

Sektor spożywczy na Filipinach - trendy i możliwości ekspansji

13 października 2020 r.

Spis treści:

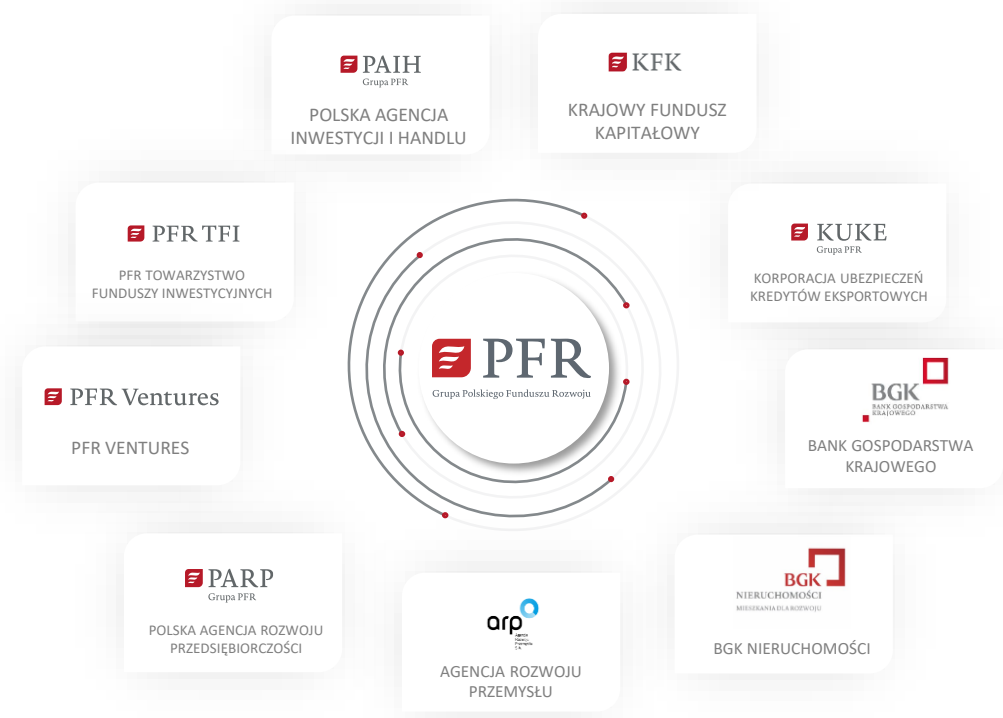
Rozdział 1: O Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu.....	3
Rozdział 2: Ekspansja na rynek Filipin.....	5
2.1. Charakterystyka rynku.....	6
2.2. Główne sektory gospodarki.....	8
2.3. Rozpoznawalność polskich marek.....	8
2.4. Filipińskie inwestycje w Polsce.....	10
2.5. Dostęp do rynku dla polskich towarów i usług.....	10
2.6. Relacje gospodarcze z UE.....	11
2.7. Dostęp do rynku pracy.....	11
2.8. Ograniczenia inwestycji zagranicznych.....	12
2.9. Nabywanie i wynajem nieruchomości.....	13
Rozdział 3: Różnice kulturowe w kontaktach biznesowych.....	14
3.1. Religia.....	14
3.2. Istotne aspekty kulturowe w kontekście biznesu.....	14



Rozdział 1: O Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu

Polska Agencja Inwestycji i Handlu (PAIH) jest instytucją doradczą wchodzącą w skład Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju (PFR), punktem pierwszego kontaktu dla eksporterów oraz inwestorów.

Komplementarna oferta grupy PFR



Misją PAIH jest zwiększenie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do kraju oraz zasięgu i dynamiki umiędzynarodowienia polskich przedsiębiorstw. Działamy zarówno w Polsce, jak i poprzez Zagraniczne Biura Handlowe (ZBH).

Oferujemy szybki dostęp do kompleksowej informacji dotyczącej otoczenia gospodarczo-prawnego Państwa projektów biznesowych. Pomagamy również w pokonywaniu procedur administracyjnych dotyczących konkretnych przedsięwzięć, opracowaniu rozwiązań prawnych, znalezieniu odpowiedniej lokalizacji oraz wiarygodnych partnerów i dostawców.

Zapewniamy również dostęp do instrumentów finansowych, w tym ubezpieczeń oferowanych przez instytucje zrzeszone w Grupie Polskiego Funduszu Rozwoju.

Oferta Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu składa się z trzech kluczowych filarów:



Eksport

Wsparcie polskiego eksportu ze szczególnym uwzględnieniem małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP).



Inwestycje

Zwiększanie rodzimych inwestycji w Polsce oraz za granicą. Wsparcie inwestycji zagranicznych na terenie naszego kraju.

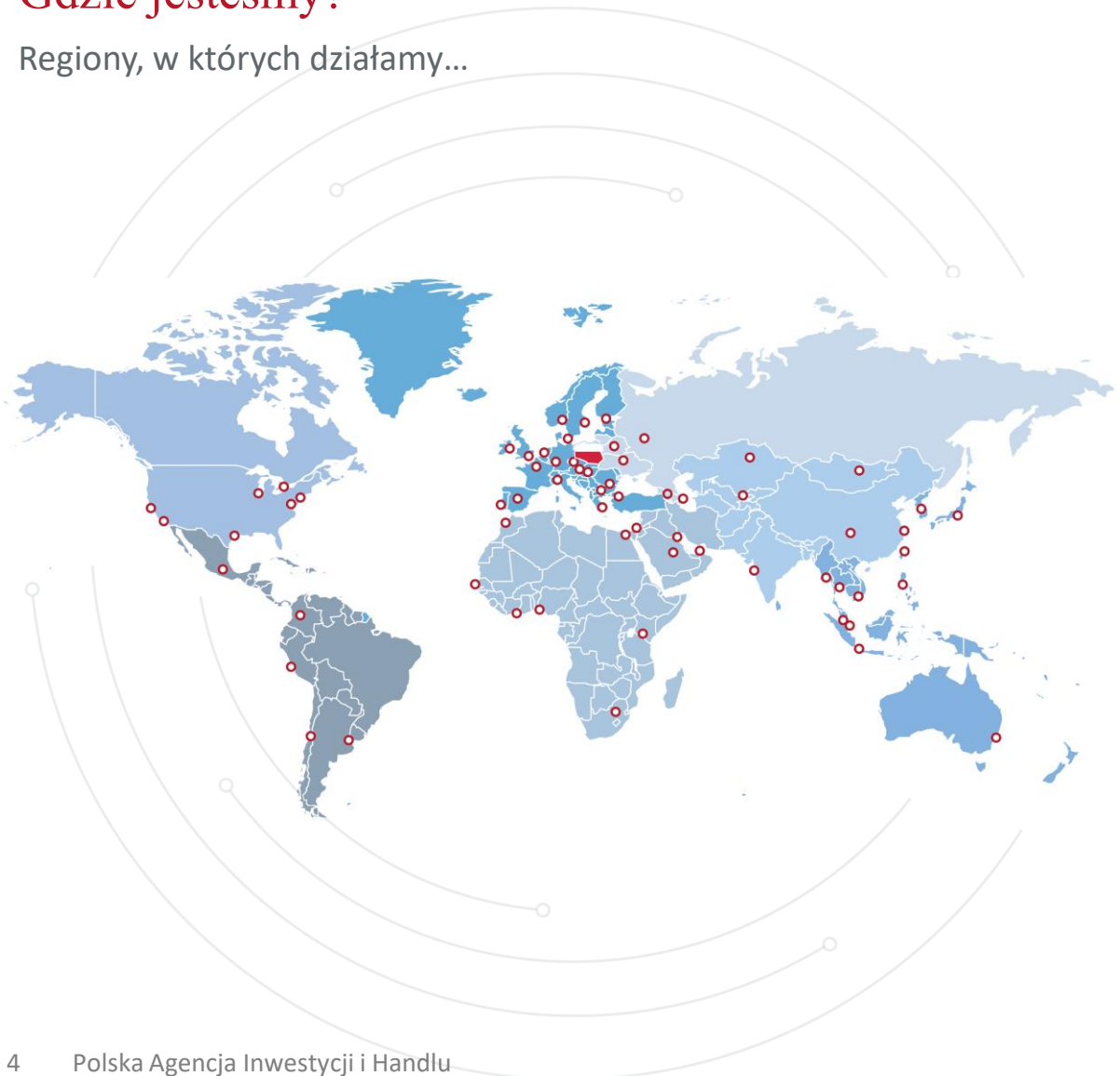


Partnerstwo

Współpraca z administracją publiczną oraz instytucjami otoczenia biznesu w realizacji wspólnych projektów.

Gdzie jesteście?

Regiony, w których działamy...



Rozdział 2: Ekspansja na rynek Filipin

	CIT 30%
Podatki:	VAT 0 - 12%
	PIT 5 – 32%
	SSS 8% + 4%
PKB:	356 mld USD (całkowite) / 9,471 USD (per capita) / 8,321 USD (PSN)
Export:	Eksport (ogółem): 62,675 mld USD (2019, PSA)
	Eksport żywności z Polski na Filipiny: 34,521 mln USD (2019, GUS)
Import:	Import (ogółem): 117,245 mld USD (2019, PSA)
	Import żywności z Filipin do Polski: 12,380 mln USD (2019, GUS)

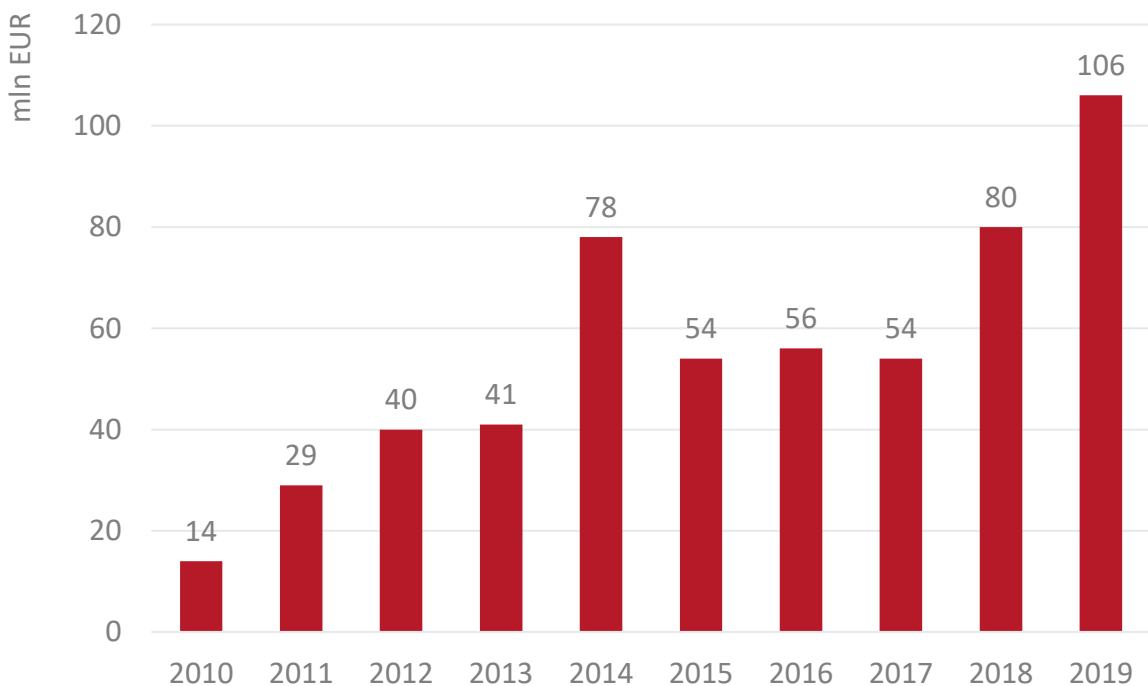


Źródło: Philippine Statistics Authority (PSA).

2.1 Charakterystyka rynku

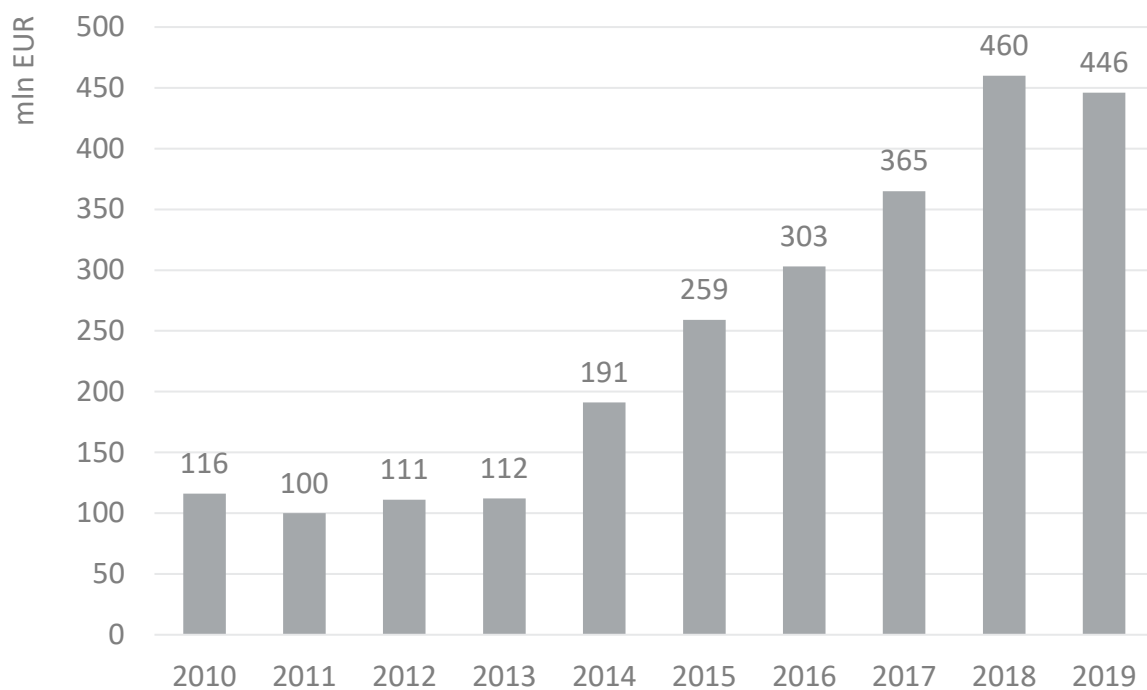
Filipiny zaliczane są do tzw. rynków wschodzących i według statystyk Międzynarodowego Funduszu Walutowego (MFW) na rok 2019 zajmują 37 miejsce na świecie pod względem wielkości gospodarki. Jest to kraj młody (średnia wieku 24 lata), gdzie ponad 100 milionowa populacja oraz znakomita znajomość języka angielskiego prezentują ogromne możliwości firmom, które są zainteresowane ekspansją na ten rynek. Gospodarka Filipin prężnie rozwija sektory usług i produkcji przemysłowej. Przedsiębiorcy coraz częściej otwarci są na propozycje joint-venture, wykraczające poza tradycyjny import. Wyniki gospodarcze Filipin w 2019 r. potwierdziły utrzymywanie się wysokiego tempa rozwoju gospodarczego, który na poziomie 5,9% uplasował Filipiny na trzecim miejscu pośród krajów ASEANu.

Eksport Polski do Filipin w latach 2010-2019

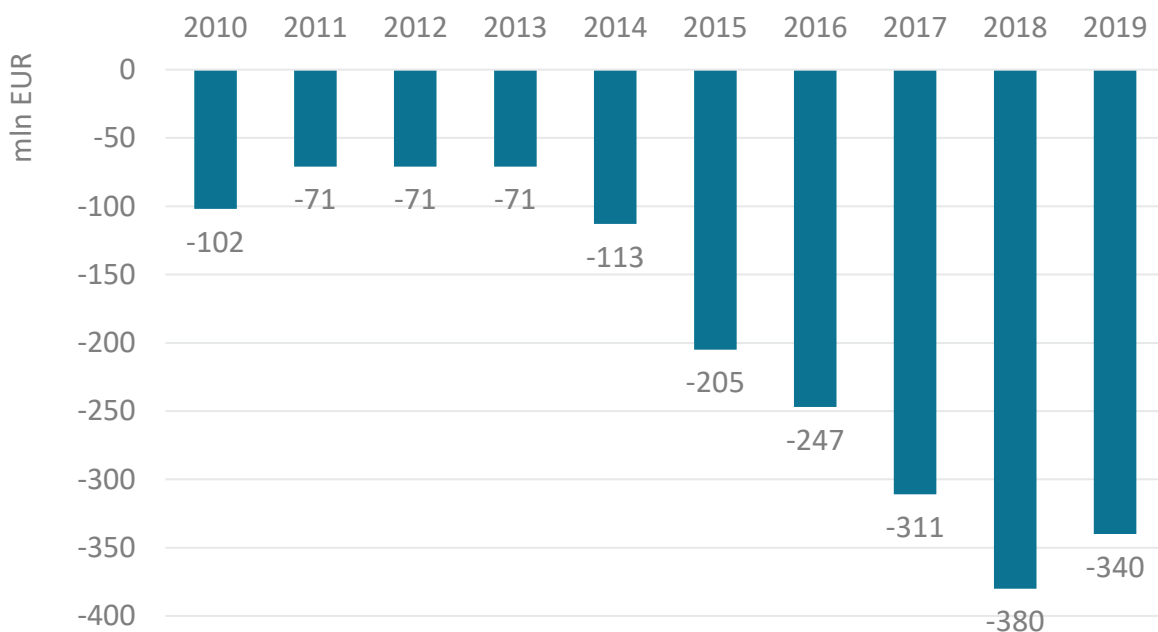


Źródło: Międzynarodowy Fundusz Walutowy (MFW) / Philippine Statistics Authority (PSA) / Opracowanie własne.

Import Polski z Filipin w latach 2010-2019



Saldo obrotów Polski z Filipinami w latach 2010-2019



Źródło: Raport Bariery, Departament Współpracy Międzynarodowej, Ministerstwo Rozwoju, Warszawa, wrzesień 2020.

Filipiny zajmują następujące pozycje jako partner handlowy Polski:

73 pod względem wartości eksportu:

- Udział w eksporcie Polski ogółem: 0,19%
- Udział w eksporcie Polski do krajów spoza-UE: 0,22%

49 pod względem wartości importu:

- Udział w imporcie Polski ogółem: 0,19%
- Udział w imporcie Polski z krajów spoza-UE: 0,45%

2.2 Główne sektory gospodarki

Wzrost gospodarczy w 2019 r. można było zaobserwować we wszystkich sektorach gospodarki. Największy wpływ jednakże na wzrost PKB miał sektor usług (udział na poziomie 7,1%) oraz w przemyśle (4,9%). Najwolniej rozwijało się rolnictwo i górnictwo (odpowiednio 1,5% i 2,1%). Wyraźny trend wzrostowy odpowiada strukturze PKB utrzymującej się na przestrzeni ostatnich lat. Gospodarka Filipin wykazuje cechy innych, rozwijających się krajów Azji Południowo - Wschodniej, związane z sektorową koncepcją rozwoju poszczególnych gałęzi, zwłaszcza przemysłu.

2.3 Rozpoznawalność polskich marek

Rok 2019 był dobrym rokiem dla polsko-filipińskiej społeczności biznesowej, która z roku na rok rośnie w siłę. W ostatnim czasie byliśmy świadkami wejścia na rynek kilku polskich firm, a także zauważalnego wzrostu eksportu towarów w branży spożywczej, farmaceutycznej, meblarskiej i budowlanej.

Zdecydowanie utrzymuje się konkurencyjność oferty tak jakościowej, jak i cenowej, polskiego przemysłu obronnego. Obecnie trwają prace nad ratyfikacją umowy na zakup 16 nowych helikopterów Sikorsky S-70i Black Hawks wyprodukowanych w PZL Mielec.

Źródło: Raport Bariery, Departament Współpracy Międzynarodowej, Ministerstwo Rozwoju, Warszawa, wrzesień 2020 / Opracowanie własne.

Zdecydowanie utrzymuje się konkurencyjność oferty tak jakościowej, jak i cenowej, polskiego przemysłu obronnego. Obecnie trwają prace nad ratyfikacją umowy na zakup 16 nowych helikopterów Sikorsky S-70i Black Hawks wyprodukowanych w PZL Mielec.

Do najbardziej znanych polskich firm działających na rynku Filipin należą: Lingaro (IT), Pietrucha Group (produkcja), Nextbank (fintech), InfiniteDATA (IT), Carlex Design (części samochodowe), CreateIT (IT), PeraJet (fintech), TendoPay (fintech), R&F Church Bells (produkcja dzwonów kościelnych). Polscy liderzy branżowi jak Radwag (producent wag przemysłowych) i Dramiński (producent sprzętu dla branży weterynaryjnej) znaleźli swoich lokalnych dystrybutorów, podczas gdy znane marki spożywcze, takie jak Fitella, Sante, Lactima, Wedel, Mokate, Victoria Cymes, Royal Apple, Togo, Bogutti, są już dostępne w lokalnych supermarketach. Na rynku Filipin działa również polska marka kosmetyczna Inglot, która posiada 3 sklepy firmowe w głównych centrach handlowych Manili. Marka ta jednak nie jest kojarzona z Polską.

Polska jako źródło importu dla Filipińczyków pozostaje nadal egzotycznym krajem. Przeważają tutaj raczej stosunki importowe z Chinami, Japonią, Koreą Płd, USA, Tajlandią, Indonezją, Malezją i Tajwanem. Pozytywnie odbierane są marki niemieckie, francuskie, brytyjskie i włoskie.

W sektorze spożywczym Filipińczycy zdecydowanie preferują marki amerykańskie a import artykułów spożywczych ze Stanów Zjednoczonych stanowi aż 16% całego importu żywności.

Rozmawiając z filipińskimi partnerami miejmy na uwadze, że mają oni bardzo dobre rozeznanie cenowe na całym świecie i jeżeli nie będziemy konkurencyjni cenowo, będzie

Źródło: Międzynarodowy Fundusz Walutowy (MFW) / Philippine Statistics Authority (PSA) / Opracowanie własne.

nam trudno nawiązać rozmowy handlowe. Szkolenia dla dystrybutorów i pomoc marketingowa są równie ważne. Coraz więcej na znaczeniu zyskuje również wymiana handlowa wiążąca się ze współpracą joint venture i przekazaniem zarówno know-how jak i technologii produkcji.

2.4 Filipińskie inwestycje w Polsce

Filipińską inwestycją z najdłuższym stażem w Polsce jest inwestycja z 2006 r. firmy International Container Terminal Services Inc (ICTSI) w Bałtycki Terminal Kontenerowy w Gdyni (szacunkowa wartość to ok. 100 mln USD). Najnowszym filipińskim inwestorem w Polsce jest fundusz kapitałowy ISOC Holdings, który zainwestował w przestrzeń biurową w Katowicach, Gdańsku, Wrocławiu i Krakowie. Szacunkowa wartość inwestycji to ponad 300 mln USD.

2.5 Dostęp do rynku dla polskich towarów i usług

Najistotniejszym od strony praktycznej, z punktu widzenia przedsiębiorcy elementem oceny dostępu do rynku są opłaty celne oraz środki pozataryfowe. Z uwagi na brak umowy o wolnym handlu pomiędzy Unią Europejską a ASEANem, czy też bezpośrednio z Filipinami – Polska, podobnie jak inne kraje UE posiada status MFN (Most Favoured Nation).

W ramach zobowiązań podjętych w Światowej Organizacji Handlu (WTO), filipińskie stawki na towary mogą zostać zidentyfikowane na stronie internetowej Komisji Taryf:

www.finder.tariffcommission.gov.ph

Źródło: Międzynarodowy Fundusz Walutowy (MFW) / Philippine Statistics Authority (PSA) / Opracowanie własne.

2.6 Relacje gospodarcze z UE

Unia Europejska jest jednym z głównych partnerów gospodarczych Filipin, zarówno w zakresie współpracy handlowej, inwestycyjnej jak i rozwojowej. Eksport do krajów UE stanowi około 20% filipińskiego eksportu (wartość ok. 5,5 mld EUR). Około 18% eksportu korzysta z Generalnego Systemu Preferencji (GSP+) a dalsze 70% jest objęte zwolnionie z obciążeń celnych dzięki Klauzuli Największego Uprzywilejowania (MFN). Około 8% filipińskiego eksportu stanowią produkty z państw UE (wartość ok. 3,5 mld EUR).

Eksport do UE jest zdominowany przez produkty elektroniczne. Większość importu z krajów UE również stanowiły art. elektroniczne, a także produkty medyczne i farmaceutyczne, maszyny przemysłowe i sprzęt transportowy. Na terenie Filipin realizowanych jest wiele projektów pomocowych z udziałem funduszy UE. Mają one na celu wsparcie rozwoju gospodarczego tego kraju, osiągnięcie Celów Milenijnych jak i stworzenie warunków do rozwoju współpracy gospodarczej - w rezultacie, także zwiększanie dostępu do rynku filipińskiego.

2.7 Dostęp do rynku pracy

Zatrudnienie obcokrajowca na Filipinach może mieć miejsce jedynie na podstawie uzyskanego przez niego (lub pracodawcę w imieniu zatrudnianego) pozwolenia na pracę (Alien Employment Permit – AEP) z Ministerstwa Pracy i Zatrudnienia (Department of Labour and Employment - DOLE). Pozwolenie takie jest ważne przez rok od daty wystawienia i może być, za zgodą DOLE, przedłużone. Pracodawca zamierzający zatrudnić obcokrajowca musi wystąpić, wykazując jednocześnie, że stanowisko, na którym będzie on zatrudniony wymaga unikalnych kwalifikacji i nie ma możliwości zatrudnienia pracownika filipińskiego. Pracodawca zatrudniający obcokrajowców zobowiązany jest dodatkowo do zapewnienia przeszkolenia dla co najmniej dwóch pracowników filipińskich.

Źródło: Philippine Statistics Authority (PSA) / Philippine Bureau of Customs / Opracowanie własne.

2.8 Ograniczenia inwestycji zagranicznych

Prawo o inwestycjach zagranicznych (Foreign Investment Act) określa obszary działalności w których udziały obcokrajowców są ograniczone do 40% poprzez tzw. listy negatywne A i B (Foreign Investment Negative List A & B). W pozostałych dziedzinach dopuszczalne są 100%-we udziały zagraniczne. Na liście A znajdują się dziedziny działalności lub zawody, których wykonywanie jest zastrzeżone dla obywateli Filipin na mocy Konstytucji lub innego ustawodawstwa.

Pierwsza ich grupa, gdzie nie są dopuszczalne żadne udziały zagraniczne, dot. m.in. publikatorów (mass-media), zawodów, których wykonywanie związane jest z uzyskaniem specjalnych licencji (np. prawnik, lekarz itp.), handlu detalicznego, spółdzielczości itp.

Druga grupa w ramach listy A, gdzie dopuszczalne są mniejszościowe udziały zagraniczne dotyczy, m.in. usług reklamowych, działalności związanej z posiadaniem ziemi, zarządzania i działalności operacyjnej w zaopatrywaniu w media (np. energia elektryczna, woda, telekomunikacja itp.).

Na liście B znajdują się dziedziny związane z: - działalnością dot. obronności kraju, wymagające licencji filipińskiego MON (np. produkcja, naprawa sprzętu wojskowego, produkcja i obrót mat. wybuchowymi), - działalnością mającą wpływ na publiczne zdrowie i morale (np. gry liczbowe i hazard, nocne kluby, bary, dyskoteki, łaźnie, kliniki, salony masażu), - sektorem MŚP, gdzie kapitał nie przekracza 200 tys. USD (w przypadku firm używających zaawansowanych technologii lub zatrudniających co najmniej 50 pracowników limit ten wynosi 100 tys. USD).

Źródło: Department of Labour and Employment (DOLE) / Opracowanie własne.

Działalność podmiotów zagranicznych w zakresie bankowości i instytucji finansowych, podlega Ustawie Nr 7721 (Act Liberalizing the Entry and Scope of Operations of Foreign Banks in the Philippines) oraz nadzorowi i regulacjom Banku Centralnego – Bangko Sentral ng Filipinas). Zgodnie z ww. ustawą maksymalny udział zagraniczny w miejscowych bankach wynosić może 60%).

Najnowsza lista negatywna opublikowana w listopadzie 2018 roku dopuszcza 100%-we udziały zagraniczne w tzw. 'online business'.

2.9 Nabywanie i wynajem nieruchomości

Nabywanie ziemi przez obcokrajowca jest zabronione. Jediną formą w jakiej obcokrajowiec może stać się właścicielem nieruchomości (ziemia, budynki) jest dziedziczenie po obywatelu Filipin. Dopuszczalny jest zakup nieruchomości związany z założeniem firmy, ale zagraniczne udziały w niej nie mogą przekroczyć 40%. Podobna zasada dotyczy własności budynków mieszkalnych – obcokrajowiec może posiadać pojedyncze mieszkania w takim budynku, o ile ich wartość nie przekracza 40% całości nieruchomości. Nie ma ograniczeń dla obcokrajowców w zakresie wynajmu nieruchomości, a szczegółowe warunki najmu ustalane są w umowie z jej właścicielem, sporządzanej na podstawie miejscowego prawa.

Rozdział 3: Różnice kulturowe w kontaktach biznesowych

3.1 Religia

Dominującą religią na Filipinach jest religia katolicka (obrzędki rzymskiego) z ok. 83% ludności wyznającymi tę religię. Oznacza to, że Filipińczycy są najbardziej kulturowo zbliżonym Polakom społeczeństwem w Azji Południowo – Wschodniej. Dużym szacunkiem darzona jest postać Papieża Jana Pawła II, który odwiedził Manilę podczas pielgrzymki na Światowe Dni Młodzieży w 1995 r. Fakt że Ś.P. Karol Wojtyła pochodził z Polski jest silnym atutem naszego kraju, który może wspomóc budowanie relacji z Filipińczykami bądź zostać wykorzystany w dyplomacji kulturalnej.

Protestanci na Filipinach stanowią ok. 9% ludności, w tym wyznawcy niezależnego kościoła filipińskiego – 2,6%, kościoła krzyża (Iglesia ni Cristo) – 2,3%. Muzułmanie stanowią ok. 4,6%, a buddyści ok. 3% ludności.

3.2 Istotne aspekty kulturowe w kontekście biznesu

Filipiny to dla Polaków kraj egzotyczny, kolorowy i ciekawy. Historycznie Filipiny przez ponad 300 lat były kolonią hiszpańską, zaś pierwsza połowa XX wieku to długoletni okres dominacji amerykańskiej. Te dwa czynniki sprawiły, że etykieta biznesu na Filipinach jest mieszanką katolickiej konserwatywności i liberalnego podejścia amerykańskiego.

Kontakty biznesowe na Filipinach nie powinny stwarzać żadnych większych barier językowych, ponieważ z większością Filipińczyków można porozumieć się po angielsku. Jest to jeden z dwóch języków urzędowych wykorzystywany podczas rozmów biznesowych.

Źródło: Opracowanie własne.

Większość mieszkańców Filipin nosi hiszpańskobrzmiące imiona i nazwiska. Niekoniecznie oznacza to jednak fakt posiadania hiszpańskich przodków – na wszelki wypadek lepiej nie poruszać tego tematu, bo czasy kolonializmu są odbierane negatywnie przez część Filipińczyków.

W przypadku kontaktów biznesowych na Filipinach najlepiej zastosować oficjalny strój. Kobiety powinny być ubrane skromnie, doskonale sprawdzi się sukienka lub żakiet. W przypadku mężczyzn także najlepiej sprawdzi się ubiór formalny, w zależności od okazji koszula lub pełny garnitur. Elegancką koszulę można również zamienić na tradycyjną filipińską koszulę tzw. barong tagalog.

Jak większość przedstawicieli kultury azjatyckiej, Filipińczycy także mają swobodne podejście do czasu negocjacji, które mogą przeciągnąć się do kilku dni czy nawet tygodni. Należy nastawić się na to, że proces podejmowania decyzji może wymagać dyskusji na kilku poziomach korporacyjnych, zanim otrzymamy odpowiedź.

Z drugiej strony, Filipińczycy oczekują od Europejczyków punktualności. Warto pamiętać że spóźnienie się na spotkanie biznesowe dłużej niż piętnaście minut może zostać potraktowane jako brak szacunku.

Filipińczycy są wizualni i lubią przedstawiać pomysły w formie graficznej. Dlatego znacznie skuteczniejsze jest przygotowanie na przykład prezentacji multimedialnej, broszur, katalogów lub ulotek. Warto przygotować kolorowe wykresy, opracować w formie graficznej najważniejsze dane, zrobić kilka ulotek z najbardziej istotnymi informacjami – na pewno przyniesie to o wiele lepszy efekt niż sama rozmowa.

ZASTRZEŻENIE

Powyższy materiał jest chroniony prawami autorskimi, które przysługują Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. („PAIH”) i można go wykorzystywać w sposób dozwolony przez przepisy ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j. Dz. U. z 2019, poz. 1231), ale jedynie w celach niekomercyjnych (tj. na użytek własny). Nie jest dozwolone komercyjne wykorzystanie przekazywanych treści. Ponadto, materiał ten można wykorzystać, jeżeli przepisy lub zgoda uprawnionego zakładają, że wykorzystanie w celach niekomercyjnych nie wymaga pozwolenia ze strony uprawnionego. Dla innych sposobów wykorzystania materiału niezbędne jest uzyskanie pozwolenia od uprawnionego z tytułu autorskich praw majątkowych. PAIH nie ponosi odpowiedzialności z tytułu jakiegokolwiek szkody bezpośredniej lub pośredniej jakiegokolwiek rodzaju, w tym szkody za utratę zysków, wynikłej z całkowitego lub częściowego wykorzystania informacji udostępnionych przez PAIH w niniejszym materiale. W związku z tym, każdy odbiorca tych informacji powinien sprawdzić przydatność i poprawność wyżej wymienionych informacji zgodnie z ich przeznaczeniem i korzystać z tych informacji na własną odpowiedzialność. PAIH oraz jej pracownicy nie ponoszą w żadnym wypadku odpowiedzialności za jakąkolwiek decyzję lub działanie podjęte w oparciu o wyżej wymienione informacje, ani za jakiegokolwiek konsekwencje wynikające z decyzji podjętych w oparciu o te informacje.

Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

ul. Krucza 50
00-025 Warszawa

NIP: 526-030-01-67

KRS: 0000109815

Kontakt:

Serwis PAIH24: +48 22 334 99 55

Kontakt PAIH24: paih24@paih.gov.pl



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

