

La Industria de las Carnes Nacionales Tradicionales en China y Hong Kong



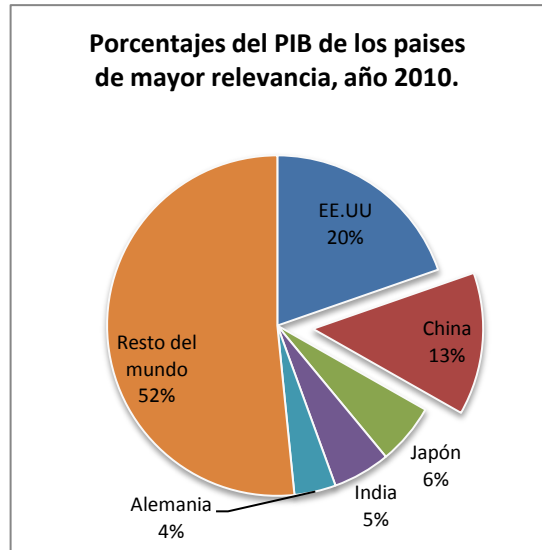
China ha sido la economía internacional más pujante de los últimos años, con una tasa de crecimiento record la que la ha impulsado a ser la segunda mayor economía de mayor importancia en la actualidad, con cerca del 13% del PIB mundial. La tendencia marca un crecimiento para los próximos dos años del 9% destacándose como el país más dinámico económicamente.

A su vez es el mayor mercado mundial donde se concentra alrededor del 20% de la población del planeta con 1.337 millones de habitantes aproximadamente. Es el primer exportador global (10% del total mundial en 2010) y el segundo importador (9% del total, seguido únicamente por Estados Unidos).¹

Para Chile, en la actualidad este país asiático es de gran interés comercial ya que tras los cinco años de TLC con China, el país sudamericano ha podido ver el gran beneficio económico que ha traído esta alianza.

Para el año 2007 el intercambio comercial fue de US\$14.982 millones, representando una variación importante respecto al año anterior (73.6%). Este salto comercial se debió principalmente a las exportaciones chilenas (USD10.051 millones) las cuales se duplicaron con respecto al año anterior.

En el período 2009-2010 podemos observar otra variación significativa, del 46%. Esta también se explica a través de las exportaciones chilenas al país asiático con un monto total de USD 16.541 millones.



¹ Central Intelligence Agency, economic and demographic information.

Debido a los altos incrementos y variaciones en las cifras antes mencionadas, China se ha transformado en el principal socio comercial de Chile, lo cual es altamente explicable gracias al TLC entre ambos países. Desde la entrada en vigencia del acuerdo hasta el año 2010, las exportaciones hayan aumentado un 269% aproximadamente.

¿Por qué exportar carnes “tradicionales”² a China?

La gastronomía china autóctona se basa principalmente en el consumo de cerdo y en menor medida el pollo. Sin embargo, la occidentalización se hace cada vez más palpable, envolviendo ciertos aspectos de esta cultura asiática.

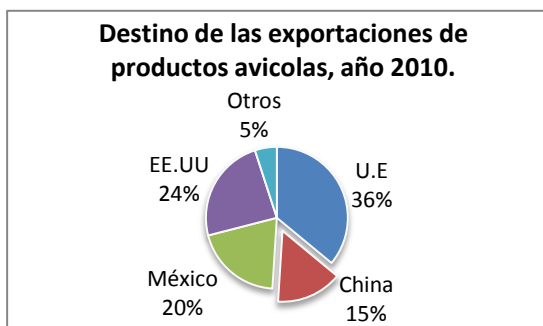


El consumidor chino ha ido cambiando sus hábitos alimenticios, en especial las mujeres. Estas son educadas, en su mayoría en occidente, y prefieren carnes bajas en grasas. Lo mismo ocurre con el consumidor nacional occidentalizado ya que ha ido introduciendo en sus hábitos culinarios otros tipos de carnes, en especial las blancas.

Otro factor importante a considerar es el aumento del poder adquisitivo, en el año 2010 fue de USD7.600; hace 10 años era de USD2400, representando una variación del 217%. Según la ley de Bennett³, el consumo de calorías provenientes de cereales y papas tiene una relación inversa al aumento del ingreso y la calidad de vida. Recapitulando, el aumento del ingreso per cápita chino, durante el la mitad del siglo pasado, llevaron a un aumento en el consumo de proteínas, convirtiendo a este país a ser el primer consumidor mundial.

Este fenómeno del poder adquisitivo ha provocado un creciente consumo de proteínas en los últimos 10 años a nivel global en más del 11%, siendo que el consumo de productos de origen vegetal, en el mismo período, ha aumentado sólo un 2,3%.

Debido a lo anterior, el mercado chino se ha convertido en un destino atractivo para los países productores de bovino, caprino y aves entre otros. Para Chile, el mercado de las aves (pollo y pavo) ha sido de gran interés. A modo de ejemplo, el holding Agrosuper, el player más relevante de la industria chilena. Está realizando grandes inversiones con el fin de aumentar su participación en el negocio de las proteínas y apostando por un producto novedoso para el consumidor chino, el pavo.



Los principales destinos de exportación de los productos avícolas nacionales son la Unión Europea con un 36%, EE.UU con un 24%, México (20%) y en cuarto lugar China con un 15%.

² Dentro de esta categoría se contiene los productos y subproductos de bovino, porcino, caprino, pollo y pavo entre otros.

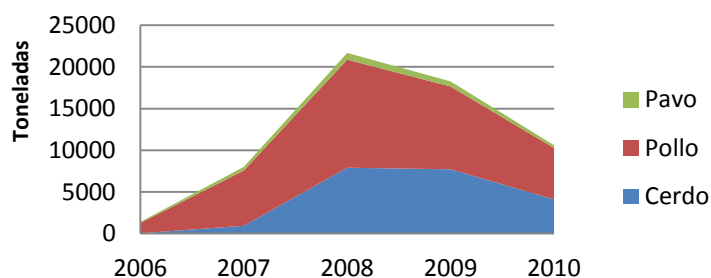
³ “Ley de Bennett”, 1941, indica la generalización empírica de que existe una relación inversa entre el porcentaje de las calorías totales de cereales y otros alimentos básicos y el ingreso per cápita

El potencial del producto en Hong Kong

Hong Kong como mercado debe ser analizado desde dos puntos de vista: su carácter de centro re-exportador de la región asiática, fundamentalmente hacia la República Popular China, y como un mercado interno de más de 7 millones de habitantes con un alto poder adquisitivo y que recibe anualmente aproximadamente 36 millones de turistas.

Para dar una idea de la magnitud de las re-exportaciones del producto, de los USD 194 millones importados en 2010, según las cifras oficiales, casi un tercio fue re-exportado, pero se considera que esto podría ser bastante mayor ya que es poco probable que sólo 7 millones de personas más los turistas transitorios, puedan consumir lo que se supone que permaneció en Hong Kong.

Cantidad exportada de carneos en los años 2006 al 2010.



El estudio “La Industria de las Carnes Nacionales Tradicionales en China y Hong Kong” realizado por el Centro Asia Pacífico de la Universidad Diego Portales, proporciona análisis e información estadística sobre el creciente mercado carneo en China. Con una investigación evolutiva del comportamiento de la industria, identificación de los sectores de mayor desarrollo y un enfoque en el potencial de mercado, el estudio proporciona datos claves considerando:

- Influencia del TLC en las exportaciones chilenas e intercambios comerciales
- Exportación de productos nacionales a China y el mundo
- Características de la demanda (consumo, gustos y perfil del consumidor)
- Precio y Distribución (precios de venta, estructura de distribución, estrategias de promoción)

Este tema será tratado con mayor profundidad durante los Programas Ejecutivos del CEAP UDP

Para mayor información sobre los programas contactarse a asia@udp.cl

