

Marzo 2021

CÍTRICOS

Juan José Vidal Wood
*Oficina Comercial de Chile en
Shanghái*

TALLER CITRICOS MARZO 2021

Pregunta 2: Que diferencias culturales/comerciales/hábitos de consumo (cítricos), se pueden detectar en las tres zonas de China, y que recomendaciones podrían dar para establecer una relación comercial exitosa.

Pregunta 6: Cuáles son los precios de referencia que actualmente se tranzan en el mercado, comparativos por especie y por mercado de origen.

OPORTUNIDADES EN OTRAS CIUDADES



Ciudades primarias	<ul style="list-style-type: none"> • Beijing • Shanghai • Guangzhou • Shenzhen
Ciudades potenciales jurisdicción Shanghai	<ul style="list-style-type: none"> • Hangzhou • Wuhan • Nanjing • Chongqing • Changsha • Xiamen • Suzhou • Ningbo • Wuxi • Fuzhou • Hefei

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Canales Tradicionales



Canal con aumento en ventas



PLATAFORMAS

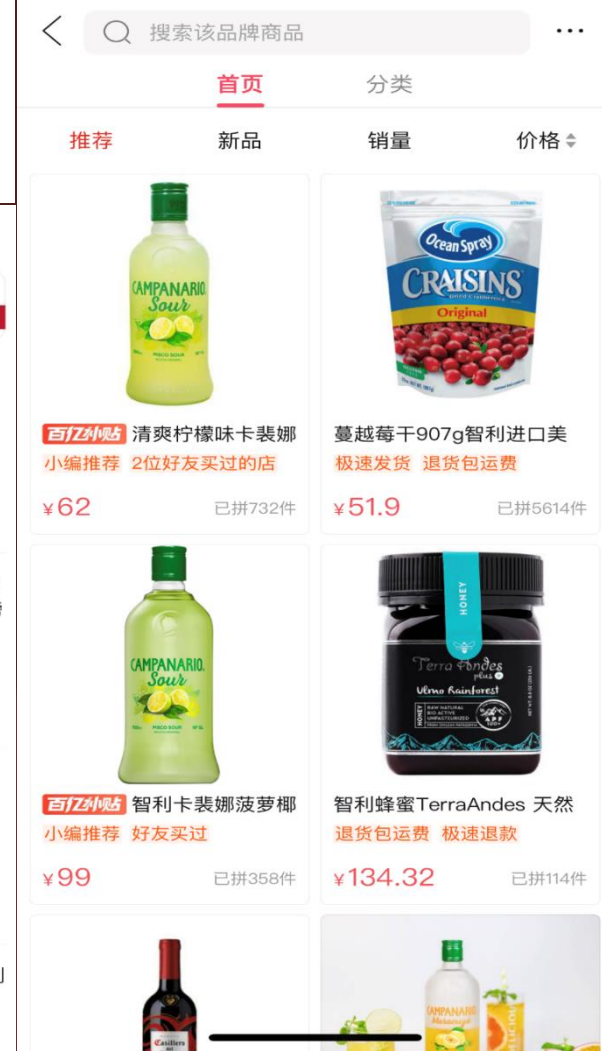
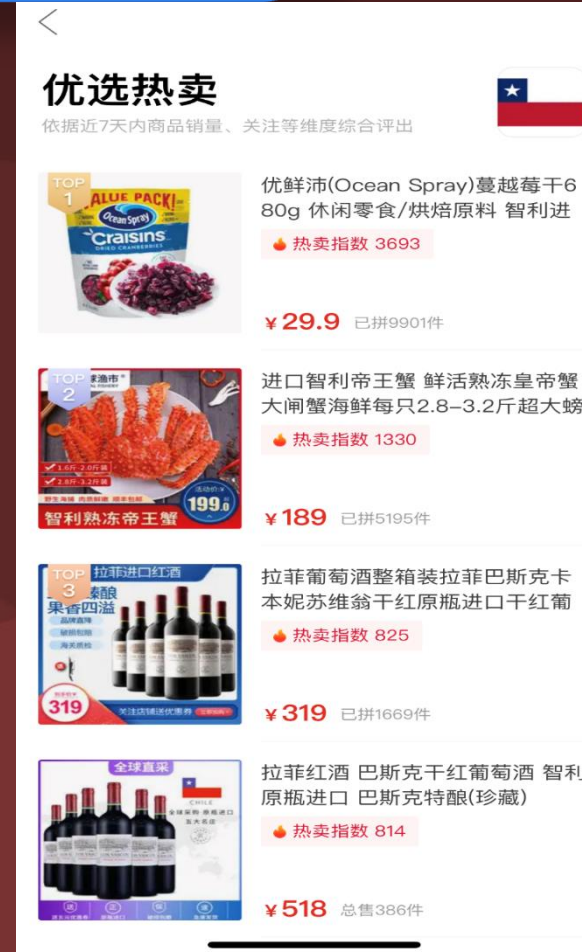


- Tmall, Pinduoduo, JD.
- Hema



多实惠 多乐趣

期待入驻!



 邮箱/Email: chilepavilion@163.com
 电话/Mob: +86 17858632911

zhilisp.tmall.com/



LA PLATAFORMA MAS GRANDE DE CHINA

711

MILLONES DE
USUARIOS ACTIVOS
MENSUAL

+200

CIUDADES DE CHINA

+30.000

MARCAS



En la fiesta de compra “Doble Once” en noviembre del 2019, la venta de Tmall llegó a los 268.4 mil millones de RMB (38.3 mil millones de USD) en solo un día.

LA CULTURA

- Cada región tiene su propia cultura.
- Imagen positiva. Los poetas Chinos suelen comparar la fruta dorada que maduran en otoño con el símbolo de una buena cosecha/riqueza. Porque el color de cítricos es amarillo/naranja, como el oro. Y su temporada de producción es el otoño. Tradicionalmente, el otoño es la temporada de cosecha del arroz, que es el alimento básico de los chinos. El arrozal se ve amarillo.
- La pronunciación de naranja “橘/桔 ju” es similar a la palabra “吉 ji”, que tiene buena suerte, por ejemplo, 大吉(橘)大利, 吉(橘)祥如意,
- En la medicina tradicional china, hay un dicho de “上火 shang huo”, Esto pertenece al grado de yin y yang, extendiéndose de frío (yin), de fresco, de neutro a calor (yang).
- Por ejemplo, la mandarina de naturaleza yang se utilizan cuando la persona está sufriendo de frío interno , o cuando el paciente tiene una constitución fría general.
- A lo contrario, la naranja o el pomelo de “frío y fresco”, naturaleza yin.



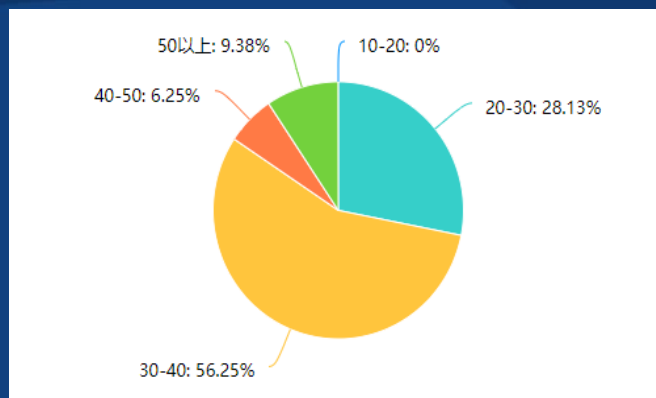
EL CONSUMIDOR

- En China no puede hablarse de un solo perfil de consumidor.
- Actualmente la reputación de la marca es cada vez más importante (publicidad sofisticada).
- China ha cambiado; ha incrementado notoriamente la **clase media-alta**, quienes buscan constantemente nuevos productos, en especial aquellos importados y/o considerados de lujo, dentro de los cuales se incluyen algunas frutas.
- En China , **los millenials** son aún mas importantes, pues son esos consumidores que nacieron y vivieron el proceso de las reformas económicas; independientes y determinados a la hora de consumir. Además, la mayoría son hijos únicos (debido a la ley de un solo hijo) y buscan la satisfacción personal por sobre otras cosas, especialmente a través de sus gustos y el estatus.



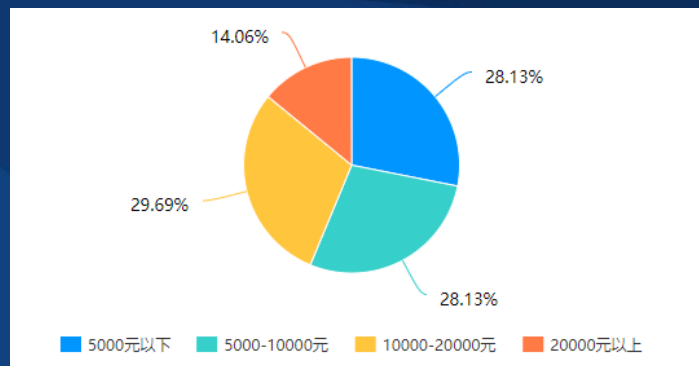
EL HÁBITO DE CONSUMO - 1

Realizamos un cuestionario a 65 consumidores entre 20-60 años de Beijing, Shanghai y Guangzhou:



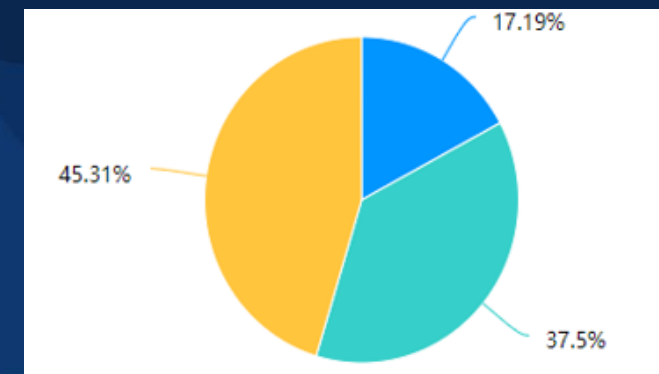
Edad:

- 28.13% de 20-30
- 56.25% de 30-40
- 6.25% de 40-50
- 9.38% de mayor de 50



Ingreso mensual:

- 28.13% de 5000 rmb/mes
- 28.13% de 5000-10000 rmb/mes
- 29.69% de 10000-20000 rmb/mes
- 14.06% de más de 20000 rmb/mes

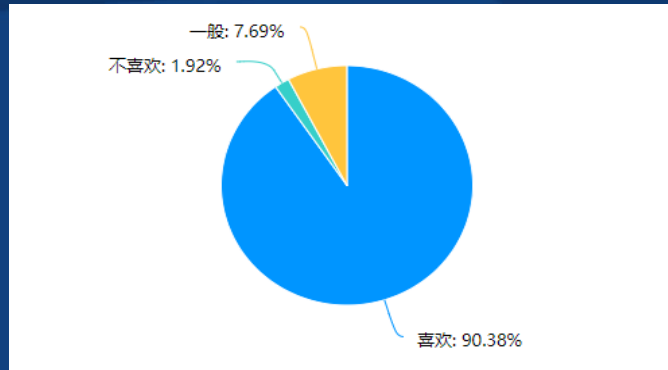


Ubicación:

- 17.19% de cerca de Beijing
- 45.31% de cerca de Shanghai
- 37.5% de cerca de Guangzhou

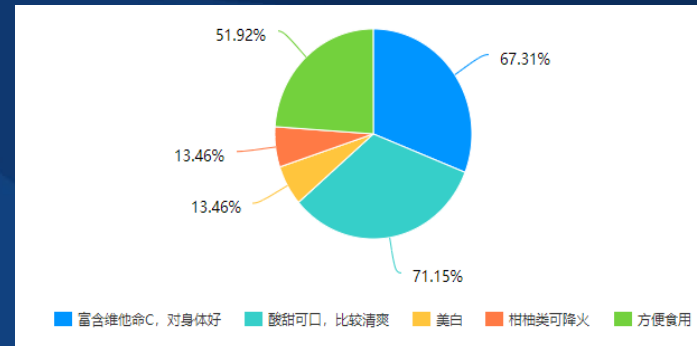
EL HÁBITO DE CONSUMO - 2

- A la mayor parte de los consumidores les gusta comer cítricos durante la primavera y el verano.
- Razones para consumir: Cítricos tienen buen sabor, saludable y fácil de comer.



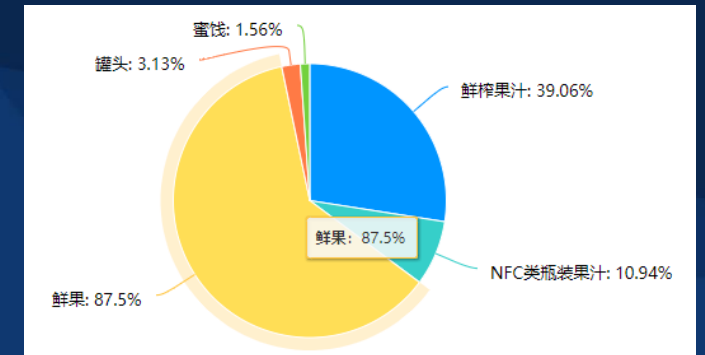
Le gusta comer cítricos durante la primavera y el verano?

- 1.92% No
- 7.69% Relativo
- 90.38% SI LE GUSTA



Las razones que le gusta los cítricos:

- 71.15% Buen sabor
- 67.31% Saludable, vitamina C
- 51.92% Fácil de comer
- 13.46% Medicinal
- 13.46% Reducir el fuego

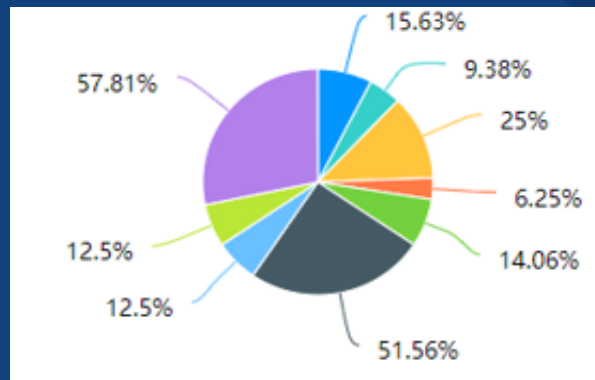


Como lo consume?:

- 87.5% Fruta fresca
- 39.06% Jugo fresco
- 10.94% Jugo de tipo NFC
- 3.13% Enlatado
- 1.56% Confitado

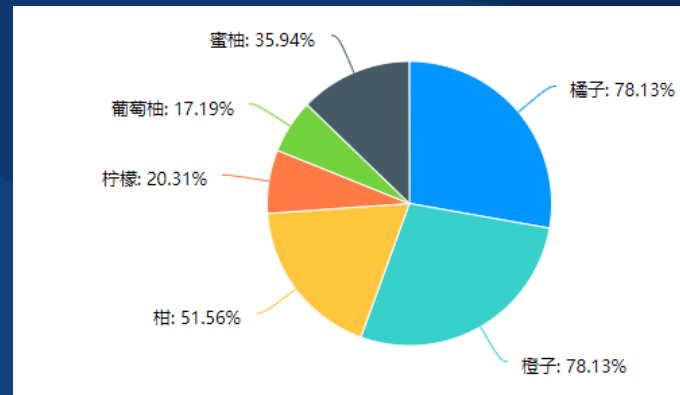
EL HÁBITO DE CONSUMO - 3

- Los consumidores comen los cítricos como snack después de desayunar/almorzar/cenar.
- Los consumidores prefieren los cítricos: más dulces, sin semillas, fácil de pelar.



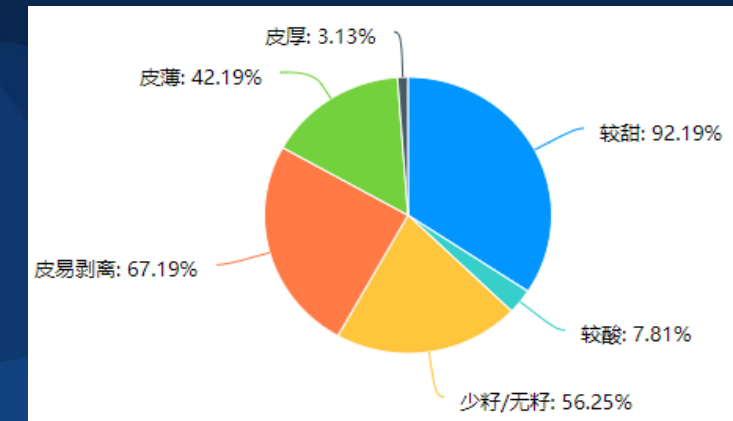
Tiempo preferido para comer cítricos:

- 57.81% Snack después de cenar
- 51.56% Snack después de almorzar
- 25% Snack después de desayunar



Tipo de cítricos prefieren comer durante la primavera y el Verano:

- 78.13% Mandarina
- 78.13% Naranja
- 51.56% Mixto de naranja y mandarina
- 35.94% Pomelo grande
- 20.31% Limon
- 17.19% Grapefruit



Sabores preferidos de Cítricos:

- 92.19% Más dulce
- 67.19% Fácil de pelar
- 56.25% Sin semillas
- 42.19% Cáscara delgada
- 7.81% Más ácido

TALLER CITRICOS MARZO 2021

Pregunta 6: Cuáles son los precios de referencia que actualmente se tranzan en el mercado, comparativos por especie y por mercado de origen.

PRECIOS DE REFERENCIA

- Observaciones de precios de Marzo 2021
- En Plataformas T-mall, PDD, Hema
- Cítricos provenientes de 8 países y productos premium locales
- Todos los precios son en Yuanes para 1KG del producto

PRECIOS DE REFERENCIA

- Los precios de naranjas provenientes de EE.UU. y Australia son más elevados debido a su **mejor calidad** y son en general para consumos directos.
- Las naranjas sudafricanas y egipcias son más baratas por ser de menor calidad y muchas veces son reprocesadas (jugos/fábricas de alimento).
- La **marca** más conocida es **Sunkist**, posicionando como la mejor naranja importada. Otra marca es **Bollo** de origen española.
- El mercado local en el último tiempo también está promocionando algunas naranjas premiums, NONGFU 17.5º es la marca más exitosa.



PRECIOS DE REFERENCIA

NARANJAS (precio en yuanes por 1KG del producto)

Australia	31.7
EE.UU.	35.3
Egipto	16.0
Sudáfrica	10.7
Local	25.2

PRECIOS DE REFERENCIA

En HEMA



Origen: EEUU
Marca: Sunkist
Cantidad: 4unid 760gr.
Precio: 29.9



Origen: Egipto
Marca: sin marca
Cantidad: 4 unid de 900gr.
Precio: 15.9

*Naranja ácida para jugos

En PDD



Origen: EEUU
Marca: Sunkist
Peso: 150 a 200 gr c/u
Precios:
4 unid: 21.8
6 unid: 27.8
8 unid: 33.8
10 unid: 39.8
12unid: 49.8



Origen: Sudáfrica
Marca: sin marca
Precios:
500gr: 9.6
1.5KG: 16.6
2.5KG: 22.6
4.5KG: 36.6

PRECIOS DE REFERENCIA: LIMONES

- Las variaciones de precios de limones por país de origen son menores debido a que las calidades son más similares.
- Casi todos los limones importados son de la variedad amarilla alargada, excepto por las de Tailandia, que son verdes redondeados y sin semilla. Entre los limones locales, la variedad con precio premium es la verde redondeada, principalmente proveniente de la provincia de Hainan.
- La marca más conocida en **Sunkist**.



PRECIOS DE REFERENCIA

LIMONES (precio en yuanes por 1KG del producto)

Australia	56.6
Chile	40.0
EE.UU	52.2
Nueva Zelanda	55.0
Sudáfrica	34.4
Tailandia	39.3
Local	45.8

PRECIOS DE REFERENCIA

En T-mall



Origen: EEUU
 Marca: Sunkist
 Peso: 140 gr c/u
 Cantidad: 10 unid.
 Precio: 58.0



Origen: Sudáfrica
 Marca: Unifrutti
 Precios:
 1.5KG: 42.0
 2.5KG: 60.0

En PDD



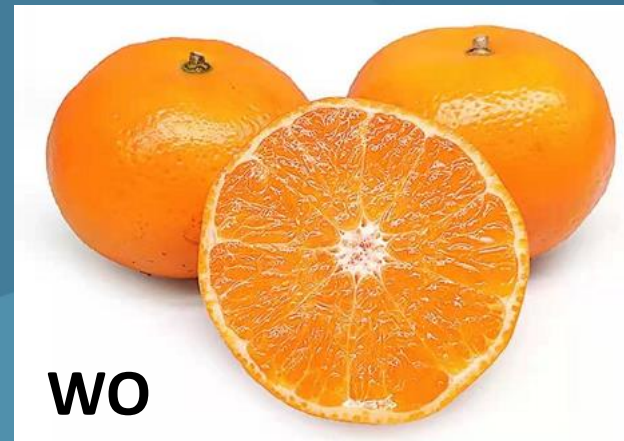
Origen: EEUU
 Marca: Sunkist
 Peso: 110 a 150 gr c/u
 Precios:
 4 unid: 18.0
 6 unid: 22.0
 8 unid: 29.0
 10 unid: 35.0
 12 unid: 42.0
 16 unid: 55.0
 2.5 KG premium: 75.0



Origen: Sudáfrica
 Marca: Unifrutti
 Peso: 100 a 150 gr c/u
 Precios:
 2 unid: 13.8 4 unid: 16.8
 6 unid: 23.8 8 unid: 28.8
 10 unid: 33.8 12 unid: 39.8
 14 unid: 44.8 16 unid: 49.8
 20 unid: 59.8
 2.75 KG: 69.8

PRECIOS DE REFERENCIA: MANDARINAS

- En este periodo del año, las mandarinas importadas son principalmente desde Australia, la mayoría bajo la marca **2PH**. Los precios en general están muy por encima de los productos locales.
- La oferta de mandarinas locales es abundante y de muchas variedades. Las variedades con mejores precios y más conocidas son las mandarinas **WO** de Guangxi y las mandarinas **CHOU** de Sichuan.



PRECIOS DE REFERENCIA

MADARINAS Y CLEMENTINAS (precio en yuanes por 1KG del producto)

Australia	46.4
Local	22.1

PRECIOS DE REFERENCIA

En T-Mall



Origen: Australia
Marca: 2PH
Precios:
1.5KG: 65.0
2.5KG: 105.0

¥65-108

店铺券满100减3

领券 >

正宗2PH澳柑橘子澳大利亚进口澳橘 当季新鲜水果三十而已同款蜜桔



Origen: Local
Marca: OR
Precios:
1KG: 18.9
2.5KG: 29.9
4.5KG: 47.90

每日必买

¥17.9起

券后¥12.9起

每日必买

来就送红包

商品券满17减5 购买得积分

领券 >

天猫

月销:1000+

【顺丰包邮】广西武鸣沃柑10斤新鲜一级大果特级当季水果柑橘子

En PDD



Origen: Australia
Marca: 2PH
Precios:
3.5KG: 88.0
4.5KG: 108.0
7KG: 168.0

净重7斤

2PH 精品高端澳桔

¥88起 券后¥78起 >

已拼19件

10元无门槛券

2ph澳桔富贵橘澳洲橘子橙子柑橘沃柑澳柑



Origen: Local
Marca: Sin Marca
Precios:
2.5KG: 21.9
5KG: 31.9

¥10.8起 券后¥7.8起 >

已拼10万+件

即将恢复¥12.5起 3元无门槛商品券

旗舰店 四川不知火丑橘丑柑丑八怪丑橘子当季新鲜孕妇水果批发整箱10斤装 极速退款

PRECIOS DE REFERENCIA: POMELOS

- Las diferencias de precio entre los pomelos importados son menores.
- Los pomelos israelíes en su mayoría vienen bajo la marca **JAFFA**, el resto no tiene marca conocida.
- Las variedades son muy distintas.



PRECIOS DE REFERENCIA

POMELOS (precio en yuanes por 1KG del producto)

Israel	34.7
Sudáfrica	32.2
Tailandia	29.9
Local	17.3

PRECIOS DE REFERENCIA

En T-Mall



Origen: Israel
Marca: Jaffa
Precios:
1.5KG: 39.8
2KG: 48.8



Origen: Tailandia
Marca: Sin Marca
Precios:
2KG: 63.0
4KG: 118.0

En PDD



Origen: Israel
Marca: Jaffa
Peso: 360 a 450 gr c/u
Precios:
1 unid: 19.9
3 unid: 40.8
4 unid: 49.9
5 unid: 57.0



Origen: Sudáfrica
Marca: Sin Marca
Precios:
1.5KG: 42.6
2.5KG: 61.6

ProChile

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES



**CHILE LO
HACEMOS
TODOS**

Juan José Vidal Wood
jjvidal@prochile.gob.cl