

PRO ECUADOR
Oficina Comercial del Ecuador en Cantón
**BOLETÍN: “ACCESO AL MERCADO CHINO DE CACAO EN GRANO Y
CHOCOLATE”**

Elaborado por: Oficina Comercial del Ecuador en Cantón

Fecha: 21 de Noviembre del 2018

El Cacao y Chocolate Ecuatoriano en el Mercado Chino

En los últimos años, los productos ecuatorianos han ganado popularidad en el mercado chino, debido a que han sido reconocidos por su alta calidad y sus características en particular, tal es el caso de las rosas, la gypsophila, el banano, el camarón, la balsa, entre otros. En el caso del cacao, a pesar de ser una materia prima de alta aceptación y demanda en el mercado asiático, el referente de calidad aún no ha sido explotado del todo, teniendo nichos de mercado todavía en desarrollo hacia los cuáles es posible dirigirse con cacaos de especialidad.

En el caso del chocolate, dista todavía más. El consumo del chocolate en China es de 200 gramos al año que, aunque no es una cantidad representativa comparada con otros países asiáticos, mantiene un peso importante si tomamos en consideración el nivel poblacional de más de 1 billón de habitantes; esto, sumado a la creciente demanda de productos importados y a las tendencias de consumo desarrolladas por las nuevas generaciones – el consumo de chocolate crece anualmente un 15% en China –, hacen al gigante asiático un mercado interesante para el sector chocolatero.



Ahora bien, el hecho de contar con tal potencial, lo hace así mismo un mercado con un alto nivel de competitividad. 20 de las más grandes marcas de chocolate del mundo, ya están presentes en China (Dove, Ferrero, Hersheys, Cadbury, Meiji, Lindt, etc).

El 90% del mercado del chocolate, pertenece a marcas extranjeras, mientras que el 10% restante pertenece a marcas locales las cuales mantienen un nivel de aceptación considerable; no obstante, al momento de escoger, el consumidor chino prefiere el producto extranjero.

Análisis de la Competencia y Participación de Mercado



Las características especiales del cacao ecuatoriano, en general, tales como su aroma, sabor, así como sus altos niveles de productividad, lo hacen un cacao mucho más apetecido y exclusivo – en términos organolépticos – que la competencia. Es así como Ecuador se ubicó como el segundo proveedor durante el 2017, con más de USD 10 millones en valor FOB.

Una figura totalmente diferente, se presenta en el caso del chocolate, en dónde la participación de Ecuador es aun casi nula. Este mercado se ve totalmente abastecido por países como Estados Unidos, Bélgica, Alemania, Suiza e Italia.



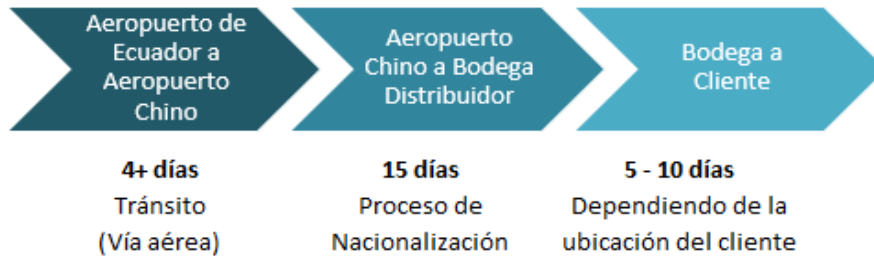
Son muy pocos los países sudamericanos desde donde se exporta chocolate a China, es el caso de Argentina o incluso México, desde Centroamérica. La participación de marcas latinoamericanas todavía es baja, sin embargo muchas de las marcas europeas e incluso japonesas, resaltan orígenes sudamericanos en sus barras de chocolate.

Consideraciones logísticas de la exportación de cacao y chocolate de Ecuador a China

- Los mayores consumidores son las grandes procesadoras que se ubican al centro y norte de China Continental.
- El método más adecuado de transportación desde Ecuador es el marítimo, en contenedores de 20' o 40', cuyas rutas hacia China pueden demorar entre 35 a 60 días. Nacionalización y transporte interno hacia bodegas del consumidor, pueden tomar 30 a 60 días más, por lo que es necesario tomar en consideración los tiempos de embarque al momento de realizar una negociación, para evitar demoras en destino.



- En el caso del chocolate, el tipo de transporte más recomendado es el aéreo debido a la rapidez con la que el producto arriba a destino y las facilidades brindadas para su nacionalización y posterior transporte local.
- Debido a la rotación del chocolate, los importadores requerirán tiempos de duración del producto antes de la fecha de expiración de más de un año.



Cacao en grano: es exportado en sacos de fibra natural calidad estándar para alimentos (yute) de 69 kilos, libre de insectos y cumpliendo los estándares de calidad predefinidos, tanto en normas internacionales como en la norma INEN 176, de acuerdo a la variedad.

Chocolate: el producto se debe embalar en materiales que permitan mantener la temperatura y estabilidad del producto, también que evite su contaminación, y sobre todo que no altere su calidad ni sus especificaciones sensoriales. Se utilizan cajas de cartón o envolturas de algún otro material apropiado, que tengan la debida resistencia y que ofrezcan la protección adecuada a los envases para impedir su deterioro exterior y a la vez, faciliten su manipulación en almacenamiento.

Canales de Distribución

Las Plataformas de E-commerce son cada día más populares para los consumidores chinos. El consumo online crece en China en torno al 42% anual (superior al promedio mundial), elevándose a cifras que llegan a USD 2.68 miles de millones en ventas de productos en general.

Referencias:

- ITC Internacional Trade Center – TRADE MAP (Fuente de datos de la Organización Mundial del Comercio). <http://www.trademap.org/Index.aspx>
- Operation Manual of Chinese National Import and Export Tariff 2018
- Levantamiento de información por parte de la Oficina Comercial del Ecuador en Cantón