

PRO ECUADOR
Oficina Comercial del Ecuador en Shanghai

Gypsophila ecuatoriana es muy bien recibida en China

Elaborado por: Santiago Yáñez

Fecha: Noviembre del 2017

China es un mercado que atrae a todos los países y productores del mundo, sin embargo, cada producto tiene su propia realidad para ingresar y lograr obtener un pedazo del mercado del gigante asiático. En el caso de la gypsophila, según el diario "Produce Report" menciona que este producto ha sido afectuosamente recibido por el consumidor chino y se ha convertido en una de las más importantes flores importadas a China siguiendo los pasos de las rosas. Además, que la mayoría de la gypsophila tinturada en el mercado chino es producida en Ecuador con el objetivo de satisfacer la demanda del consumidor chino.

El objetivo de este boletín es presentarles a los exportadores ecuatorianos información relevante sobre el boom de exportación de Gypsophila en China. Así mismo, el porqué este producto es bien apreciado en este mercado. Tendencias del consumo del producto y recomendaciones a los exportadores para ser más efectivos en sus ventas.

El boom de la exportación de gypsophila ecuatoriana a China se confirma con las estadísticas de la aduana china en el que se puede apreciar que hubo un incremento del 1200% en volumen de exportación a China en el 2016 en comparación con el 2015. Como referencia en el 2014 sólo se exportó 2 toneladas de esta flor, en 2015 se exportó 25 toneladas y en el 2016 se llegó a 328 toneladas.

Se podría considerar que una de las razones del incremento es que en China no se produce esta flor, sin embargo, según datos de la Asociación de Flores de China el área cultivada de gypsophila en China alcanzó en el 2016 un total de 95.63 hectáreas y su producción esta focalizada en la provincia de Yunnan. Está claro que este producto ecuatoriano tiene competencia local china y es interesante entender el porqué este producto se ha posicionando bien en el corto plazo.



Como ya se mencionó anteriormente, esta flor ecuatoriana ha ingresado exitosamente al gigante asiático y podemos resumir las razones en cuatro puntos:

1. Su ingreso ha tenido la ayuda de la rosa ecuatoriana que en los últimos cinco años ha creado una buena imagen de calidad con el consumidor chino gracias a todas las actividades de marketing, participación en ferias y gestión de ventas



- realizadas por las empresas privadas, asociaciones y Oficinas Comerciales del Ecuador en China.
2. El precio de la gypsophila es menor a la rosa y por lo tanto más accesible a una mayor cantidad de consumidores chinos. Cabe mencionar que en China es considerado un buen regalo un ramo de gypsophilas tinturadas.
 3. Esta flor puede resistir largas distancias de transporte en China sin tener que pasar por cadena de frío, por lo que llega actualmente a ciudades del interior del país y por ende la cantidad de consumidores también aumenta.
 4. Finalmente, pero no la menos importante, la buena calidad de la gypsophila que se resume en que tiene tallos largos y más resistentes, flores más grandes y colores tinturados muy atractivos hacen que el producto (que por su traducción en chino es "cielo lleno de estrellas") sea un cielo todavía más bello con las gypsophilas ecuatorianas.

Ahora que entendemos el porqué esta flor ecuatoriana ha sido exitosa en corto tiempo en China, vamos a presentar tendencias del consumidor chino en relación a la gypsophila:

- Los colores tinturados que más se prefieren en China son el azul, rosado, morado y rojo. En el norte de China-Beijing prefieren en tonos más intensos. En el centro China-Shanghái prefieren tonos más claros.
- Para el consumidor final las presentaciones más novedosas de gypsophila son en arreglos únicamente de esta flor y en empaques elegantes.



- Las fechas de mayor compra en China puede ser Valentín Chino (Agosto), Valentín Occidental (Febrero), 5.20 Wu are ling "I love you" (Mayo), Día de la Madre(Mayo).

Finalmente, en relación a la gestión de venta de los exportadores con los importadores chinos. Nos gustaría hacer las siguientes recomendaciones:

- Es importante tener el volumen, calidad y precio competitivo para poder atender la necesidad del importador chino que trata siempre de obtener el menor precio y al mismo tiempo una calidad constante.
- Es altamente recomendable que durante la gestión de venta utilicen la herramienta de mensajería china llamada wechat no solo para comunicarse con los clientes chinos, sino también para promocionar constantemente sus productos. De esa forma se pueda garantizar el establecer una relación más directa con los responsables de las compras o de ser posible con el dueño de



la empresa mediante la publicación de fotos y texto en el muro de sus usuarios de wechat.

- Es muy útil participar activamente de la Feria Hortiflorexpo China y visiten mercados de flores en China para que puedan conocer la realidad actual del mercado.

Como es evidente, las exportaciones de gypsophilas ecuatorianas a China siguen creciendo y el consumidor chino reconoce cada vez más la calidad de este producto. En este contexto es estratégico señalar que debemos seguir trabajando en conjunto la parte privada y pública para continuar haciendo esfuerzos de promoción para que cada vez más consumidores chinos conozcan que la Gypsophila es de origen ecuatoriano y que los exportadores de nuestro país se siguen preparando para satisfacer la demanda creciente y cambiante del consumidor chino.

Fuentes:

- <http://www.producereport.com/article/ecuatorian-gypsophila-tailored-chinese-consumers>
- Asociación de Flores de China
- Aduana China
- Visitas a mercados
- Entrevistas con importadores de flores