

## **PERFIL DE MERCADO ACEITE DE OLIVA – CHINA**

**ProChile Beijing, Marzo 2008**

### **PRODUCTO**

**CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:** 1509.1000

**DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:** Aceite de oliva virgen

**CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:** 1509.1000

### **SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA**

#### **ARANCEL GENERAL:**

**P. A.** 0806.1000: 30%

#### **ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:**

**Por TLC con Chile:** 10% (Categoría 10 años), desde 2006  
7% en 2008

#### **OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:**

Por TLC con Pakistan: 10.9%

Por TLC con ASEAN (Asociación de Países Asiáticos del Sureste): Brunei, Indonesia, Malasia, Myanmar, Singapur, Tailandia, Vietnam: 8%.

#### **OTROS IMPUESTOS**

Most Favored Nation (MFN): 10%

Value Added Tax (VAT): 13%.

### **REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO**

Para el ingreso de todo producto agrícola, según las normas internas, es necesaria una autorización del AQSIQ (General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the P.R. of China) respecto de cada producto. Para ello, existen una serie de procedimientos que dependen de cada producto; revisiones de enfermedades existentes, visitas a terreno, ver los sistemas de control que se aplican en el país de origen. Además se requiere la opinión del Ministerio de Agricultura.

### **BARRERAS PARA ARANCELARIAS**

No existen.

## ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (CIF)

Código: 1509.1000 Aceite de oliva virgen

Año 2007

| PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN | CANTIDAD (Kg) | MONTO ( US\$) | % DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO |
|------------------------------|---------------|---------------|----------------------------------|
| España                       | 2,949,325     | 13,686,099    | 51.24                            |
| Italia                       | 1,630,837     | 7,472,164     | 27.98                            |
| Grecia                       | 495,095       | 2,647,244     | 9.91                             |
| Australia                    | 253,585       | 1,476,396     | 5.53                             |
| Chile                        | 925           | 6,323         | 0.02                             |
| <b>SUBTOTAL</b>              | 5,329,767     | 25,281,903    | 94.66                            |
| <b>TOTAL IMPORTADO</b>       | 5,669,258     | 26,707,334    | 100.00                           |

### POTENCIAL DEL PRODUCTO

China es hoy la cuarta economía del mundo que representa un mercado potencial de 1.300 millones de personas (230 millones de las cuales se encuentran en la denominada "clase media emergente"), hacia donde Chile puede apuntar con éxito sus exportaciones. En el año 2007, el comercio bilateral entre Chile y China alcanzó una cifra de USD 5,841,6 millones, posicionando a China como el segundo socio comercial de Chile, después de Estados Unidos. En el mismo período las exportaciones chilenas a China totalizaron USD10,257,5 millones, situando a China como el tercer destino de los envíos nacionales, precedido sólo por Estados Unidos y Japón.

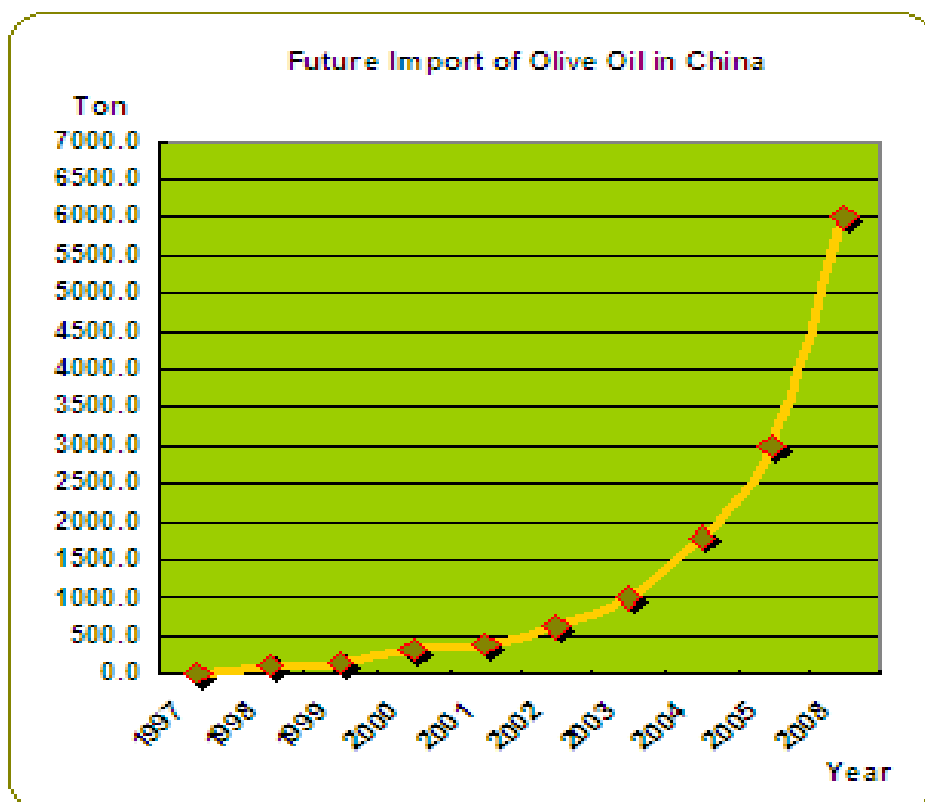
Las importaciones chilenas provenientes de China totalizaron en el 2007 USD 4,415,9 millones. Existe un aumento para exportaciones chilenas con la entrada en vigor del TLC, principalmente en productos agrícolas, en comparación con el año 2006 78,84%. El 56,1% de los bienes importados desde China son de consumo. En este período, la balanza comercial marcó un superávit para Chile. Chile es proveedor número 21 de la RP China, representando un 0,7% del valor total ingresado al país.

Con la velocidad de 7%-10% de crecimiento del PIB de China y la elevación de nivel de vida, la gente empieza a prestar más atención a la calidad de vida y la salud, especialmente en el aceite comestible que es imprescindible para las tres comidas de los chinos, cuya demanda está creciendo rápidamente. El concepto de consumo del aceite también ha cambiado mucho. La selección de éste ya no se basa sólo en la sanidad y seguridad, sino más en la salud y nutrición. La influencia del SARS de 2003 ha fortalecido aún más el concepto de salud a la gente. Además, cuando la economía china lleva desarrollándose establemente, la clase media de escala en aumento y de activa consumo está formándose. La gran demanda en alimentaciones sanas de esta

clase que ocupa el 22% de la población china, también está empujando el mercado de aceite comestible de alto nivel.

Actualmente los aceites comestibles principales en el mercado chino son aceite de soja, aceite de maíz, aceite de colza, aceite de maní y aceite de semilla de girasol. Con el concepto de salud cada vez más fortalecido, están apareciendo varios tipos de aceites especiales en los últimos años, como por ejemplo, aceite de oliva, aceite de camelia, aceite de semilla de uva, aceite de nuez, aceite de almendra, etc. Entre todos estos, el consumo de aceite de oliva está creciendo con una veracidad de 50% al año.

En los últimos años, la importación del aceite de oliva de China lleva aumentando por 50%. Se espera que en 2008 ascienda a más de 6000 toneladas. Desde 2006, el arancel de aduanas del aceite de oliva en china se conformó generalmente al marco de OMC, 9% unitario. Las Olimpiadas de Beijing de 2008 y la Feria Mundial de Shanghai de 2010 atraerán millones de turistas a China, que significaría un aumento geométrico en la demanda del aceite de oliva. China tiene una población de 1,300 millones de personas. Si sólo un 10% de los chinos consumiera 0.5 kilo de aceite de oliva al año, sería 65,000 toneladas. Por estas razones, el mercado chino tiene un enorme espacio.



Aunque en China sí hay regiones adecuadas para la cultivo de olivo, todavía no es práctico la plantación de gran superficie por razones como la técnica de cultivo, la semilla, el medio ambiente, etc. Como la superficie actual de cultivo es 300,000 mu (unidad china de área, 1k m<sup>2</sup>=1500 mu), y los olivos todavía están en cultivo, el aceite

de oliva que se está vendiendo en el mercado chino viene casi 100% de la región de Mediterráneo. Gran parte de estos aceites sólo entraron en China hace uno o dos años. Por eso el espacio de desarrollo del mercado chino es enorme y la demanda del aceite de oliva de los consumidores será empujada para que China se convierta en el mercado más atractivo y más grande de aceite comestible y aceite de oliva del mundo.

## PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US \$) Y MAYORISTA



### Precio de venta al por mayor:

1. Origen: España

Precio: RBM 38/kg,

RMB 43/kg

Peso: 200kg/cubo

Fuente:

<http://detail.china.alibaba.com/buyer/offerdetail/79484206.html?keywords=%E9%CF%E9%AD%D3%CD>

2. Origen: España

Precio: RMB 36/ botella

Peso: 500 ml

Fuente:

<http://detail.china.alibaba.com/buyer/offerdetail/77155636.html?keywords=%E9%CF%E9%AD%D3%CD>



### Precio de venta al detalle:

Origen: Italia

Precio: RMB 99/ L

Fuente:

<http://detail.china.alibaba.com/buyer/offerdetail/77155636.html?keywords=%E9%CF%E9%AD%D3%CD>



Origen: Mianyang, Sichuan, China

Precio: RBM168 /Caja(Con 2 botellas, 1L)

Fuente: <http://detail.china.alibaba.com/buyer/offerdetail/49168874.html?keywords=%E9%CF%E9%AD%D3%CD>

## **ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA**

No existen campañas publicitarias sobre este producto en la TV, ni en las calles, pero aparecen en la prensa y revistas que podrían mostrar publicidad relacionada con este producto. En China se suelen realizar muchas ferias comerciales, en las cuales se presentan y promocionan miles de productos, muchas de estas ferias están dedicadas a la alimentación, agricultura, etc. e incluyen empresas ligadas a la producción y comercialización del aceite de oliva.

## **CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN**

- (1). Importador → Mayorista → Minorista → Consumidor final
- (2). Importador → Supermercado o mercado → Consumidor final

## **CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA**

Incluido en las fotos

## **SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANTENCIÓN Y/O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO**

Oportunidades

1. Consumo chino en crecimiento tanto en mercados tradicionales como en nuevos mercados. Aparte de las ciudades grandes, existe oportunidades y potencialidad en las ciudades medianas y pequeñas.
2. Como ya hemos dicho, el aceite de oliva apareció en el mercado chino de los aceites comestibles hace sólo unos años. Gracias a su peculiar sabor y a su

fama de saludable, este producto es cada vez más popular en China. Según datos de la Aduana de China, en los últimos años, la importación de aceite de oliva, especialmente la del extra virgen, mantiene su tendencia de rápido aumento. En el 2003, la importación de aceite de oliva virgen, que en su mayor parte procede de Italia y España, creció un 141% con respecto al 2002.

3. En la década de 1960 varias empresas chinas comenzaron a plantar olivos y a fabricar aceite. En la provincia de Hainan, por ejemplo, hay olivares y fábricas de aceite. No obstante, las condiciones climáticas de China restringen bastante este cultivo. Por otra parte, los productos de las empresas chinas no resultan muy competitivos frente a los de las extranjeras tanto en calidad como en precio, según algunas investigaciones el precio de aceite de oliva es caro que el de extranjero.

#### Amenazas

En relación al producto de aceite de oliva, existe competencia reñida entre países. Aunque el precio de aceite de oliva importado está más caro que el de otros tipos de aceite comestible local, lo cual tiene cierta posición en el mercado chino. Desde 2006, el arancel de aduanas del aceite de oliva en china se conformó generalmente al marco de OMC, 9% unitario, mientras que China ha firmado TLC con algunos países. En la actualidad, el mercado de Chino de aceite de oliva está abierto para todos exportadores del mundo.

Concepto inherente de consumidores chinos. Las marcas de los países mediterráneos han logrado posicionarse en China, como las de España, Italia, Grecia y Turquía, y siguen aumentando en la cantidad de importación. Ya se comercializan tanto en supermercados, restaurantes, hoteles, etc. Se está notando cierto grado de dificultad para que las marcas de otros países ingresen al exigente mercado local.

## **FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS**

### **1. SIAL China 2008**

Período proxima feria: 14-16 de mayo, 2008

Lugar: Shanghai New International Expo Centre

Organizador: SIAL

SHANGHAI OFFICE

Mrs. Sylvie TOURNIER

Tel: 86-21-62492028

Fax: 86-21-62493414

E-mail: [sylvie\\_tournier@exposium-shanghai.com](mailto:sylvie_tournier@exposium-shanghai.com)

## **2. Food Exhibition & Foodstuff Fair of purchase Trade, China**

Período próxima feria: Noviembre, 2008

Frecuencia: annual

Lugar: Nanjing International Exhibition Center

No. 6 Building, Jiangsu Productivity Promotion Center, No.189, Longpan Road,  
Nanjing, Jiangsu Province.

Organizador: Nanjing New Century Exhibition Co., Ltd

Web: [www.new-exhibit.com](http://www.new-exhibit.com)

## **3. Feria Internacional de Aceite de Oliva y Aceite Comestible de China de 2008**

Período próxima feria: 15,16,17 de Mayo de 2008 (09:00-17:00)

Lugar: Shanghai Ever Bright Exhibition Center, China

(Nº 66 de Cao Bao Road, Distrito Xuhui District, Shanghai, China)

Web: <http://www.eoliveoil.com/>

## **4. The 8<sup>th</sup> China International Exhibition for Grain & Oil Products, Equipment and Technology**

Período próxima feria: Octubre de 2008

Frecuencia: anual

Lugar: Nanjing International Exhibition Center

No.45, Fuxingmennei Avenida, Beijing.

E-mail: [exh.grain@ccpit.com](mailto:exh.grain@ccpit.com)

Web: <http://www.cgof.cn/>

## **5. The Exhibition of Edible Oil**

Período próxima feria: 19-21 de marzo, 2008

Lugar: Guangzhou Stadium Exhibition Center

(next to the Baiyun International Conference Center)

Persona de contacto: Zhen Qunxing

Cel: 86-13710886507

Tel: 86-20-61371549/ 61089329

Fax: 86-20-61089459 61089469

E-mail: [qunxingzheng@21cn.com](mailto:qunxingzheng@21cn.com)

Web: [http://www.yfmyz.com/show\\_view.asp?showid=20](http://www.yfmyz.com/show_view.asp?showid=20)

## **6. World of Food China**

Período próxima feria: 3-5 de septiembre, 2008

Frecuencia: anual

Lugar: Shanghai New International Expo Centre, Shanghai

Organizador: Koelnmesse

Dirección: Messeplatz 1 50679 Koln, Germany

Fax: 49-211-8212460/8212574

Web: <http://www.worldoffoodchina.com/>

## **7. The 5th China international foodstuff(Guangzhou) Exposition (CIFE)**

Periodo: 5-7 de junio, 2008

Frecuencia: anual

Persona de contacto: Ms. Zoe Young

Cel: 86-135 703 27272

Tel: 86-20-8753 9056 (25 lines in circle)

Fax: 86-20-8751 5397

E-mail: [zoe-young@interfood.org](mailto:zoe-young@interfood.org) , [zoe\\_young@vip.163.com](mailto:zoe_young@vip.163.com)

Dirección: Room 902, DeXing Building, FengXing Plaza, 2nd TianHeNan Road, GuangZhou City, China.

Web: <http://www.cnfood.org>

E-mail: [cye@interfood.org](mailto:cye@interfood.org)

## **8. FHC BEIJING**

Período: 4-6 de diciembre, 2008

Lugar: Shanghai New International Expo Centre (SNIIEC)

No.2345, Longyang Road, Pudong, Shanghai, China

Orgazador: China International Exhibitions Ltd

Dircción: Room 2402, Singular Mansion No. 318 - 322 Xian Xia Road Shanghai, China

Tel: 86 21 6209 5209

Fax: 86 21 6209 5210

Email: [fhc@chinaallworld.com](mailto:fhc@chinaallworld.com)

Persona de contacto: Lily Zhu / Ken Cui

Web: <http://www.fhcchina.com/en/index.html>

## **9. Feria de Importación y Exportación de China**

Período proxima feria:

Feria Primavera: 1er período: 15 – 20 de Abril

2º período: 25-30 de Abril

Feria Otoñal: 1er período: 15 – 20 de Octubre

2º período: 25-30 de Octubre

Frecuencia: anual

Lugar: Complejo de Pazhou de la Feria de Importación y Exportación de China

(Nº 380, Yue Jiang Zhong Lu, Barrio de Haizhu, Guangzhou)

Complejo de Liu Hua Lu de la Feria de Importación y Exportación de China

(Liu Hua Lu, No. 117, Ciudad de Guangzhou)

Web: <http://www.cantonfair.org.cn/spanish/index.html>

## **OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE**

- Ministerio de Agricultura de la RP China, <http://www.agri.gov.cn>
- Servicio de Aduana, [www.customs.gov.cn](http://www.customs.gov.cn).
- Ministerio de Sanidad, <http://www.moh.gov.cn>.



- AQSIQ (General Administration of Quality Supervision, inspection and Quarantine of the PR of China), <http://www.aqsiq.gov.cn/>
- All-China Federation of Industry & Commerce, [www.chinachamber.org.cn](http://www.chinachamber.org.cn) (Camara de Industria y comercio).
- Ministerio de comercio de la RP china, [www.mofcom.gov.cn](http://www.mofcom.gov.cn) (Estadísticas, listados de exportadores y proveedores).
- Ministerio de RREE de la RP China, [www.fmprc.gov.cn/esp/default.htm](http://www.fmprc.gov.cn/esp/default.htm).
- Oficina de Estadísticas del Estado, [www.stats.gov.cn](http://www.stats.gov.cn)