



OFICINA COMERCIAL DEL ECUADOR EN SHANGHÁI.

“Oportunidades post COVID-19, en el mercado chino”

El gigante asiático ha sido el primer país donde se identificó la existencia del coronavirus COVID-19, específicamente en la ciudad de Wuhan, capital de la provincia de Hubei ubicada en el centro del país. Tras el feriado de año nuevo chino a finales de enero, el cual es considerado el movimiento migratorio más grande a nivel mundial el virus logró propagarse no solo a nivel local pero también a nivel mundial.

China ha logrado controlar la pandemia con diversas e interesantes medidas. En la actualidad, es el país más grande del mundo en cuanto a población¹, lo que lo convierte en un mercado con bastante potencial y un alto crecimiento económico, el cual alcanzó el 6,1% en el año 2019². La clase media del gigante asiático sobrepasa los 400 millones de personas, y se estima que dentro de los tres próximos años dicha cifra aumente a 550 millones de personas³.

Desde hace varios años China se constituye como un socio comercial para el Ecuador de suma importancia, nuestras exportaciones se basan principalmente en productos de los sectores: Acuicultura (Camarón Vannamei), Banano (Banano Cavendish), Forestal y Elaborados (Madera de Balsa y Teca), Pesca (Pampano, Corbata); Cacao y Elaborados (Cacao en Grano), entre otros. Sin embargo, muchos de los sectores han sido fuertemente impactados debido a la pandemia del coronavirus COVID-19, lo cual ha generado como resultado un decrecimiento en la demanda, y por ende una contracción en las exportaciones de estos, es por ello por lo que a continuación se detallan algunas oportunidades post-pandemia para consideración del sector exportador.

Comercialización en línea

Como un efecto post-covid, el comportamiento del consumidor chino se ha inclinado aún más por comprar alimentos y bebidas a través de **comercio electrónico** con el fin de evitar salir de sus hogares y oficinas.

¹ World Factbook <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ch.html>

² Buró Nacional de Estadísticas de China
<http://data.stats.gov.cn/english/easyquery.htm?cn=C01>

³ CNBC <https://www.cnbc.com/2019/09/30/chinas-giant-middle-class-is-still-growing-and-companies-want-in.html>





Las tres plataformas de comercio electrónico más grandes de China: Alibaba, JD.com y Pinduoduo han publicado sus resultados de ventas para el primer trimestre del 2020. Alibaba anunció que en el primer trimestre alcanzó un valor bruto de ventas de USD \$1 billón, lo cual significa una sexta parte de todas las ventas minoristas (retail) de China. Pinduoduo también anunció que cerró el primer trimestre del año con un total de ventas de más de USD\$ 163 mil millones. El número de compradores o usuarios activos de estas plataformas alcanzaron los 726 millones y 628 millones respectivamente.⁴

Actualmente, varios productos de la oferta exportable ecuatoriana se comercializan en las plataformas de comercio electrónico antes mencionadas; la promoción de los productos es una prioridad para aumentar la presencia, y educar al consumidor chino sobre el origen de estos. Sin embargo, en este aspecto, el sector exportador debe ser muy cuidadoso al momento de analizar las estrategias para apuntar a dicho segmento, por ejemplo, en el caso del camarón es difícil que una persona, o familia compuesta por dos o tres personas, adquieran una caja de 2kg de camarón debido a su precio y volumen.

La recomendación para las empresas ecuatorianas es analizar otro tipo de presentaciones que vuelvan más fácil el manejo y comercialización de este.

Canales de promoción en China

Sin duda nuevos canales de comercialización, requieren de una activa promoción digital a fin de diferenciar estos productos dentro de toda la gama de productos comercializados en las plataformas de comercio electrónico como JD.com, Pinduoduo, Yunji y otros sitios del Grupo Alibaba que son líderes en el mercado chino.

En este sentido, la recomendación para las empresas ecuatorianas, es a través de sus importadores en China lanzar campañas de promoción, descuento, entre otros, en las mencionadas plataformas, así como también crear una página WeChat de la empresa, donde se pueda periódicamente publicar artículos de interés sobre su oferta exportable, la historia, usos y bondades de los productos, generar un código QR en el empaque del producto que al momento de escanear el producto, el consumidor pueda obtener información sobre el producto; esto tiene un gran alcance ya que los usuarios al replicarlo en sus "Momentos" de la plataforma WeChat generan el efecto de marketing de boca a boca online.

⁴ Forbes <https://www.forbes.com/sites/franklavin/2020/05/25/chinas-e-commerce-players-post-strong-quarterly-results-despite-covid-19/#540617cf78a8>





MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO EXTERIOR, INVERSIONES Y PESCA



今日爆款



赠

✓直降10元
✓下单送200g鳕鱼

到手价 ¥89 /2kg

Imágenes de Campaña de Promoción de Camarón Ecuatoriano en Plataforma de Comercio Electrónico "Yunji", actividad gestionada por la Oficina Comercial del Ecuador en Shanghai





Concepto de Seguridad Alimenticia (Food Safety)

El concepto de la seguridad alimentaria o food safety cada vez se va volviendo de mayor relevancia en el mercado de China, y para el consumidor del continente asiático en general. Debido a escándalos que han existido en la industria alimenticia en China en los últimos años (i.e. leche en polvo –formula- contaminada, arroz con cadmio y Arsenio, venta de carne expirada, huevos de plástico, etc.) una gran parte del mercado tiende a consumir productos importados, con el fin de asegurar el consumo de productos no alterados y de calidad.

Si bien nuestro país cuenta con características “premium” y de valor agregado, cualquier problema de calidad en los productos alimenticios podría resultar de manera catastrófica para las exportaciones ecuatorianas, por lo cual el control en origen es de suma importancia; especialmente en el sector de acuicultura con el cual se han su citado diversas problemáticas en el transcurso del segundo semestre del año 2019. La recomendación para el sector exportador es llevar a cabo estrictos controles en toda la cadena de producción y empaque de los productos.

Así también, los productos agrícolas y acuícolas ecuatorianos deben valerse de su excelente calidad a fin de identificar sus diferentes aportes nutricionales y beneficios alimenticios.

Es importante tratar de hacer énfasis en como estos productos pueden ayudar a mantener un sistema inmunológico adecuado y un estado de salud óptimo.

