3%
Productos diversos de las industrias químicas.	12.784.036	9.989.392	9.935.605	-0,5%	5,0%
Café	5.457.807	4.842.149	8.083.010	66,9%	4,1%
Grasas y aceites animales o vegetales, productos de	2.661.541	2.384.573	5.909.693	147,8%	3,0%
Madera (muebles y maderas)	3.518.846	3.366.881	3.505.432	4,1%	1,8%
Derivados del café	2.147.968	1.965.412	2.310.696	17,6%	1,2%
Plástico en formas primarias	1.716.676	1.593.875	1.802.169	13,1%	0,9%
Flores frescas	767.216	665.922	1.338.770	101,0%	0,7%
Maquinaria industrial	295.808	252.368	1.239.576	391,2%	0,6%
Otros	9.493.671	8.856.507	8.781.503	-0,8%	4,4%
<b>Total general</b>	<b>152.308.676</b>	<b>137.098.746</b>	<b>197.941.826</b>	<b>44,4%</b>	<b>100,0%</b>

### Productos identificados con oportunidad en China:

- Chocolatería
- Confitería
- Galletería
- Cafés especiales
- Jugos
- Bebidas alcohólicas
- Frutas procesadas
- Nueces
- Ingredientes para pastelería





# Confitería de chocolate





# Tendencias y canales de distribución



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

- En 2016 el mercado de confitería de chocolate registró un constante crecimiento con ventas de **USD 2.966 millones y 124.838 toneladas**.
- Se espera que la categoría de confitería de chocolate registren un **crecimiento anual del 5% entre 2017 y 2022**, lo que le permitiría alcanzar los USD 4.306 millones en 2022.
- Gracias a un **conocimiento avanzado** de los productos de chocolate, los consumidores cambiaron gradualmente a productos de chocolate artesanales, hechos con un **alto contenido de cacao** y crema fresca, mientras que los productos de chocolate ordinarios con cacao artificial perdieron cada vez más el interés de los consumidores.
- Respondiendo a la **tendencia** cada vez más notable de la **premiumización**, el precio unitario promedio de la confitería de chocolate continuó aumentando en términos actuales en 2017, con un crecimiento del 4%. Siguiendo esta línea, los fabricantes aumentaron consistentemente los precios de los productos existentes y desarrollaron líneas de productos más premium, lo que en consecuencia impulsó el precio unitario promedio en la confitería de chocolate en general.
- Los **supermercados e hipermercados** constituyeron el **canal de distribución más importante** para la confitería de chocolate en 2017, lo que representa una participación combinada del 45% en las ventas de valor. Sin embargo, con una ventaja notable en términos de conveniencia y fijación de precios, la venta minorista **de Internet** mantiene un alto crecimiento, alcanzando una participación del 26% en las ventas de valor en la confitería de chocolate en el mismo año.







# Confitería de azúcar



# Tendencias y canales de distribución



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

- Actualmente el mercado de confitería de azúcar registra un constante crecimiento con ventas de **USD 10.719 millones y 1,8 millones de toneladas**.
- Se espera que la categoría de confitería de chocolate registren un **crecimiento anual del 3% entre 2017 y 2022**, lo que le permitiría alcanzar los USD 13.849 millones en 2022.
- Junto con la creciente **conciencia sobre la salud**, más consumidores locales se dieron cuenta de la importancia del control de peso y el control de la ingesta de azúcar, dando lugar a la percepción negativa de los dulces de azúcar, así como una disminución continua de las ventas por volumen.
- Mientras tanto, la actualización del consumo generó que más fabricantes lanzaran **productos de confitería orientados a la salud** o funcionales para reducir el impacto de la imagen negativa de la confitería entre los consumidores.
- En general la categoría de confitería dura cuenta con la mayor participación de mercado (30%) mientras que la confitería blanda ha venido presentando un crecimiento constante en los últimos años.
- Los **supermercados e hipermercados** fueron los principales canales de distribución de productos de confitería en 2017, con una participación combinada del 45% en las ventas de valor. Las **pequeñas tiendas de comestibles independientes** fueron el siguiente canal de distribución más grande en 2017, con un 29% de participación en el valor, seguido de la venta minorista por **Internet** con una participación del 10%.



The image is a composite background. The top half shows a close-up of dark brown coffee beans spilling from a burlap sack. The bottom half shows a white ceramic cup filled with coffee, topped with a thick layer of brown foam. A horizontal red band with a white circular gradient on the right side is overlaid across the middle of the image.

# Café





# Tendencias y canales de distribución



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

- Actualmente el mercado de **café** registra un constante crecimiento en el retail con ventas de **USD 1.150 millones y más de 65.000 de toneladas**.
- Se espera que la categoría de café registre un **crecimiento anual del 2% entre 2017 y 2022**, lo que le permitiría alcanzar los USD 6.147 millones en 2022.
- Existe un creciente interés de los consumidores en la cultura del café, lo que provocó un aumento en el consumo y la demanda de café de calidad. Además, un número cada vez mayor de cafés especializados y cafés en el comercio minorista se expandió rápidamente para satisfacer la creciente demanda.
- Aunque el té ha sido una bebida tradicional en China durante miles de años, muchos consumidores más jóvenes en China tienden a consumir menos té que antes debido a la creciente popularidad de beber café.
- Las cinco principales marcas de café son internacionales con una fuerte presencia. Esto se debe principalmente a que las marcas internacionales disfrutaron de un alto nivel de conciencia y lealtad del consumidor.
- Los fabricantes se están enfocando en el desarrollo de nuevos productos. Por ejemplo, Nestlé (China) Ltd lanzó una nueva edición limitada de café fresco de Yunnan Espresso para Dolce Gusto, así como a nivel mundial. Además, lanzó Nespresso Espresso Caramel y Espresso Vanilla dirigidos a gente de negocios.







# Galletería





- Actualmente el mercado de **galletería dulce** registra un constante crecimiento con ventas de **USD 4.737 millones y más de 1,6 millones de toneladas**. Por su parte, el mercado de galletería salada registra un constante crecimiento con ventas de **USD 1.889 millones y más de 679 mil toneladas**.
- Se espera que la categoría de galletería dulce registre un **crecimiento anual del 5% entre 2017 y 2022**, lo que le permitiría alcanzar los USD 6.147 millones en 2022. Por otro lado, para la categoría de galletería salada se espera que registre un **crecimiento anual del 6% entre 2017 y 2022**, lo que le permitiría alcanzar los USD 2.495 millones en 2022.
- En ciudades de primer nivel como Beijing y Shanghai, algunos cafés, cafeterías especializadas y panaderías ofrecen galletas hechas a mano o artesanales y galletas simples con ingredientes premium y menos o cero aditivos las cuales son cada vez más populares entre los jóvenes.
- La tendencia de la **premiumización** es más obvia en galletas dulces, con una creciente oferta de productos saludables, y estos productos son tratados más como un bocadillo entre comidas por los consumidores locales.
- Los principales canales de distribución son los **minoristas de comestibles modernos** y los minoristas tradicionales de comestibles. Sin embargo, con el crecimiento constante de la venta minorista por **Internet**, estos canales están listos para dar paso a la venta minorista de Internet en los próximos años.





# Jugos





- Actualmente el mercado de jugos registra un constante crecimiento con ventas de **USD 11.307 millones y 9.703 millones de litros**.
- Se espera que la categoría de jugos registre un **crecimiento anual del 2% entre 2017 y 2022**, lo que le permitiría alcanzar los USD 12.424 millones en 2022.
- Naranja siguió siendo el sabor más popular en jugos, seguido por la manzana. El sabor de las frutas mezcladas orientadas a la salud ocupó el tercer lugar entre los más populares en los últimos años.
- El precio unitario mostró una tendencia al alza en 2016. Además del aumento de los costos de producción y la inflación, el crecimiento más rápido de los productos de alta gama, como el jugo 100% libre de concentrados, generalmente a un precio de venta más elevado, ayudó a aumentar el precio unitario en China en 2016.





# Bebidas alcohólicas







- Actualmente el mercado **de bebidas alcohólicas** registra una dinámica estable en los últimos años con un total en ventas de **56.110 millones de litros** para 2016.
- Si bien el mercado de bebidas alcohólicas registró una caída en 2017 del 2%, el segmento de bebidas espirituosas creció un 3,4% y se espera que tenga un crecimiento anual compuesto del 2,9% entre 2017 y 2021.
- Existe un amplio y creciente mercado para los segmentos de ron, coñac, whiskey y champaña.
- Los consumidores de nueva generación, especialmente aquellos en ciudades más desarrolladas, han descartado gradualmente la cultura tradicional china de consumo de bebidas alcohólicas que alienta a las personas a beber tanto como sea posible para demostrar su sinceridad y amistad. En cambio, estos jóvenes consumidores se vuelven más racionales en relación con la bebida y prefieren el **consumo moderado de bebidas alcohólicas de calidad** cuando están con amigos y familiares.
- Como en tantas otras industrias, un número cada vez mayor de consumidores se está acostumbrando a **comprar** bebidas alcohólicas **en línea**, especialmente a través de dispositivos móviles, lo que provocó un crecimiento explosivo de la venta minorista por Internet.





# Frutas procesadas





- Actualmente el mercado de frutas y hortalizas procesadas registra un constante crecimiento con ventas de **USD 1.466 millones y 466.200 toneladas**.
- Se espera que la categoría de frutas y hortalizas procesadas registre un **crecimiento anual del 9% entre 2017 y 2022**, lo que le permitiría alcanzar los USD 2.213 millones en 2022.
- Con la educación continua, los consumidores chinos perdieron gradualmente su imagen previamente negativa de **frutas y verduras enlatadas**, mientras que el ritmo de vida cada vez más rápido impulsó aún más la demanda entre los consumidores de alimentos tan **convenientes**.
- Para atraer mejor a los consumidores, los fabricantes no solo ampliaron los canales de venta minorista al expandirse al comercio minorista **de Internet** para llegar a más consumidores, sino que también invirtieron en **innovación de productos y empaques** para hacer que las frutas enlatadas sean más saludables, sabrosas y atractivas.
- Los hipermercados y supermercados siguieron representando el mayor valor de venta entre los canales de distribución minorista de frutas y verduras procesadas, con una participación combinada del 62% en 2017. Sin embargo, con una ventaja obvia en cuanto a precios y conveniencia, el comercio minorista por internet registró un crecimiento dinámico en 2017.





# Nueces





- Actualmente el mercado de nueces registra un constante crecimiento con ventas de **USD 80.923 millones y 7,9 millones de toneladas**.
- Se espera que la categoría de nueces registre un **crecimiento anual del 7% entre 2017 y 2021**, lo que le permitiría alcanzar los USD 108.520 millones en 2021.
- Las nueces son promocionadas en el mercado chino como productos ricos en nutrientes incluyendo ácidos grasos insaturados, vitaminas y minerales, que podrían reducir el colesterol y reducir el riesgo de diabetes y enfermedades cardiovasculares.
- La venta minorista por Internet mantuvo la expansión más dinámica en el mercado minorista de nueces en los últimos años, beneficiándose del rápido desarrollo del comercio electrónico. Además, las marcas emergentes de nueces, como Three Squirrels, que iniciaron negocios en plataformas de comercio electrónico como Tmall, también ayudaron a impulsar la expansión de la venta minorista de nueces en Internet.





# Proyecto China Chile Central



# Zona Franca de Shanghái



**PROCOLOMBIA**

EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

La Zona Franca de Libre Comercio de Shanghái es una iniciativa del gobierno chino que busca incentivar la liberalización del mercado y atraer inversionistas extranjeros.





# Zona Franca de Shanghái



PROCOLOMBIA  
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

Cubre 28,8 km<sup>2</sup> de la ciudad



Cuenta con almacén, permite guardar productos sin tener que pagar impuestos. (La Zona Franca de Shanghai posee más de 50 mil metros cuadrados de almacenes congelados).



Los productos que vienen vía aérea pueden omitir un gran porcentaje de procesos de trámites y entrar en los almacenes de la Zona Franca directamente.



Los productos almacenados se pueden exponer dentro de Zona Franca a largo plazo.









**PROCOLOMBIA**

EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS


# ¿Que es China Chile Central?

 **Es una iniciativa del gobierno chileno que tiene como objetivo impulsar y apoyar la exportación de productos de países latinoamericanos a China.**




 **Ofrece instalación en la zona de libre comercio, con todas las garantías de seguridad y ventajas que ofrece la agencia.**



 **Busca brindar a las empresas servicios de traducción, comercialización, distribución y almacenaje. Las empresas que deseen tener un espacio, recibirán orientación y asesoría para hacer sus negocios.**



 **Es un pabellón de 2000m2 para que cerca de 100 empresas puedan exhibir sus productos y hacer promoción de sus bienes y servicios.**



# China Chile Central



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

🇨🇱 Es el primer pabellón abierto en la segunda etapa del programa nacional de zonas piloto. Su objetivo es crear un puente directo entre los países latino americanos y China.



🇨🇱 El centro de servicios comerciales China Chile Central está ubicado en la zona franca de Shanghai.



*Centro de servicios comerciales de China Chile Central en Shanghai*



# Instalaciones

## Recepción





## *Pabellón*

Hall Principal



Mapa de Chile





# Instalaciones



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

## Sala de Conferencias



# Instalaciones



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

## Sala de Exhibición





# Instalaciones

## Sala de Reuniones





## Salón VIP





# ¿Qué ofrece China Chile Central?



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

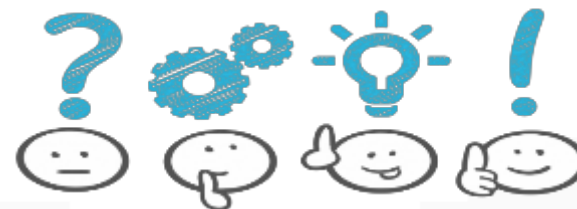
## Soluciones

- ✚ Obtener una oficina de representación para su empresa en China.
- ✚ Introducir y comunicar sus productos al mercado chino.
- ✚ Participar en exposiciones comerciales chinas.
- ✚ Establecer relaciones comerciales con distribuidores especializados en China.
- ✚ Posicionar sus productos en canales de ventas a clientes finales en China.



## Servicios

- ✚ Sala de exposición de 2000 m<sup>2</sup> abierta todo el año.
- ✚ Salas de convenciones o reuniones de 6 estilos diferentes, con capacidad hasta 60 personas.
- ✚ Acceso a salas de reunión previa reserva.
- ✚ Servicio de recepción y equipo de ventas especializado.
- ✚ Respaldo de servicios lingüísticos en español, inglés y chino.



## Servicios Online

- ✚ Login/Ingreso exclusivo para empresas inscritas.
- ✚ Los productos asociados a empresas inscritas ingresan directamente a la plataforma de ventas online.
- ✚ Búsqueda online de recursos chinos.
- ✚ Consulta de registros de ventas online.
- ✚ Soporte online para compras fuera de China. Seguridad en los pagos.



# Formas de comercialización



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

**B2B**

A través de CCC, tendrá acceso al mercado chino, reduciendo costos operacionales al mínimo mucho menores a que si usted estableciera una empresa en China.

**B2C**

Tendrá una empresa representativa en China, sin los costos asociados a esta. China Chile Central le dará consejos según el análisis del mercado chino y la situación del producto.

**E-Commerce**

Puede prestar el servicio de ayuda para decidir un precio adecuado y competitivo en el mercado.

**Re- Exportación**



**EXPORT**





**PROCOLOMBIA**

EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

# La membresía de 15,000 USD por año, Incluye



Un stand en el pabellón en Zona Franca Shanghái en China, abierto todo el año.



Ofrece instalaciones(sala de reunión, sala de conferencia, etc.) para realizar actividades comerciales.



Servicios lingüísticos.



Servicio de reserva de billetes de avión o tren, hoteles, y otros para facilitar el viaje de los clientes.



Un equipo de venta profesional, con personal administrativo que le da propuestas y soluciones comerciales profesionales.



Un equipo de logística para garantizar un envío eficiente de sus productos.



Participar en grandes ferias comerciales y de nivel en China.

CAFE

DE

COLOMBIA





**PROCOLOMBIA**  
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

# Contrato de Arrendamiento

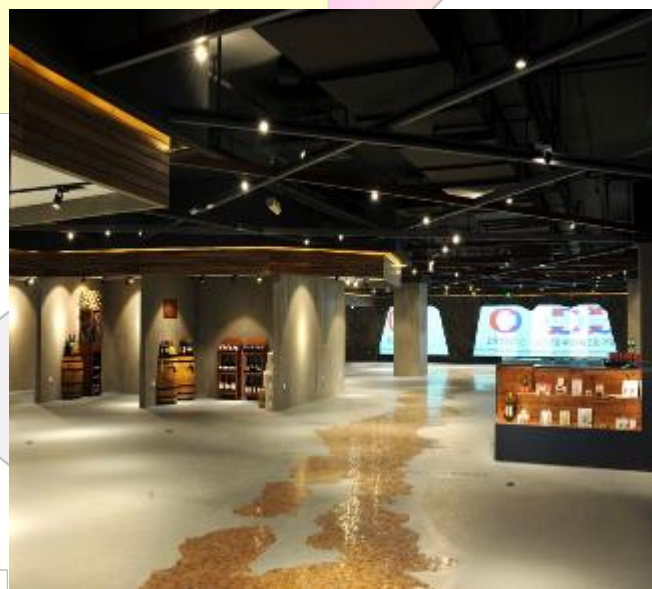
- ➔ ProColombia arrienda un módulo habilitado de diez metros cuadrados.
- ➔ El precio unitario por año de cada módulo es US\$15000.
- ➔ Los stands estarán habilitados con luces, enchufes, repisas para exhibir productos, mesas y sillas públicas.



Las empresas exhibiendo en el stand de ProColombia, tendrán los mismos derechos que las empresas que arriendan directamente.



ProColombia podrá invitar a empresas colombianas, a exhibir sus bienes y servicios, en el espacio arrendado.





# Beneficios



**PROCOLOMBIA**

EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

Las empresas colombianas podrán vender al mercado chino y cadenas de supermercados en China con las cuales CCC tiene convenios de compra y venta

Las empresas colombianas pueden acceder a bodegas de CCC para el almacenamiento de los productos con un costo adicional mínimo por Mt2 según el volumen de la carga.

Personal administrativo, ejecutivos, secretarías y vendedores de CCC trabajarán con ProColombia entregando un reporte mensual de sus ventas, su stock en bodegas y estado de cuenta corriente.

Las ventas de las empresas serán monitoreadas y controladas por personal administrativo de CCC, quienes clasificarán los productos de manera correcta para hacerlos llegar al comprador ahorrándole a los empresarios colombianos tiempo y dinero.

CCC organizará 3 veces al año feria a nivel nacional para la exhibición de los productos colombianos, en las cuales empresarios colombianos podrán participar con un costo adicional.

Los productos de ProColombia pueden ser exhibidos en supermercados chinos que tienen convenios con CCC. Los beneficios de estos convenios incluyen stands dentro del supermercado, puntos de venta y otros, por un mínimo costo.

CCC ofrece a los empresarios colombianos publicidad en diarios locales, radio, prensa y boletines comerciales de la Zona Franca de Shanghai, la cual es distribuida vía internet y manual.

Para que la exhibición de los productos se mantenga en constante movimiento se propone una rotación trimestral dividida en las siguientes cuatro categorías



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS



**1<sup>er</sup> Trimestre**  
**Enero - Marzo**

Chocolatería  
Confitería  
Galletería



**3<sup>er</sup> Trimestre**  
**Julio-Sept.**

Frutas Procesadas  
Nueces  
Ingredientes para pastelería



**4<sup>to</sup> Trimestre**  
**Oct. - Dic.**

Vestidos de Fiesta  
Marroquinería - Pieles Exóticas  
Bisutería y Artesanía



**2<sup>do</sup> Trimestre**  
**Abril - Junio**

Jugos  
Bebidas Alcohólicas  
Bebidas Aromáticas





# Nuevas Sucursales



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

En el 11 de noviembre, se estableció la primer sucursal a nivel provincial en la ciudad Changsha, en la zona central de China.



Más de 10 centros de productos han sido establecidos en Pekín, Guangzhou, Chengdu, Guiyang, Shangyu, Huaibei etc.

Hasta el marzo de 2017, China Chile Central ha abierto consecutivamente 3 sucursales generales en: Changsha, Xi'an y Wuhan.



