

**PRO ECUADOR**  
**Oficina Comercial del Ecuador en Beijing**

**El comercio y consumo en China post COVID 19**

La pandemia del COVID-19 sin lugar a duda cambiará la forma de hacer negocios en el mundo. Distanciamiento social, regulaciones locales, cuidado de la higiene personal, y poco contacto físico, son rasgos que, sin lugar a duda, cambiara la forma de compra de los consumidores. La pandemia ha provocado que industrias del entretenimiento, cine, deportes, hotelería, turismo, y restaurantes sean las más afectadas. En cambio, el consumo de alimentos, productos de limpieza y objetos de uso diario, aumentaron.

China sufrió una cuarentena importante durante los meses de enero y febrero en donde básicamente el comercio de bienes y servicios permitidos se centró en alimentación y salud. A partir del mes de marzo, muchas de las restricciones de movilidad se liberaron, el consumidor chino empezó a salir de a poco de la cuarentena, pero con medidas de prevención rigurosas (mascarillas y control de temperaturas al ingreso de cualquier lugar). Ahora es donde inicia la incertidumbre de cómo reaccionará el consumidor en una época post COVID19.



Fuente. - retailnewstrends.com

El consumidor chino cuenta con dos herramientas que le han permitido enfrentar la crisis; las facilidades del comercio en línea y el uso de formas de pago electrónicas son factores claves que, han permitido al consumidor mantener sus niveles de consumo anteriores. Actualmente se puede observar que el consumo de alimentos en china, a través de plataformas electrónicas ha aumentado considerablemente.

Entre las aplicaciones de venta en línea más conocidas en el mercado chino son: Taobao, Tmall, Jingdong, Pinduoduo.

La pandemia forzó a que muchas empresas apliquen el principio de trabajar desde la casa. Esta opción de trabajo, al igual que las restricciones de reunirse y limitaciones en viajes propiciaron a un mayor consumo de alimentos cocinados en casa, es aquí donde los canales de venta en línea y los productos diseñados para ventas en línea han tenido la ventaja.

Servicios en donde la calidad e higiene generen confianza serán sin lugar a duda los beneficiados de la pandemia. Un ejemplo de lo mencionado se puede observar en los servicios de comida electrónica de la aplicación móvil E-LE-MA, en la aplicación incluso se indica la temperatura del mensajero que se encuentra realizando la entrega de la orden.



Fuente. - comercioexteriorchina.edu

Gran medida del impacto comercial del COVID-19 y de los cambios en los consumidores dependerá en la existencia de una vacuna o medicamentos contra el virus.

Tradicionalmente la cultura china valora mucho su tradición culinaria, comer en grupo representa un espacio para afianzar relaciones interpersonales e incluso concretar negocios, luego de la pandemia es posible que esta tendencia disminuya. Gran cantidad del camarón ecuatoriano, exportado a china, es consumido en restaurantes.



La canasta de productos ecuatorianos exportados a China es mayormente conformada por alimentos (camarón, banano, pescado, mango, café, etc.), hoy más que nunca, es importante asegurar la calidad de nuestros productos dado que los consumidores se encuentran muy sensibles ante cualquier noticia negativa, especialmente las sanitarias y fitosanitarias.

Referencias:

- <http://www.horti-expo2019.org/>
- [https://www.youtube.com/watch?v=ihNgyt\\_dRhQ](https://www.youtube.com/watch?v=ihNgyt_dRhQ)
- <http://designers.org/design.php?ID=52277>

