

El mercado de las conservas vegetales en Taiwán

El mercado de las conservas vegetales en Taiwán

Esta nota ha sido elaborada por Carlos Alberto Plano
bajo la supervisión de la Cámara de Comercio de
España en Taiwán

Diciembre 2010

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	7
II. OFERTA	8
1. Tamaño del mercado	8
2. Producción local	9
3. Importaciones	10
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	16
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	20
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	23
VI. DISTRIBUCIÓN	24
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	28
VIII. ANEXOS	31
1. Ferias	31
2. Publicaciones del sector	32
3. Asociaciones	32
4. Otras direcciones de interés	33

CONCLUSIONES

El mercado de las conservas vegetales en Taiwán se caracteriza por ser muy heterogéneo, podemos encontrar gran cantidad de productos y especialidades locales, junto a un número importante de productos de importación.

Durante el año 2009 el valor de la oferta de conservas vegetales ascendió a 178 millones de dólares americanos, suponiendo un crecimiento respecto de las cifras de 2005 de un 13 por ciento. Las previsiones para los próximos años son de un crecimiento moderado cercano al 2 por ciento para 2010 y 2011.

La producción local cubre aproximadamente el 50 por ciento de la demanda, y durante los dos últimos periodos ha experimentado un crecimiento significativo, alcanzando un crecimiento acumulado desde 2005 de un 31 por ciento. Exceptuando el caso de la piña y el maíz dulce enlatado, la mayoría de la producción esta claramente diferenciada de los productos que se importan del exterior, especialmente aquellos productos importados de Europa.

La importación de conservas vegetales se ha mantenido estable durante el periodo considerado, con excepción del año 2008, registrando un crecimiento de tan solo un 2 por ciento en los últimos cinco años. EEUU es el principal origen de la importación debido a la fortaleza de sus grandes grupos de alimentación, seguido de Malasia. Otros países de Asia como China, Corea o Japón también son origen tradicionalmente de las importaciones de conservas vegetales en este mercado. La importación de Europa es muy pequeña, y esta centrada casi exclusivamente en productos de valor añadido, denominados *Premium*.

La demanda de conservas vegetales evidencia una clara preferencia por el precio, especialmente en el caso de la demanda destinada al canal HORECA. Tan solo en el caso de productos *Premium* el origen y la presencia del producto cobran mayor importancia frente al precio.

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

En general el consumidor taiwanés de conservas no presta atención a la procedencia del producto, sin embargo sí que muestra cierta preferencia por marcas reconocidas, en especial aquellas marcas de grandes compañías que pueden ejercer un mayor esfuerzo comercial. Los importadores también muestran un gran desconocimiento sobre los productos que España puede ofrecer, pero están contentos con aquellos productos que ya importan y se muestran dispuestos a incluir más producto español en sus catálogos.

Para la distribución de conservas vegetales es recomendable contar con un importador, con una red de contactos y distribuidores establecida, acorde a las características de nuestro producto. El sector de la distribución en Taiwán está muy desarrollado, y cuenta con un gran número de empresas mayoristas y minoristas, el esfuerzo para establecer una red de distribución propia es muy elevado.



I ■ DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

En la presente nota sectorial se analizarán las conservas vegetales, para ello empezaremos definiendo las conservas vegetales como aquellos productos de origen vegetal (verduras, frutas, legumbres, tubérculos...) que, envasados de forma hermética, han sido sometidos a procesos de esterilización industrial.

Existen diversos procesos para la elaboración de conservas vegetales, los más habituales son las conservas mediante el uso de vinagre o ácido acético, los obtenidos por cocción y aquellos métodos que implican confituras mediante la adición de azúcar (almibarados, glaseados o escarchados). También los procesos de congelación y ultra congelación podrían ser considerados como conservas vegetales pero no van a ser tenidos en cuenta en la elaboración de esta nota sectorial.

De esta forma los productos que vamos a tratar serían los siguientes:

- Encurtidos.
- Salsas de tomate.
- Hongos y trufas preparados y conservados.
- Conservas de verduras.
- Conservas de frutas.
- Confituras y mermeladas.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Las partidas arancelarias, de acuerdo a la clasificación arancelaria que establece el Sistema Armonizado Internacional (Código HS), que incluyen los productos que hemos enumerado en el apartado anterior son las siguientes:

2001 Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético.

2002 Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético).

2003 Hongos y trufas, preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético).

2005 Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar, excepto los productos de la partida 2006.

2006 Hortalizas, frutas u otros frutos o sus cortezas y demás partes de plantas, confitados con azúcar (almibarados, glaseados o escarchados).

2007 Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.

2008 Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte.

Cabe señalar que Taiwán dispone de su propia clasificación arancelaria denominada Clasificación Estándar de Mercancías de la Republica de China (Código CCC), este sistema esta basado en el Sistema Armonizado Internacional, pero en ocasiones presenta algunas diferencias. Durante la elaboración de esta nota no hemos encontrado diferencias significativas entre las partidas arancelarias de los dos sistemas.

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

El mercado de las conservas vegetales en Taiwán alcanzó en 2009 la cifra de 178 millones de dólares americanos, esto supone un crecimiento en el periodo considerado (2005 a 2009) de un 13 por ciento.

La producción se incrementó en un 31 por ciento, permitiendo a su vez un crecimiento de las exportaciones del 19 por ciento.

Por su parte el incremento del valor de las importaciones fue muy modesto de tan solo un 2 por ciento, sin embargo esta cifra se ve afectada notablemente por la fuerte reducción de las importaciones durante el año 2009, de un 10 por ciento con respecto a 2008. Las previsiones para 2010 apuntan a una ligera recuperación de las importaciones, pero sin llegar a los niveles de 2008.

En la tabla número 1 podemos observar la evolución durante los últimos 5 años de la producción de conservas vegetales, y el valor de la importación y exportación de este tipo de productos, desglosados de acuerdo a las partidas arancelarias correspondientes.

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

TABLA 1: TAMAÑO DEL MERCADO (Millones de Dólares Americanos)

	2005	2006	2007	2008	2009	Crecimiento
Producción	84	64	69	103	110,3	31%
2001	0,94	1,00	1,19	1,45	2,32	147%
2002	4,83	4,21	6,77	11,36	7,75	60%
2003	1,56	1,20	1,41	1,67	1,23	-21%
2005	54,75	54,55	54,47	54,12	47,62	-13%
2006	5,39	5,22	5,32	7,53	6,72	25%
2007	5,26	5,15	4,95	5,16	5,19	-1%
2008	42,39	44,05	40,98	48,36	46,08	9%
Importaciones	115,12	115,39	115,09	129,64	116,91	2%
2001	3,70	3,32	2,85	3,33	3,48	-6%
2002	0,00	0,03	0,02	0,06	0,01	1106%
2003	6,08	5,27	6,57	11,34	4,34	-29%
2005	9,53	9,55	10,28	11,57	14,39	51%
2006	2,59	2,28	2,60	2,84	2,90	12%
2007	12,07	14,31	12,80	12,79	12,63	5%
2008	7,15	7,07	7,57	9,65	11,06	55%
Exportaciones	41,12	41,83	42,69	51,58	48,82	19%
Indicador de consumo aparente*	158,00	137,56	141,40	181,06	178,39	13%

*No se trata del consumo aparente porque no tenemos en cuenta la variación de existencias

Fuentes: Bureau of Foreign Trade, R.O.C. (Taiwan), Industry and Technology Intelligence Services

2. PRODUCCIÓN LOCAL

La industria agrícola de Taiwán tiene una escala relativamente pequeña, debido a la escasez de tierras de cultivo y a la alta densidad de población. Debido a su dimensión no resulta competitiva a nivel internacional. Los principales productos agrícolas que produce Taiwán relevantes para este estudio son las patatas dulces, la soja, los cacahuetes, las bananas, la piña, los cítricos, los espárragos, los champiñones y las sandías. A continuación podemos ver las superficies y la producción de estos productos en Taiwán, compararemos los años 2005 y 2009.

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

TABLA 2: PRODUCCION Y SUPERFICIE (Miles de hectáreas; Miles de Toneladas Métricas)

	Superficie			Producción		
	2005	2009	Crecimiento	2005	2009	Crecimiento
Patatas dulces	10,20	10,70	4,90%	214	229	7%
Soja	0,10	0,10	0,00%	0,21	0,22	5%
Cacahuetes	22,10	21,80	-1,36%	53,95	56,94	6%
Plátanos	8,80	11,40	29,55%	148,72	172,55	16%
Piña	10,70	10,10	-5,61%	439,87	434,77	-1%
Cítricos	32,20	29,40	-8,70%	471,57	539,85	14%
Espárragos	1,05	0,64	-39,05%	4,63	2,48	-46%
Champiñones	0,04	0,03	-25,00%	5,12	3,90	-24%
Sandias	12,40	11,80	-4,84%	212,49	217,62	2%

Fuentes: Taiwan Statistical Data Book, Council for Economic Planning and Development

Por lo general la producción en Taiwán de conservas vegetales no supone competencia directa a la importación, ya que o bien importan productos diferentes a los que producen, o importan productos destinados a la venta en supermercados de clase alta, donde la mayoría de productos son de importación y conllevan productos de mayor valor añadido.

3. IMPORTACIONES

A continuación vamos a analizar la composición de las importaciones donde se contempla los valores de las diez partidas más importadas:

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

TABLA 3: 10 PRINCIPALES PARTIDAS IMPORTADAS EN 2009 (MILLONES DE DOLARES AMERICANOS)

Código CCC	Partida	Valor	Cuota
20058010002	Maíz Dulce Enlatado.	24,64	21,08%
20089991901	Fruta y otras partes comestibles de plantas, de otro modo preparadas o conservadas, contenga o no azúcar u otro edulcorante.	11,11	9,50%
20052020003	Patatas fritas y otras patatas, preparadas o conservadas sin vinagre o ácido acético, no congeladas.	10,18	8,71%
20081990909	Otros frutos y semillas, incluidas mezclas, sin contener restos, de otro modo preparados o conservados.	5,88	5,03%
20060090902	Otros frutos, nueces, y fruta pelada y otras partes de plantas, conservadas mediante azúcar.	5,61	4,80%
20029000906	Otros tomates preparados o conservados de otro modo excepto vinagre o ácido acético.	4,60	3,94%
20083000002	Cítricos, de otro modo conservado o preparado.	4,45	3,80%
20079990002	Las demás confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.	4,38	3,74%
20082000102	Piña, enlatada, de otro modo conservada o preparada.	4,10	3,50%
20059990996	Otros vegetales, preparados o conservados de otro modo, excepto en vinagre o ácido acético, no congelados, excepto los de la partida 20.06	3,57	3,05%

Fuentes: Elaboración Propia a Partir de datos obtenidos del Directorate General of Customs

Podemos observar que el maíz dulce, la fruta enlatada y las patatas fritas son los principales productos importados. Tan solo el maíz dulce representa un 21 por ciento del total de las conservas vegetales importadas, y entre las tres ascienden a casi un 40 por ciento.

A continuación veremos la procedencia de las importaciones para los últimos 5 años. Al igual que sucedía con el tipo de productos en este caso los tres primeros orígenes de la importación también suponen la mayor parte del total, de esta forma EEUU, Tailandia y China representan aproximadamente un 60-70 por ciento de las importaciones durante el periodo considerado.

La posición de estos tres primeros países apenas ha cambiado durante estos últimos 5 años. EEUU ha perdido cuota de importación a favor de Tailandia, y China ha mejorado ligeramente su posición.

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

TABLA 4: ORIGEN DE LA IMPORTACIÓN 2005 (Millones de dólares americanos)

Ranking países	Valor	% Cuota
EEUU	42,13	37%
Tailandia	17,87	16%
China	11,23	10%
Republica de Corea	8,12	7%
Vietnam	6,27	5%
Francia	4,90	4%
Japón	4,02	3%
Hong Kong	3,40	3%
Sudáfrica	2,67	2%
Bélgica	1,97	2%
Total TOP 10	102,58	89%
España	0,93	1%
Resto	11,61	10%
Total Importaciones	115,12	100%

Fuentes: Bureau of Foreign Trade, R.O.C. (Taiwan)

TABLA 5: ORIGEN DE LA IMPORTACIÓN 2006 (Millones de dólares americanos)

Ranking países	Valor	% Cuota
EEUU	40,12	35%
Tailandia	21,99	19%
China	12,89	11%
Republica de Corea	7,19	6%
Vietnam	6,13	5%
Francia	4,71	4%
Japón	4,17	4%
Hong Kong	2,57	2%
Sudáfrica	2,34	2%
Italia	1,25	1%
Total TOP 10	103,35	90%
España	1,06	1%
Resto	10,98	9%
Total Importaciones	115,39	100%

Fuentes: Bureau of Foreign Trade, R.O.C. (Taiwan)

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

TABLA 6: ORIGEN DE LA IMPORTACIÓN 2007 (Millones de dólares americanos)

Ranking países	Valor	% Cuota
EEUU	37,92	33%
Tailandia	18,88	16%
China	15,34	13%
Vietnam	7,17	6%
Republica de Corea	6,29	5%
Francia	5,18	5%
Japón	4,18	4%
Hong Kong	2,62	2%
Bélgica	2,46	2%
Sudáfrica	2,25	2%
Total TOP 10	102,31	89%
España	1,03	1%
Resto	11,75	10%
Total Importaciones	115,09	100%

Fuentes: Bureau of Foreign Trade, R.O.C. (Taiwan)

TABLA 7: ORIGEN DE LA IMPORTACIÓN 2008 (Millones de dólares americanos)

Ranking países	Valor	% Cuota
EEUU	43,61	34%
Tailandia	23,59	18%
China	19,60	15%
Vietnam	9,82	8%
Republica de Corea	5,91	5%
Japón	4,99	4%
Francia	3,13	2%
Italia	2,19	2%
Hong Kong	1,98	2%
Sudáfrica	1,75	1%
Total TOP 10	116,57	90%
España	1,05	1%
Resto	12,02	9%
Total Importaciones	129,64	100%

Fuentes: Bureau of Foreign Trade, R.O.C. (Taiwan)

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

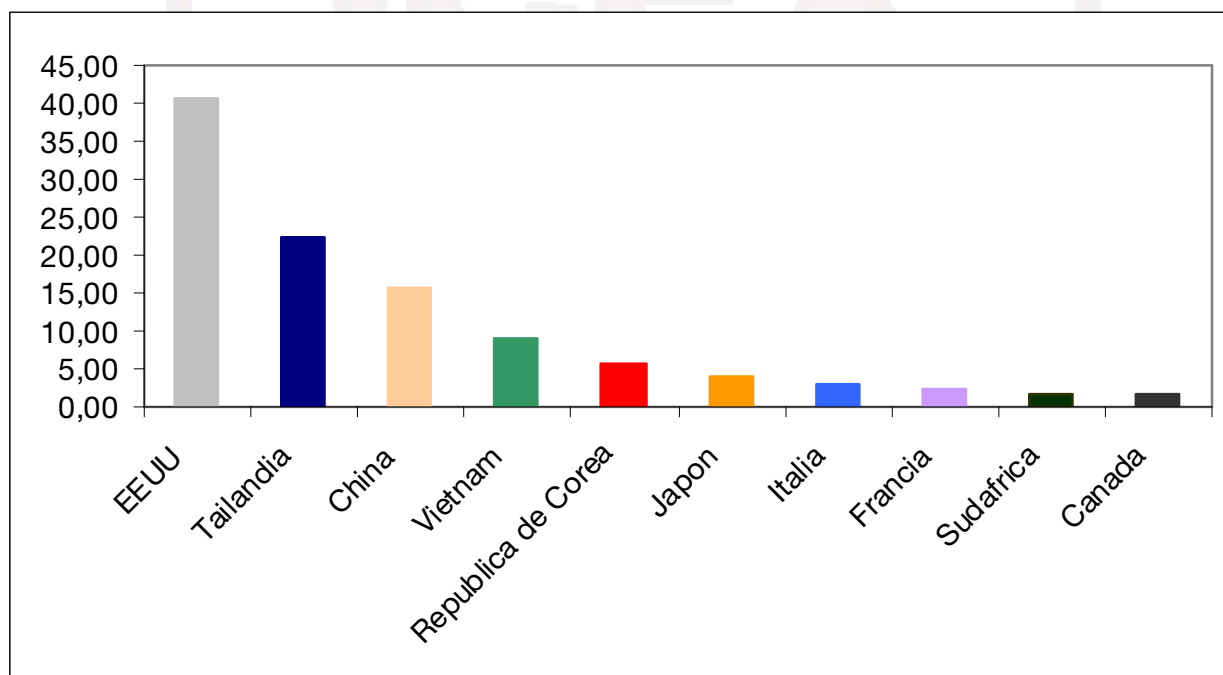
TABLA 8: ORIGEN DE LA IMPORTACIÓN 2009 (Millones de dólares americanos)

Ranking países	Valor	% Cuota
EEUU	40,74	35%
Tailandia	22,41	19%
China	15,54	13%
Vietnam	8,93	8%
Republica de Corea	5,61	5%
Japón	4,05	3%
Italia	2,90	2%
Francia	2,19	2%
Sudáfrica	1,75	1%
Canadá	1,65	1%
Total TOP 10	105,77	90%
España	0,72	1%
Resto	10,42	9%
Total Importaciones	116,91	100%

Fuentes: Bureau of Foreign Trade, R.O.C. (Taiwan)

En los siguientes gráficos podemos apreciar los 10 primeros países que exportaron a Taiwán en 2009, y la evolución de los 5 primeros países y España desde 2005 a 2009.

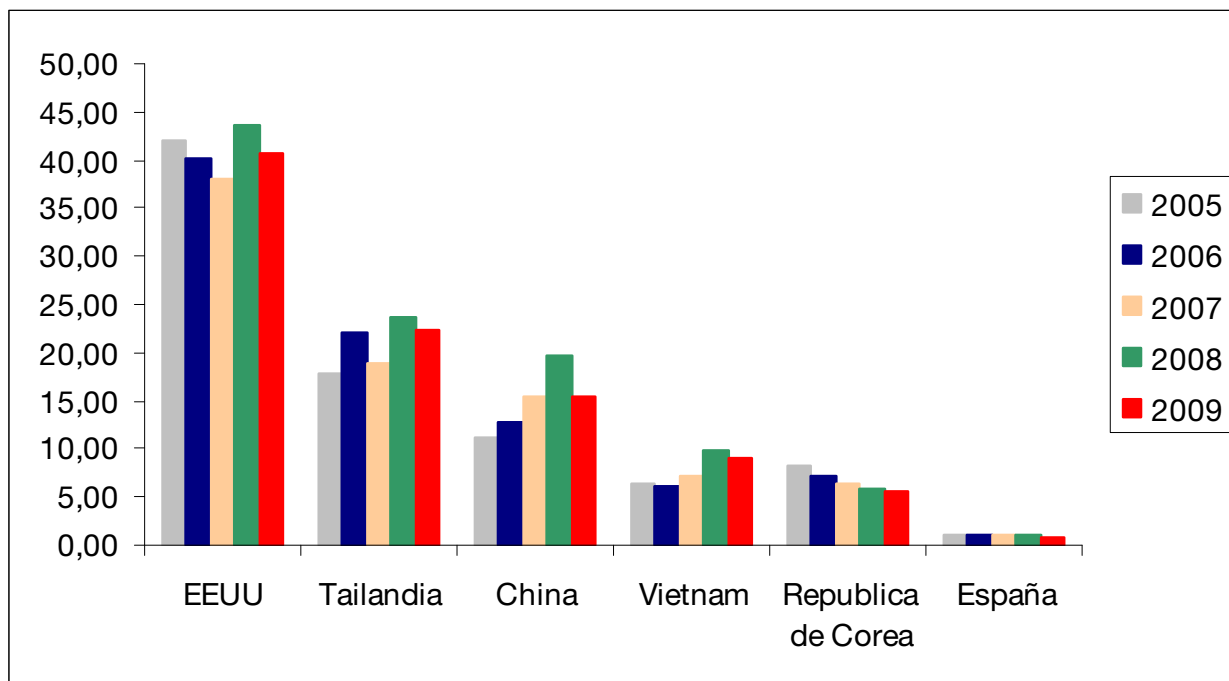
GRAFICO 1: Ranking 2009 (TOP 10)



Fuentes: Bureau of Foreign Trade, R.O.C. (Taiwan)

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

GRAFICO 2: EVOLUCION DE LOS 5 PRINCIPALES EXPORTADORES A TAIWAN



Fuentes: Bureau of Foreign Trade, R.O.C. (Taiwan)

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

La población de Taiwán en 2010 es aproximadamente de 23 millones de habitantes, es uno de los países con mayor densidad de población del mundo con 643 habitantes/Km². La población se concentra principalmente en las ciudades y en la costa oeste de la isla, más industrializada.

La renta media per cápita fue en 2009 de 16.442 dólares americanos, en función de la Paridad del Poder Adquisitivo el valor ascendió para 2009 a 31.834 dólares americanos, superior a la cifra en España que en 2009 que se situó en 29.689 dólares. El sueldo mensual promedio de un trabajador en Taiwán fue en abril de 2010 de 40.277 NTD (875,6 euros).

El consumidor taiwanés medio destina un 23 por ciento de su renta a alimentación, por lo que la demanda de productos agroalimentarios rondaría los 87.000 millones de dólares americanos. Según datos de Euro monitor, la demanda de productos envasados (incluye todo tipo de productos no solo vegetales) ascendió en 2009 a 6.489 millones de dólares americanos. El crecimiento durante los últimos 5 años de este tipo de productos ha sido de más de un 16 por ciento.

Las estimaciones de crecimiento de la demanda para los próximos años, nos dan un crecimiento continuo pero moderado para las conservas vegetales de un 2 por ciento hasta 2014.

A continuación podemos ver los datos de las ventas de algunos productos del sector durante los últimos 5 años.

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

TABLA 9 Ventas de conservas vegetales (Millones de dólares americanos)

	2005	2006	2007	2008	2009	Crecimiento
Ketchup	4,2	4,3	4,4	4,8	4,7	12%
Salsas para pasta	0,8	0,9	0,9	1	1	25%
Encurtidos	83,1	84	84,7	91,8	88,9	7%
Fruta preparada	9,5	9,6	9,6	10,4	10	5%
Vegetales conservados	17,2	16,9	16,5	17,5	17,1	-0,1%
Total	114,8	115,7	116,1	125,5	121,7	6%

Fuentes: Euro monitor

Para realizar el análisis cualitativo de la demanda es preciso entender que el grupo de productos que engloba este estudio es muy heterogéneo, por lo que la demanda de los diferentes tipos de productos también va a ser muy diferente.

Las conservas vegetales en Taiwán por lo general son productos en el que el precio es el principal determinante de la compra, el origen de las mismas no suele por lo general ser demasiado importante, salvo en el caso de que el origen sea globalmente reconocido, y la marca, en particular las grandes multinacionales, tiene una influencia menor que con otro tipo de productos. Para establecer una marca es necesario hacer un gran énfasis en la calidad y los beneficios que otorga.

Las marcas blancas, aun no están muy extendidas, pese al esfuerzo de los principales hipermercados, aunque es previsible que adquieran mayor importancia en el futuro. Las tiendas de conveniencia están empezando a utilizarlas también. Los productores pueden utilizar este interés para intentar incrementar su cuota de mercado con producción de este tipo de productos. La percepción de menor calidad puede afectar a que su desarrollo no sea tan rápido como en otros mercados, por ejemplo en Europa.

Un hecho fundamental que afecta a la demanda es el clima subtropical de la isla que permite que haya abundante oferta de vegetales frescos, el consumo de productos frescos, que son percibidos como de mayor calidad, afecta negativamente al consumo de conservas vegetales.

Por otra parte los consumidores taiwaneses, que tienen costumbre de comer habitualmente fuera de casa, están empezando a cocinar más en el hogar, lo que puede originar un mayor uso de las conservas en general.

Además existe la tendencia a dar una mayor importancia a los productos saludables, tanto orgánicos como ecológicos, es previsible un crecimiento importante de la demanda de este tipo de productos.

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

Vamos a establecer tres tipos de demandantes y veremos sus características por separado. Identificaremos la demanda por parte del canal HORECA, la demanda de productos estándar y la demanda de productos Premium.

La demanda de **hoteles y restaurantes** de conservas vegetales viene marcada por una clara preferencia por el precio. Que el producto sea económico es el principal determinante de la compra. La idoneidad del envase es otro de los puntos en el que mas inciden este tipo de clientes, buscando dos tipos de productos, aquellos que utilizan en cocina, en cuyo caso lo mas importante es la cantidad y la capacidad de almacenamiento y conservación (generalmente son latas de 3 a 5 kilos), y aquellos que se ofrecen directamente al consumidor final (unidades para uso individual), siendo en este caso el envase y la presentación mas importantes. Los productos más demandados por este tipo de establecimientos son las salsas preparadas, los cacahuets enlatados, el maíz dulce, fruta envasada y mermeladas y confituras.

Con respecto a los productos que hemos denominado **Estándar**, podemos identificar un consumidor que también muestra una preferencia por precios bajos, pero en menor medida que la que muestran los demandantes del canal HORECA. La marca del producto para este tipo de consumidor adquiere mayor importancia, en especial de cara a la seguridad y reconocimiento que les ofrece a los consumidores, sin embargo no supone que el consumidor este dispuesto a pagar un precio mas elevado por el reconocimiento de la marca. El origen de nuevo no es determinante salvo en el caso de productos que se identifiquen claramente con un país determinado, como podría ser la salsa para pasta italiana.

Respecto del envasado, en este caso adquiere importancia el tamaño que podríamos calificar de familiar (en torno a medio kilo o 1 kilo dependiendo del producto), el diseño, imagen y la información en el etiquetado son cada vez más importantes. Los puntos de venta habituales para este tipo de productos son los supermercados, hipermercados y tiendas de conveniencia.

Para finalizar respecto de los productos que hemos calificado como **Premium** habría que señalar la menor importancia del precio de los mismos, en lugar de ello el envase y la dosificación adquieren una gran relevancia, con preeminencia de los envases de cristal. La marca en este tipo de productos suele tener menor reconocimiento debido a su menor difusión y a su menor capacidad de realizar actividades de promoción, sin embargo las promociones en punto de venta tienen buena acogida entre los consumidores de acuerdo a la información obtenida de los importadores, en especial las degustaciones. El origen de nuevo es la variable menos relevante salvo en el caso de los productos franceses y japoneses que son percibidos como productos de mayor calidad.

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

Este tipo de productos suele distribuirse en supermercados de alta gama generalmente situados en centros comerciales (que suelen disponer de una mayoría de productos importados) o en cadenas especializadas en la venta de productos de alimentación, entre este tipo de establecimientos, están ganando en popularidad los establecimientos de productos orgánicos y de alimentación sana.

The image shows a large, light gray rectangular frame. Inside the frame, the word "ICEX" is written in a bold, sans-serif font, centered horizontally and vertically. The letters are a light gray color, matching the frame.

IV ■ PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Los precios de importación de las conservas vegetales fueron en 2009 de 1,03 dólares americanos por kilo. Esta cifra supone un incremento del precio con respecto a la cifra de 2005 de un 9 por ciento. En la siguiente tabla podemos apreciar la evolución del precio de importación para las diferentes partidas que hemos considerado en esta nota y su evolución.

TABLA 10: PRECIOS DE IMPORTACION POR PARTIDAS (Dólares Americanos por Kilogramo)

Código HS	2005	2006	2007	2008	2009	Crecimiento
HS2001	1,00	0,90	0,92	0,90	0,62	-38%
HS2002	0,61	0,58	0,65	0,85	0,92	51%
HS2003	0,68	0,68	0,63	0,72	0,67	-2%
HS2005	0,85	0,82	0,84	0,90	0,84	0%
HS2006	1,18	1,14	1,26	1,47	1,41	19%
HS2007	1,87	1,96	2,18	2,50	2,02	8%
HS2008	1,12	1,11	1,20	1,33	1,31	17%
TOTAL	0,95	0,93	0,96	1,07	1,03	9%

Fuentes: Elaboración Propia a Partir de datos obtenidos del Bureau of Foreign Trade

Por países las conservas vegetales procedentes de Japón y Francia, Europa en general, son las más valoradas, en el caso de España el precio medio de importación es de 1,77 dólares americanos por kilogramo.

Para la formación del precio final al precio de importación habría que añadirle los aranceles que hemos comentado previamente, los márgenes comerciales de los distribuidores y el IVA. De acuerdo a la información que hemos recavado de las entrevistas con importadores, el margen comercial que aplican los importadores suele estar comprendido entre un 10 y un 30 por ciento, mientras que el margen de los mayoristas y minoristas dependerá del tipo de establecimiento, en el caso de supermercados e hipermercados el margen comercial suele estar comprendido entre un 20 y un 40 por ciento, mientras que en el caso de supermercados de gama alta el margen suele estar en torno al 50 por ciento, pudiendo alcanzar en ocasiones cifras superiores al 100 por ciento.

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

De esta forma una distribución normal del precio de las conservas vegetales podría ser la que se presenta en el siguiente grafico:

GRAFICO 3: FORMACION DE LOS PRECIOS DE VENTA



EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

A continuación podemos ver en la siguiente tabla los precios de algunas de las conservas vegetales más habituales en los diferentes puntos de venta:

TABLA 11: PRECIOS DE VENTA DE CONSERVAS VEGETALES

Producto	7-Eleven	Wellcome	Jasons
Aceitunas Crespo (Lata)	-	-	3,4 €/85 gramos
Kimchi AGV (Vidrio)	0,9 €/100 gramos	0,85 €/100 gramos	-
Salsa de tomate Barilla (Lata)	-	2,75 €/85 gramos	3,15 €/85 gramos
Champiñones Ta Maw (Vidrio)	1,1 €/100 gramos	1,2 €/100 gramos	-
Maíz dulce Gigante Verde (Lata)	1,7 €/312 gramos	1,5 €/312 gramos	-
Judías Rojas Dulces Ve Wong (Lata)	1,4 €/312 gramos	1,4 €/312 gramos	-
Patatas Fritas Pringles (Lata)	1 €/28 gramos	0,85 €/28 gramos	0,95 €/28 gramos
Piña en almíbar Dole (Lata)	-	1,8 €/312 gramos	-
Mermelada de fresa Hero (Vidrio)	-	-	2,7 €/85 gramos
Cacahuetes Lian Hwa (Bolsa)	0,95 €/100 gramos	0,7 €/100 gramos	-

Fuentes: Elaboración Propia

ICEX

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

La percepción de las conservas vegetales españolas en Taipei es bastante neutra. Por lo general los importadores con los que hemos tenido contacto no reconocen a España como un país con una industria conservera potente, sin embargo si reconocen aquellos productos tradicionales en especial las olivas y similares,

La ausencia de grupos internacionales importantes de origen nacional y de restaurantes españoles en Taiwán también suponen un *handicap* importante, como hemos visto las importaciones de este tipo de productos responde a dos estrategias principalmente una estrategia de precios bajos para la venta en supermercados e hipermercados, o una estrategia de productos Premium en centros especializados.

Para una estrategia basada en precios bajos el esfuerzo promocional y el precio competitivo de las multinacionales americanas suponen una barrera importante, para el reconocimiento de los distribuidores. Y para las marcas Premium la competencia de Japón, Francia e Italia con un mayor prestigio entre el sector en Taiwán, tampoco favorece los interés de la industria conservera española.

Los importadores valoran positivamente sin embargo la calidad y el diseño de los envasados españoles, y lamentan que no vayan acompañados de un mayor esfuerzo promocional por parte de los exportadores.

El conocimiento de los consumidores es prácticamente inexistente. En este sector la procedencia de las importaciones no es un factor relevante, de esta forma, salvo los ya mencionados productos que se asocian tradicionalmente a un país, existe un gran desconocimiento por parte del consumidor del origen de los productos que consume.

VI. DISTRIBUCIÓN

La distribución en Taiwán esta muy desarrollada y diversificada existen un gran número de importadores, distribuidores y minoristas, hasta el punto de poder considerar que el mercado se encuentra en inicios de saturación.

La exportación a Taiwán de conservas vegetales suele realizarse a través de un importador, en especial cuando la empresa carece de experiencia en el mercado y no tiene contactos entre los distribuidores locales. Aunque cada vez es menos habitual también se puede optar por seleccionar un agente.

La elección de un buen importador para nuestro producto es de gran relevancia puesto que va a marcar en cierta medida su posicionamiento. Podemos encontrarnos con importadores que distribuyen a su vez a mayoristas, o importadores que distribuyen directamente a minoristas, empresas de restauración o establecimientos hoteleros. Asegurarnos de que el importador seleccionado tiene acceso a los canales de distribución que consideremos adecuados para la distribución de nuestros productos es de vital importancia.

En la página Web del *Bureau of Foreign Trade* podemos realizar búsquedas por Código CCC para conseguir listados de los importadores existentes en Taiwán. En 2009 un total de 373 empresas importaron conservas vegetales en Taiwán. A continuación listamos algunos de los de mayor volumen de importación.

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

TABLA 12: IMPORTADORES EXCELENTES

Empresas	Web
Creation Food co., Ltd.	http://www.creation.com.tw/en/
Chia Meei Food Industrial Corp.	http://www.chiameei.com.tw/eng/index.html
Lian Hwa Foods Corporation	http://www.lianhwausa.com/index.php
Formosa Oilseed Processing Co., Ltd.	http://www.fopco.com.tw/
Procter & Gamble Taiwan Limited	http://www.pgtaiwan.com.tw/
Havi Logistics (Taiwan) Limited	http://www.havi-logistics.asia/EN/
Sushi Express Co., Ltd.	http://www.sushi-express.com.tw/
General Mills Taiwan Limited	http://www.generalmills.com.tw/
Costco President Taiwan Inc.	http://www.costco.com.tw/
Swire Coca-cola Beverages Ltd., Taiwan Branch (B.V.I.)	
Flavor Full Foods Inc.	http://www.flavor.com.tw/
Unilever Taiwan Ltd.	http://www.unilever.com.tw/
Cosway(M)Sdn. Bhd. Taiwan Branch (Malaysia)	http://www.cosway.com.my/

Fuentes: Elaboración propia

Distribución mayorista

Las empresas de distribución mayorista más habituales en Taiwán que operan en este sector son compañías especializadas en la comercialización y distribución de productos alimentarios. En ocasiones disponen de sus propios puntos de venta al público. También podemos encontrar grandes empresas de *trading* que entre otros productos comercializan conservas vegetales.

Los centros de distribución de Taiwán hacen las veces de mayoristas, ofreciendo servicios de almacenaje, control de inventario, entrega, así como de etiquetado y empaquetado. Existen dos tipos de centros de distribución: los directamente administrados o afiliados a grandes fabricantes, importadores, empresas de *trading* o grupos minoristas, y los operados independientemente por empresas de transporte especializadas.

Finalmente existen centrales de compras e hipermercados para minoristas. Compran las mercancías que luego venden a sus miembros, admiten sólo a socios, y las posibilidades de serlo están restringidas a empresas legalmente constituidas y registradas en la isla.

La distribución mayorista ha alcanzado un alto grado de desarrollo, existen un gran número de importadores de pequeño tamaño que compiten a su vez con grandes importadores de alimentación en general o empresas de *trading*. Por lo general tienen catálogos bastante amplios con productos de los principales países productores.

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

Distribución Minorista

A continuación describimos brevemente los establecimientos más relevantes para la venta de conservas vegetales en Taiwán.

- Grandes almacenes, o más concretamente los supermercados ubicados en grandes almacenes; Suelen disponer de gran cantidad de productos de importación y gourmet de alta calidad.
- Hipermercados, ofrecen valor al consumidor mediante precios bajos. Tres hipermercados son los líderes en Taiwán, *Carrefour* con un 49 por ciento del valor de las ventas, *RT Mart* con un 32 por ciento y *Far Eastern Geant* con un 13 por ciento.
- Supermercados, están ganando importancia en la distribución, en especial por su situación respecto de los hipermercados y por su mayor variedad de producto respecto de las tiendas de conveniencia. Cuatro son los supermercados principales *PX Mart* con un 41 por ciento de las ventas en valor, *Wellcome* con un 14 por ciento del valor de las ventas, *Matsusei* con un 5 por ciento y *Simple Mart* con un 3 por ciento.
- Tiendas de conveniencia. *7-Eleven* con un 54 por ciento de la cuota de mercado es el principal seguido de *Family Mart*, *Hi Life* y *OK Mart* con un 21, 10 y 6 por ciento de cuota de mercado respectivamente.
- Tiendas especializadas, existen un número razonable de tiendas especializadas en productos alimentarios, especialmente en Taipei. Algunos de estos establecimientos importan directamente el producto, lo que les permite competir en precio con supermercados de grandes almacenes.

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

TABLA 13: TABLA RESUMEN DE LOS PRINCIPALES MINORISTAS

Empresas	Web
Jasons Market	http://www.jasons.com.tw/
City Super	http://www.citysuper.com.tw/
Breeze Super	http://www.breezecenter.com/
PX Mart	http://www.pxmart.com.tw/
Wellcome	http://www.welcome.com.tw/
Matsusei	http://www.sungching.com.tw/
Simple Mart	http://www.simplemart.com.tw/
7-Eleven	http://www.7-11.com.tw/
Family Mart	http://www.family.com.tw/
Hi Life	http://www.hilife.com.tw/
OK Mart	http://www.okmart.com.tw/

Fuentes: Elaboración propia

ICEX

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

La política de importación de Taiwán es relativamente abierta, los principales obstáculos comerciales para la importación de conservas vegetales en Taiwán son aquellos derivados del cumplimiento de la normativa que establecen las autoridades taiwanesas. A continuación comentamos de forma resumida la legislación aplicable.

Normativa sanitaria

La importación de alimentos está sujeta a la ley de gobierno de inspección de alimentos importados, por la que los alimentos importados deberán ser sometidos a inspección. La ley puede consultarse en el siguiente enlace:

http://food.doh.gov.tw/english/Acts_Regulations/Foodsafety.asp

En materia de normativa sanitaria son de aplicación la ley de gobierno de seguridad alimentaria, los estándares en seguridad alimentaria, los estándares para residuos de pesticidas en productos alimentarios y los estándares del alcance y aplicación de aditivos.

http://food.doh.gov.tw/english/Acts_Regulations/Foodsafety.asp

Regímenes comerciales y fiscales

Las importaciones de conservas vegetales están sujetas a un arancel que variara en función de la categoría de producto. A continuación podemos ver una tabla con el arancel máximo y mínimo para cada una de las partidas que hemos considerado.

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

TABLA 14: ARANCEL APLICABLE

Código HS	General	Rango
2001	20%	20 a 25,5%
2002	10%	5 a 10%
2003	25%	20 a 25%
2005	20%	5 a 25%
2006	25%	10 a 38%
2007	20%	10 a 20%
2008	20%	5 a 30%

Fuentes: Bureau of Foreign Trade

El IVA aplicable en Taiwán es del 5 por ciento.

Envase y embalaje

En materia de etiquetado y embalaje son de aplicación la ley para el etiquetado de alimentos y la ley para el etiquetado nutricional de productos envasados que podemos encontrar aquí:

http://eng.coa.gov.tw/content_view.php?catid=8970&hot_new=8864

http://www.fda.gov.tw/eng/people_laws_list.aspx?time=1&classifysn=16

Los embalajes en madera que entren en el país deben estar tratados y marcados según lo previsto en las Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias.

Transporte

El medio de transporte más habitual para exportar conservas vegetales a Taiwán es el barco, hay rutas regulares desde los puertos de Barcelona y Valencia, con destino a Kaohsiung y Keelung, principales puertos de Taiwán. Los precios varían desde cerca de 900 euros por un contenedor de 20 pies hasta 1.700 euros por un 40 pies High Cube. El tiempo de tránsito suele variar desde 25 a 50 días.

Defensa jurídica

Otro aspecto que puede suponer un problema a la hora de comercializar nuestros productos en Taiwán es la protección de nuestra marca. Las marcas deben registrarse ante la oficina de protección intelectual Tawán's Intellectual Property Office (TIPO).

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

Es de aplicación la ley de marcas que podemos encontrar aquí:

http://law.moj.gov.tw/eng/news/news_detail.aspx?id=5059&k1=Copyright+Act



VIII. ANEXOS

1. FERIAS

Nombre oficial de la feria: TAIPEI INTERNACIONAL FOOD SHOW

Acrónimo: Food Taipei

Director / Organizador: Taiwan External Trade Development Council (TAITRA)

Lugar de celebración: Taipei World Trade Center Nangang Exhibition Hall
1, Jingmao 2nd Rd., Nangang District, Taipei 11568, Taiwan

Teléfono: +886227251111

Fax: +886227251314

Email: foodshow@taitra.org.tw

Site Web: www.taipeitradeshows.com.tw

Fecha de la próxima edición: junio de 2011.

FOOD TAIPEI es una feria anual y es la feria de alimentación de mayor relevancia en Taiwán, con 1.254 expositores en su edición de 2010, supero con creces la cifra de participación anterior. A la muestra asistieron 2000 visitantes internacionales y alrededor de 37.000 locales. El alto grado de internacionalización de la feria se refleja en la presencia de 28 pabellones nacionales que confirman la posición de liderazgo del sector de la alimentación de Taiwán en el mercado asiático.

2. PUBLICACIONES DEL SECTOR

No existe en Taiwán ninguna revista especializada en el sector, una de las de mayor aceptación en el sector agroalimentario en general es la revista Asia & Middle East FOOD TRADE, que se edita mensualmente. Existen revistas dedicadas exclusivamente a la alimentación como Enjoy Gourmet, Vita y Common Health.

También están a la venta revistas relacionadas con el “estilo de vida” como Taipei Walker o Unique Delver en las que se explican las ventajas de algunos productos de alimentación. También existen revistas dedicadas exclusivamente a la alimentación como Enjoy Gourmet, Vita y Common Health.

También cabe mencionar que el ICEX y la Cámara de Comercio de España en Taiwán, ponen a disposición de varios centenares de empresas la revista Spain Gourmetour. En dicha revista pueden encontrarse artículos de gastronomía y alimentación así como publicidad de las empresas españolas que desean introducir sus productos en los mercados exteriores.

Páginas Web locales de gran relevancia como:

- Productos gourmet: <http://www.enjoygourmet.com/>
- Productos Orgánicos: <http://www.organic-magazine.com/>

3. ASOCIACIONES

No existe en Taiwan una asociación específica para las conservas vegetales sin embargo podemos enumerar una pocas asociaciones que están relacionadas con el sector:

Taiwan Association of Frozen Food Industries

<http://pages.fis.com/tfsia/>

Taiwan Canned Manufacturers' Association

Taiwan Dairy Association

TCBFFA Association

www.tcbffa.org.tw/

4. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

CÁMARA DE COMERCIO ESPAÑOLA EN TAIPEI

10f-b1, 49, Minsheng East Road, Sec. 3, Taipei 104

Teléfono: (00886) 2-2518-4905

Fax: (00886) 2-2518-4891

E-mail: taipei@comercio.mityc.es

Web: <http://taiwan.oficinascomerciales.es/>

Directorate General of Customs of Taiwan

Dirección General de Aduanas de Taiwán

Tel.: +886-2-255-055-00 ext.2116

Email: mgr@webmail.customs.gov.tw

Web: <http://eweb.customs.gov.tw/mp.asp?mp=21>

Bureau of Animal and Plant Health Inspection and Quarantine (BAPHIQ), Council of Agriculture

Organismo de Inspección de Productos Agrícolas

Tel.: : +886- 2- 234-314-01

Email: baphiq@mail.baphiq.com.tw

Web: <http://www.baphiq.gov.tw>

Agriculture and Food Agency, Council of Agriculture, Executive Yuan, R.O.C. Taiwan

Secretaría de Agricultura y Alimentación de Taiwán

Tel.: +886-49-2332-380

Email: mcoa@mail.afa.gov.tw

Web: <http://www.afa.gov.tw>

Department of Health

No.36, Tacheng St., Datong District, Taipei 10341

Tel: (00886) 2-8590-6666

Web: <http://www.doh.gov.tw/EN/Webpage/index.aspx>

EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES EN TAIWÁN

Estudios e informes sobre Taiwán elaborados por la Cámara de Comercio de España en Taiwán

En la página Web pueden encontrar informes de índole general, sobre el marco regulatorio, guías de inversión e informes de ferias y sectoriales. Entre los informes sectoriales resultan especialmente complementarios con este informe y por tanto recomendables los relativos al vino, aceite, cítricos y productos gourmet.

Pueden descargar todos ellos de <http://taiwan.oficinascomerciales.es/>)

Cuadro de legislación aplicable*:

Legislación general alimentaría

<i>Food Administration Act</i>	www.afa.gov.tw/content_en.asp?pcatid=1&ycatid=1&lcatid=290&hcatid=295&scat=t
<i>Regulations for food labeling</i>	www.afa.gov.tw/content_en.asp?pcatid=1&ycatid=1&lcatid=290&hcatid=294&scat=t
<i>Act Governing Food Sanitation</i>	http://law.moj.gov.tw/eng/news/news_detail.aspx?id=4990&k1=food
<i>Regulations of Inspection of Food Imports</i>	http://law.moj.gov.tw/eng/LawClass/LawAll.aspx?PCode=L0040017
<i>Quarantine requirements for wood packing material used in imported commodities</i>	http://www.baphiq.gov.tw/public/Data/861817115771.pdf

*Los links incluidos en este cuadro son susceptibles de cambio. Si al hacer click sobre los mismos no pudiera acceder al documento indicado, le recomendamos que visite la página principal del organismo en cuestión y busque el documento usando el nombre incluido en la columna de la izquierda o contacte con la Cámara de Comercio de España en Taiwán.