

Cámara de Comercio de España en Taiwán

Otros documentos

Situación actual del mercado del aceite de oliva en Taiwán

Situación actual del mercado del aceite de oliva en Taiwán

El estudio ha sido realizado por la Cámara de Comercio de España en Taiwán

Octubre 2012

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. TAMAÑO DE MERCADO	7
II. IMPORTACIONES	8
III. EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE ACEITE DE OLIVA A ASIA	12
IV. FORMACIÓN DEL PRECIO	14
V. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	16
VI. OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS	19

CONCLUSIONES

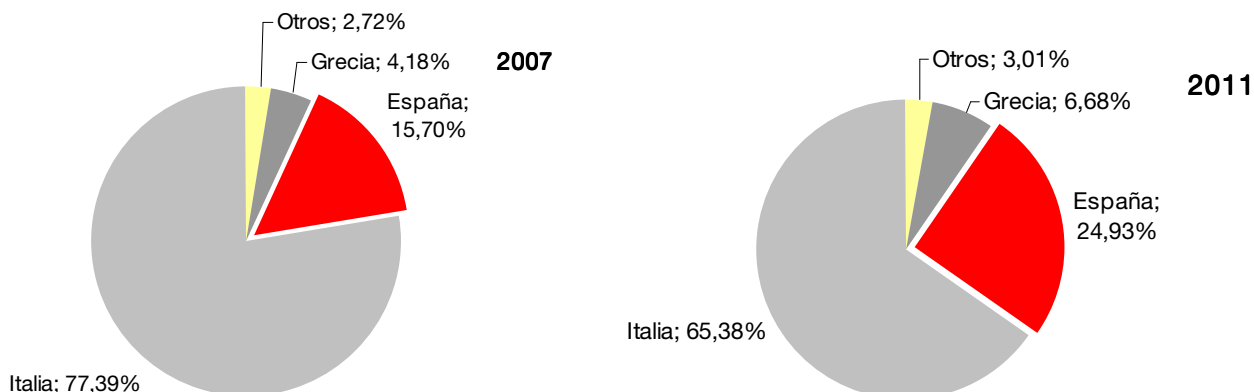
Con tan sólo 23 millones de habitantes, el mercado de aceite de oliva en Taiwán es un 130 por ciento más grande que el de Hong Kong y un 15 por ciento del de la República Popular China. El segmento más atractivo para la empresa española es el de aceite de oliva virgen. Desde el año 2007, las importaciones de este tipo de aceite prácticamente se han duplicado, y su demanda ha pasado del 17 por ciento de la demanda total del sector al 30 por ciento actual. El creciente interés del consumidor taiwanés por la gastronomía extranjera y por los productos saludables hace pensar que el mercado seguirá creciendo.

Sin embargo, las exportaciones españolas a Taiwán no han tenido un crecimiento regular. El producto español adolece de una carencia de promoción dirigida al consumidor, aunque en los últimos años la evolución ha sido positiva, gracias a la inclusión de Taiwán en las actividades promocionales del Plan China de ICEX, lo que ha permitido ganar cuota en detrimento del producto de origen italiano. Si tenemos en cuenta tanto el aceite refinado como el virgen, en 2011, España contó con una cuota de mercado del 25 por ciento, muy superior a la registrada en 2007. Sin embargo, Italia, con un 65 por ciento, sigue siendo el líder indiscutible. Su aceite de oliva goza de reputación entre los consumidores taiwaneses y un marco de distribución excelente con el canal HORECA repleto de opciones de restauración italiana.

Por lo tanto, es de gran importancia la selección de un socio comercial adecuado, que apueste por la promoción del producto y se debe trabajar conjuntamente con este para realizar promociones dirigidas al consumidor final.

SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN TAIWÁN

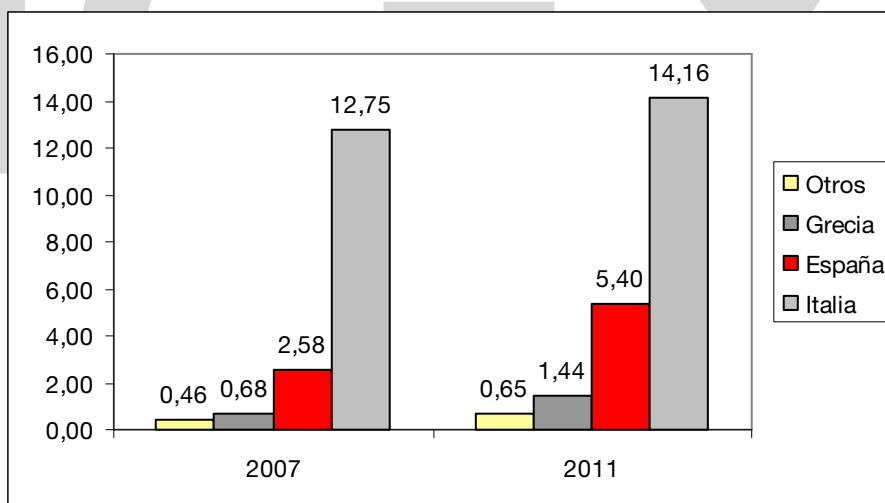
Gráfico 1: Cuotas de mercado del aceite de oliva en Taiwán en 2007 y 2011 (TARIC 1509)



Fuente: Bureau of Foreign Trade, Taiwan R.O.C.

Gráfico 2: Exportaciones de aceite de oliva a Taiwán por origen en 2007 y 2011 (TARIC 1509)

Valores en millones de USD



Fuente: Bureau of Foreign Trade, Taiwan R.O.C.

El mercado taiwanés es atractivo no sólo por su potencial de crecimiento, sino también porque no existen grandes barreras de entrada. Mediante la inclusión de Taiwán en la OMC, se eliminó el arancel sobre el aceite de oliva. Tampoco existen barreras técnicas específicas para la importación de este producto. Los problemas identificados anteriormente de prácticas fraudulentas en el etiquetado por parte de los importadores, se han ido modificando mediante cambios en la regulación del etiquetado por parte de la administración. A pesar de esto, aun existe cabida en la mejora en el marco del etiquetado específico del aceite.

SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN TAIWÁN

A continuación se presenta un análisis DAFO del aceite de oliva español en el mercado taiwanés que ayudará a entender mejor la realidad del sector:

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Precio alto• Distribución limitada• Desconocimiento del consumidor taiwanés de las aplicaciones del aceite de oliva en la cocina• Escasa imagen del producto español, muchas veces el consumidor taiwanés no sabe diferenciar el producto español de otros• Carencia de promoción comercial dirigida al consumidor	<ul style="list-style-type: none">• Productos sustitutivos más usados en este mercado: aceite de soja, etc.• Fuerte competencia de aceites mas baratos• Los productos italianos son más conocidos, cuentan con una imagen-país reputada y se están haciendo con el mercado
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Producto saludable• Alta calidad	<ul style="list-style-type: none">• Mercado en crecimiento• El consumidor taiwanés aprecia los productos saludables• El consumidor taiwanés que se interesa por la cocina cada vez es más joven

I. TAMAÑO DE MERCADO

La producción taiwanesa de aceite de oliva es casi inexistente debido al desfavorable clima de la isla para el cultivo del olivo. Asimismo, el volumen de exportaciones de aceite de oliva, aunque ha aumentado notablemente en los últimos años, aún puede incrementarse en este mercado. En 2011, aproximadamente el 15 por ciento del aceite de oliva importado en Taiwán se dedicó a la reexportación. Esta cifra supone un incremento importante en los últimos años si tenemos en cuenta que en 2007 únicamente el 3,7 por ciento del aceite importado se exportaba posteriormente.

De este modo, con una producción casi inexistente y con un volumen de exportaciones bajo, el consumo de aceite de oliva en Taiwán depende casi en su totalidad de las importaciones. Este consumo fue en 2011 de unos 18,5 millones de dólares americanos, lo que significó un incremento del 16,5 por ciento con respecto al año 2007.

Tabla 1: Consumo aparente de aceite de oliva en Taiwán (TARIC 1509)

Valores en millones de USD

	2007	2008	2009	2010	2011	Crecimiento
Producción	-	-	-	-	-	-
(+) Importaciones	16,47	19,27	14,97	15,56	21,67	31,57%
(-) Exportaciones	0,61	1,24	1,58	2,45	3,19	422,95%
(=) Consumo aparente	15,86	18,03	13,39	13,11	18,48	16,52%

Fuente: Bureau of Foreign Trade, R.O.C. Taiwan

Prácticamente el 100 por cien del aceite de oliva que se consume en Taiwán es de importación.

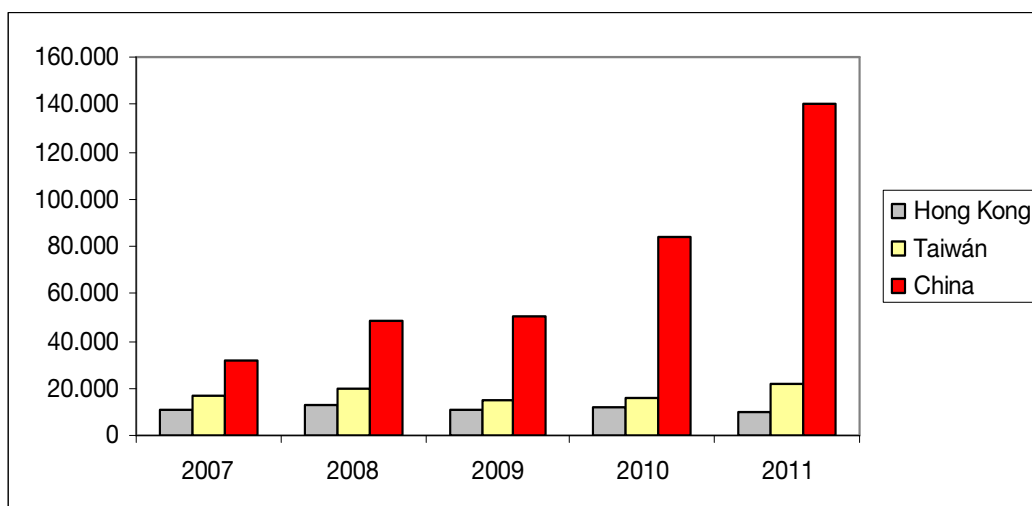
II. IMPORTACIONES

Hasta 2006 Taiwán era el mercado más grande de la denominada Gran China (Hong Kong, China y Taiwán). Sin embargo, a partir de ese momento China se convirtió en el principal comprador.

En 2011, el volumen de importaciones de aceite de oliva en Taiwán fue de 21,67 millones de dólares americanos, cifra muy superior a la de Hong Kong, y un 15 por ciento de las importaciones de aceite de oliva en China. El dato es revelador del espectacular crecimiento de la demanda china en este sector. A pesar de ello, si se tiene en cuenta que la población de Taiwán es de apenas 23 millones de habitantes y la de China de unos 1.300 millones, queda en relevancia que el consumo per cápita de aceite es aún mucho mayor en la isla.

Gráfico 3: Importaciones de aceite de oliva en Taiwán, China, y Hong Kong (TARIC 1509.90 y 1509.10)

Valores en millones de USD



Fuente: *United Nations Comtrade, China Customs, Bureau of Foreign Trade R.O.C. Taiwan*

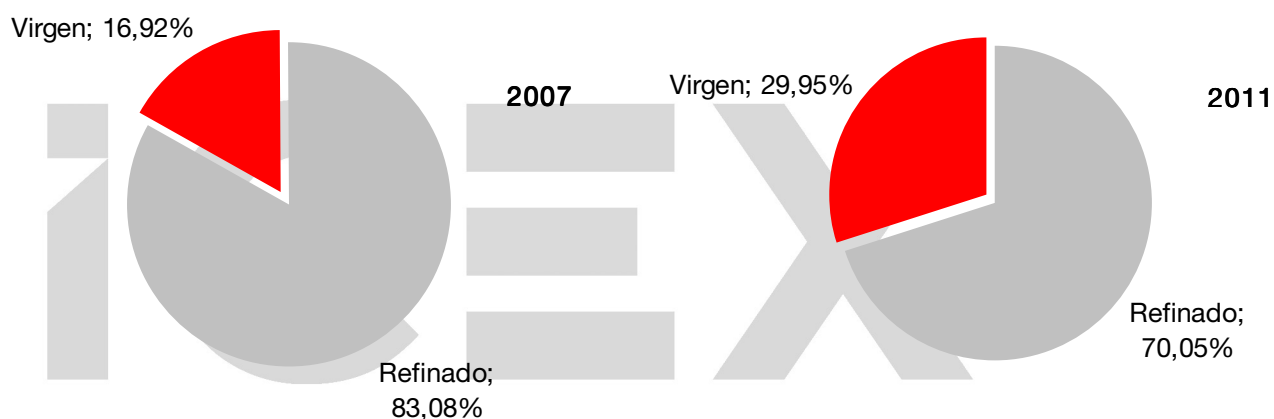
Las importaciones de aceite de oliva en Taiwán son un 131% mayores que las de Hong Kong, y aproximadamente un 15% de las importaciones de China.

SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN TAIWÁN

1. IMPORTACIONES POR TIPOS

Tradicionalmente, la gran mayoría del aceite de oliva importado en Taiwán era refinado, en 2007 fue un 83 por ciento. Sin embargo, en los últimos años el aceite virgen está ganando cuota de mercado. Desde el año 2007 las importaciones de aceite virgen han duplicado su cuota con respecto a las importaciones totales de aceite, y ha pasado de un 17 por ciento en ese año a un 30 por ciento en 2011.

Gráfico 4: Cuota de importaciones de aceite de oliva en Taiwán por tipos 2007-2011 (TARIC 1509.90 y 1509.10)



Fuente: Bureau of Foreign Trade R.O.C. Taiwan

Más del 30 por ciento del valor de las importaciones taiwanesas de aceite de oliva corresponde a aceite virgen.

2. IMPORTACIONES POR PAÍSES

Prácticamente el 90 por ciento de las importaciones totales de aceite de oliva de Taiwán proceden de Italia y España. El pequeño tamaño geográfico del mercado taiwanés y el efecto llamada de la apertura de China han provocado que los productores españoles dirijan su promoción a China continental. El último año en el que hubo actividades sectoriales de promoción del aceite de oliva español en Taiwán fue 2002. A partir de ese momento, España comenzó a perder cuota de importación a favor de Italia, que ha desarrollado una importante campaña de promoción en medios y puntos de venta. Sin embargo, la tendencia cambió en 2006, y desde ese momento el producto italiano ha ido perdiendo cuota ante la pujanza del aceite griego y, sobre todo, español.

SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN TAIWÁN

Tabla 2: Importaciones taiwanesas de aceite de oliva (TARIC 1509)

Valores en millones de USD y cuota de importaciones en porcentaje

		2007	2008	2009	2010	2011
Italia	Valor	12,74	14,77	10,4	10,28	14,16
	Cuota	77%	77%	69%	66%	65%
España	Valor	2,58	3,26	2,95	3,64	5,4
	Cuota	16%	17%	20%	23%	25%
Otros	Valor	1,14	1,24	1,62	1,63	2,11
	Cuota	7%	6%	11%	10%	10%
Total		16,46	19,27	14,97	15,55	21,67

Fuente: Bureau of Foreign Trade, Taiwan R.O.C.

Aceite de oliva refinado (TARIC 1509.90)

Italia y España aglutinan el 99 por ciento de las importaciones de esta partida, si bien, Italia es el líder absoluto con un 71 por ciento de cuota. De los datos de la tabla 2 se puede concluir:

- Las importaciones provenientes de España han aumentado su cuota un 12 por ciento desde 2007.
- Las importaciones de España se han incrementado un 92 por ciento entre 2007 y 2011.
- En el mismo período, las importaciones provenientes de Italia han caído un 11 por ciento.

Tabla 3: Importaciones taiwanesas de aceite de oliva refinado (TARIC 1509.90)

Valores en millones de USD y cuota de importaciones en porcentaje

		2007	2008	2009	2010	2011
Italia	Valor	11,22	12,90	8,30	7,72	10,84
	Cuota	82%	84%	76%	71%	71%
España	Valor	2,16	2,36	2,33	2,81	4,16
	Cuota	16%	15%	21%	26%	28%
Otros	Valor	0,3	0,21	0,32	0,31	0,18
	Cuota	2%	1%	3%	3%	1%
Total		13,68	15,47	10,95	10,84	15,18

Fuente: Bureau of Foreign Trade, Taiwan R.O.C.

SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN TAIWÁN

Aceite de oliva virgen (TARIC 1509.10)

Los principales proveedores de Taiwán de esta partida son Italia, España y Grecia. Entre los tres suman el 92 por ciento. De los datos de la tabla 3 se pueden extraer algunas conclusiones:

- Mientras que en el período 2007-11 las importaciones de esta partida crecieron en Taiwán más de un 133 por ciento, las importaciones provenientes de España lo hicieron en un 195 por ciento. Por lo tanto, España no está incrementando su presencia en el mercado.
- La cuota de importaciones del aceite de oliva virgen español ha mantenido una tendencia inestable entre 2007 y 2011, y éste último año fue de un 19 por ciento.
- Por el contrario, Grecia ha visto crecer su cuota de importaciones. De este modo, España que era el líder del mercado en el año 2002, ha sido superado en 2004 por Italia y en 2006 por Grecia.

Tabla 4: Importaciones taiwanesas de aceite de oliva virgen (TARIC 1509.10)

Valores en millones de USD y cuota de importaciones en porcentaje

		2007	2008	2009	2010	2011
Italia	Valor	1,52	1,87	2,10	2,56	3,32
	Cuota	55%	49%	52%	54%	51%
Grecia	Valor	0,63	0,63	0,93	0,99	1,4
	Cuota	23%	16%	23%	21%	22%
España	Valor	0,42	0,90	0,62	0,83	1,24
	Cuota	15%	24%	16%	18%	19%
Otros	Valor	0,21	0,4	0,37	0,33	0,53
	Cuota	7%	11%	9%	7%	8%
Total		2,78	3,8	4,02	4,71	6,49

Fuente: *Bureau of Foreign Trade*, Taiwan R.O.C.

Las importaciones de aceite de oliva virgen español no están creciendo por encima de la demanda.

España ha perdido el liderazgo del mercado en este segmento en favor de Italia y también ha sido superado por Grecia.

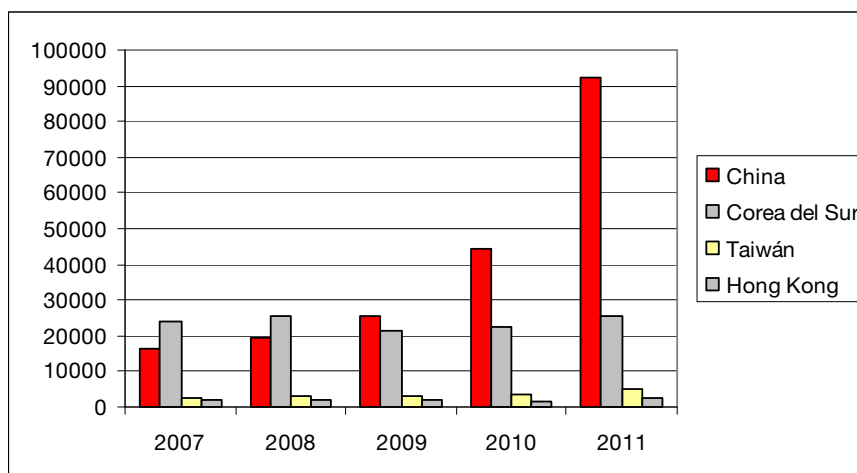
III. EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE ACEITE DE OLIVA A ASIA

Taiwán ha ido perdiendo protagonismo como destino de las exportaciones españolas de aceite de oliva a Asia. Del gráfico 5 y de la tabla 4 se pueden extraer algunas conclusiones:

- Taiwán se sitúa como uno de los principales destinos de las exportaciones de aceite en la región Asia-Pacífico. Estas exportaciones son ligeramente superiores a las de Hong Kong, en cambio, las exportaciones a China y Corea del Sur son mucho mayores.
- La progresión en los últimos años ha incrementado las diferencias en el volumen entre los diferentes mercados, y aunque las exportaciones de aceite a Taiwán han crecido, este aumento en el mercado chino ha sido muy superior.

Gráfico 5: Exportaciones españolas de aceite de oliva (TARIC 1509) a China, Taiwán y Hong Kong

Valores en millones USD



Fuente: Base de datos de ESTACOM, Instituto Español de Comercio Exterior.

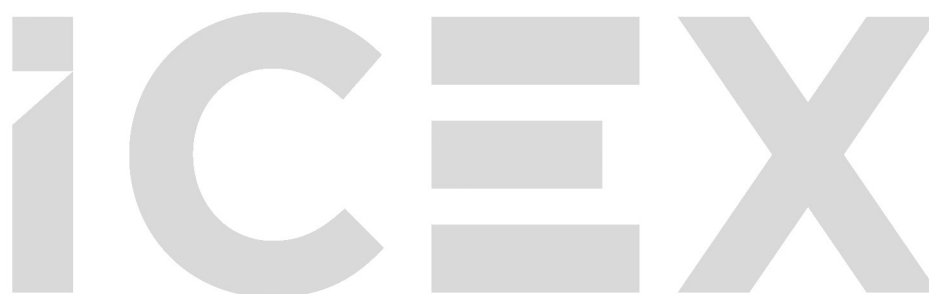
SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN TAIWÁN

Tabla 5: Exportaciones españolas de aceite de oliva a Asia (TARIC 1509.10 y 1509.90)

Valores en millones de USD y cuota de importaciones en porcentaje

	2007		2008		2009		2010		2011	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Japón	49,13	1,99	93,5	3,45	61,62	2,88	63,35	2,57	58,91	2,3
R.P. China	16,45	0,67	19,4	0,72	25,48	1,2	44,41	1,8	92,12	3,6
Corea del Sur	24,14	0,98	27,5	1,01	21,61	1,01	22,25	0,9	25,56	1
India	5,89	0,24	7,09	0,26	6,04	0,28	8,57	0,35	10,88	0,4
Tailandia	4,95	0,2	6,79	0,25	4,68	0,22	6,85	0,28	6,85	0,26
Taiwán	2,55	0,1	2,98	0,11	2,87	0,13	3,34	0,14	4,95	0,19
Singapur	1,79	0,07	2,16	0,08	2,47	0,12	2,71	0,11	3,7	0,14
Filipinas	1,51	0,06	1,08	0,04	1,28	0,06	1,74	0,07	1,39	0,05
TOTAL MUNDIAL	2.470,90	100	2.711,60	100	2.126,70	100	2.469,2	100	2.558,2	100

Fuente: Base de datos de ESTACOM, Instituto Español de Comercio Exterior



IV. FORMACIÓN DEL PRECIO

Precios

En Taiwán, el precio de referencia del aceite de oliva de venta al público oscila entre los 250 y los 500 NTD por botella de un litro (entre 6,25 y 12,5 euros) para la gama de aceites vírgenes y extra. Los aceites mezclados o de menor calidad se venden a precios inferiores a los 200 NTD por litro (unos 5 euros).

Los precios medios importación en valor CIF en 2011 se detallan en la tabla 6. Destaca que el precio del aceite de oliva virgen importado desde España es más bajo que la media del aceite total importado, y más bajo que el aceite importado desde Italia, su principal país competidor. En cuanto al aceite refinado, tanto el precio del producto español e italiano se asemejan al precio medio de importación.

Tabla 6: Precios medios de importación en valor CIF

Valores en dólares americanos por kilo

	Total aceite importado	Aceite español	Aceite griego	Aceite italiano
Aceite de oliva refinado (TARIC 1509.90)	3,81	3,87	N.D.	3.75
Aceite de oliva virgen (TARIC 1509.10)	4,73	4,38	4,6	4,71

Fuente: Bureau of Foreign Trade, Taiwan R.O.C.

Impuestos

En Taiwán el aceite de oliva, al igual que la práctica totalidad de los bienes de consumo, está gravado con un impuesto del 5 por ciento en concepto de IVA.

SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN TAIWÁN

Márgenes

Los márgenes de los importadores varían entre el 10 y el 15 por ciento, mientras los márgenes para los distribuidores van del 20 al 25 por ciento. Parte de estos márgenes de ganancia a menudo se invierten en actividades de promoción.

Los supermercados e hipermercados en Taiwán normalmente cobran un porcentaje por colocar los productos en sus lineales. Los porcentajes aplicados por las tres principales cadenas de supermercados en la isla son:

Supermercado	Comisión	Lote
Carrefour	25%	Cualquiera
RT Mart	A partir de 12%	Dependiendo del lote
Wellcome	1.400 NTD (unos 32 euros)	Por producto en lineal

ICEEX

V. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Aranceles

No existe arancel sobre el aceite de oliva, tanto refinado como virgen, para importaciones de los países pertenecientes a la OMC.

Barreras técnicas

El aceite de oliva, al igual que todos los productos alimenticios que entran en Taiwán tienen que cumplir con los requisitos de “*Sanitation Standards for General Food*” que exige el *Department of Health*. Éste regula los niveles máximos de microorganismos que puede tener un producto alimenticio.

Según esta ley, es obligatorio que todos los productos comercializados en Taiwán presenten una etiqueta escrita en chino tradicional con la siguiente información:

- Nombre del producto.
- Nombre, peso, volumen o cantidad de cada uno de los ingredientes contenidos en el producto.
- Nombres de los aditivos utilizados.
- Nombre, número de teléfono y dirección de la empresa productora y de la empresa importadora.
- Fecha de caducidad, fecha de producción, indicaciones relativas a la correcta conservación del producto.
- Tabla con valores nutricionales del producto.

En relación con el etiquetado, es recomendable trabajar conjuntamente con el importador del aceite de oliva para el diseño de la etiqueta y el texto en chino tradicional.

El 1 de marzo de 2011 entró en vigor una nueva ley que regula la normativa de etiquetado de los aceites mezclados. Esta ley, sólo está disponible en chino, se puede resumir en los siguientes puntos:

SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN TAIWÁN

- La denominación “aceite mezclado” debe aparecer de manera visible y clara en el envase. El tamaño no puede ser inferior a 6 milímetros y el color de las letras no puede ser similar al de la etiqueta.
- En el nombre del producto sólo podrán figurar, como máximo, dos tipos de aceite.
- En el caso de que en la etiqueta aparezca sólo un tipo de aceite, éste deberá tener una proporción mayor del 50 por ciento.
- En el caso de que aparezcan dos tipos de aceite, cada uno de ellos deberá tener una proporción superior al 30 por ciento.
- Para el caso del aceite de cacahuete no se aplicarán los tres últimos puntos. Sin embargo, si debe figurar en la etiqueta “sabor a cacahuete”.

“*Sanitation Standards for Edible Oils and Fats*” regula los niveles máximos de microorganismos que puede tener un producto alimenticio.

Substancias	Tolerancia máxima
Cobre	0,4 ppm
Mercurio	0,05 ppm
Arsénico	0,1 ppm
Plomo	0,1 ppm
Ácido erúxico	5,0%

Todas las leyes se pueden consultar en la página Web del *Department of Health* de Taiwán.

http://www.fda.gov.tw/eng/people_laws_list.aspx

Por último, la importación de aceite denominado orgánico exige los requisitos detallados a continuación:

- El producto debe contar con un certificado orgánico emitido por una entidad reconocida por la autoridad competente Taiwanesa, en este caso es la Agriculture and Food Agency (AFA) organismo dependiente del Council of Agriculture (COA)⁶.
- El producto debe tener un importador, que cuente con licencia de importación, que será el encargado de realizar las gestiones de convalidación de dicho certificado orgánico ante las autoridades Taiwanesas correspondientes⁷.
- El producto debe ser orgánico en un porcentaje superior al 95 por ciento, y debe hacerse constar como tal en el formulario de aplicación de validación de certificado orgánico ante las autoridades Taiwanesas.
- Una vez superada con éxito la revisión de la documentación la autoridad taiwanesa correspondiente emitirá el documento de aprobación del etiquetado orgánico para los productos que conformen dicho envío/lote. La validación corres-

SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN TAIWÁN

ponde al envío, no al producto, es decir, posteriores envíos del mismo producto deberán superar el mismo proceso y se les otorgara un número de aprobación/validación diferente. El número correspondiente a esta aprobación deberá constar en la etiqueta de los productos que conforman el envío/lote.

Reunidos estos tres requisitos se debe validar el etiquetado del aceite como orgánico a través de un proceso que requiere los siguientes certificados:

- *Certificate of Compliance*
- *Certificate of Transaction*
- *-Etiqueta para productos orgánicos en mandarín*
- *-Formulario de importación de productos orgánicos ante las autoridades taiwanesas*
- *Fotocopia del documento de registro de negocio*
- *Bill of Landing.*

Normativa de embalaje

Desde el 1 de enero de 2009, es obligatorio para cualquier tipo de embalaje de madera que entre en el país haber sido tratado y vaya acompañado de los correspondientes certificados fitosanitarios de acuerdo a la norma internacional ISPM 15.

VI. OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS

Ferias y eventos

- **FOOD TAIPEI** es la mayor feria del sector de la alimentación en Taiwán, y es la oportunidad para dar a conocer los productos españoles al consumidor taiwanés. Es posible la participación independiente en la feria, sin embargo es recomendable la asistencia con un socio local.

Durante los últimos años la feria FOOD TAIPEI se ha celebrado junto a las ferias de FOODTECH TAIPEI y TAIPEI PACK en un evento tres en uno que ofrece a los compradores todas las perspectivas en alimentación. Este evento contó en 2012 con la participación de 1.020 expositores y 61.042 visitantes.

La próxima edición de FOOD TAIPEI se llevará a cabo entre el 27 y 30 de junio de 2013. Para participar en la feria se puede encontrar más información en la página Web oficial:

www.foodtaipei.com.tw/

- **EXPOSICIÓN DE VINOS Y ALIMENTOS “FLAVORS FROM SPAIN”** es un evento organizado por el ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior), en colaboración con las Oficinas Económicas y Comerciales de las Embajadas de España Taiwán. En 2012 tuvo lugar el 20 de noviembre en Taipei y el 22 de noviembre en Singapur.

Se trata de unas Jornadas de muestra y degustación de Vinos y Alimentos Españoles representativos de la oferta española de calidad, dirigida al público profesional y otros representantes del sector. El objetivo de dichos actos es crear un lugar de encuentro, y ofrecer el marco adecuado a los expositores españoles para promocionar la imagen de calidad de los vinos y alimentos españoles entre el público profesional.

SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN TAIWÁN

Otros estudios sobre el sector

Estudio de mercado sobre los productos orgánicos y saludables en Taiwán:

http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomesGen/0,5936,5398971,5399914,5503422,4385409_TAI,00.html

Estudio de mercado de los productos gourmet en Taiwán:

http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomesGen/0,5936,5398971,5399914,5503422,4425951_TAI,00.html

icex