

PERFIL DE MERCADO CIRUELAS SECAS- TAIWAN

ProChile Taiwán, abril 2008

PRODUCTO

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 0813.2000

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Ciruelas secas

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL

0813.20.10.00-1 (envasadas)

0813.20.20.90-0 (granel)

SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL

Países no miembros de OMC 25%

Países miembros de OMC 6%

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

Chile no tiene arancel preferencial

PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

Guatemala: 2.6%

Panamá: 0.0%

Nicaragua: 6.0%

El Salvador 5.0%

OTROS IMPUESTOS

IVA: 5%

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

- Las importaciones deben ser realizadas en concordancia con las regulaciones de importación promulgadas por el "Department of Health" del Yuan ejecutivo. El importador debe aplicar para inspeccion de acuerdo a las normas del "Bureau of Standards Metrology and Inspection" del Ministerio de Economía.

- Las importaciones de China están prohibidas.

BARRERAS PARA ARANCELARIAS:

No se han detectados barreras para-arancelarias para el producto chileno

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES CIF*Ciruelas Envasadas:***AÑO 2007**

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (KGM)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
EE.UU.	177.246	600,6	80,99
CHILE	44.130	98,8	13,32
FRANCIA	7.876	24,8	3,34
JAPON	8.599	16,3	2,19
SUBTOTAL	237.851	740,5	99,80
TOTAL IMPORTADO	238.054	741,6	

AÑO 2006

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (KGM)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
EE.UU.	140.163	466,5	71,87
CHILE	75.184	170,0	26,19
FRANCIA	3.506	11,8	1,82
JAPON	34	0,4	0,06
SUBTOTAL	218.887	648,7	99,95
TOTAL IMPORTADO	218.927	649,1	

AÑO 2005

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (KGM)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
EE.UU.	105.054	364,4	53,62
CHILE	92.344	201,3	29,62
JAPON	13.280	80,9	11,91
FRANCIA	11.864	31,5	4,64
SUBTOTAL	222.542	678,2	99,79
TOTAL IMPORTADO	222.745	679,5	

Fuente: BUREAU OF FOREIGN TRADE, MINISTRY OF ECONOMIC

*Ciruelas a Granel:***AÑO 2007**

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (KGM)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
EE.UU.	139.270	191,2	67,83
JAPON	29.508	89,9	31,91
CANADA	25	0,6	0,2
OTROS PAISES	4	-	-
SUBTOTAL	168.807	281,8	100
TOTAL IMPORTADO	168.807	281,8	

AÑO 2006

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (KGM)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
EE.UU.	69.694	78.910	56,64
FRANCIA	20.000	34.764	24,95
JAPON	11.786	24.640	17,69
MOLDAVIA	375	998	0,72
SUBTOTAL	101.855	139.312	100
TOTAL IMPORTADO	101.855	139.312	

AÑO 2005

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (KGM)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
EE.UU	122.915	60,1	47,19
CHILE	20.100	35,1	27,58
FRANCIA	20.000	32,1	25,23
SUBTOTAL	163.015	127,3	100
TOTAL IMPORTADO	163.015	127,3	

Fuente: BUREAU OF FOREIGN TRADE, MINISTRY OF ECONOMIC

POTENCIAL DEL PRODUCTO

El consumo de Ciruelas secas aumentó en forma importante durante el 2007, en más de un 14% en el caso del producto envasado y en un 102% en el caso del producto a granel.

Taiwán no tiene producción local así que todo su consumo es abastecido a través de importaciones. Además, las importaciones desde China están prohibidas lo que genera una mejor posición relativa del producto chileno, mejorando su competitividad en el mercado.

Al consumidor taiwanés en general le gustan los sabores de las frutas secas, a pesar que privilegia el consumo de frutas frescas. El consumo en forma directa es realizado principalmente por adultos jóvenes, que viven en las ciudades más cosmopolitas, con edades entre 30 y 40 años, quienes están más abiertos a consumir productos no tradicionales.

Se prefiere el tamaño grande (mientras mas grande mejor). El precio también es un factor importante al tomar la decisión de compra.

A pesar que hay consumo directo, el mayor consumo está en la industria de alimentos. Las frutas deshidratadas ofrecen a los fabricantes y elaboradores de alimentos procesados nuevas oportunidades para desarrollar productos saludables y de alta nutrición, factores de mucha importancia para los consumidores en Taiwán.

Pese a que el mercado está abierto para recibir nuevos productos deshidratados, que representen nuevos sabores y texturas, como arándanos deshidratados o mix de frutas deshidratadas, las pasas y las ciruelas secas siguen dominando en este sector.

Debido a que es un mercado aun pequeño y en desarrollo, se espera que siga en crecimiento durante los próximos años, de la mano del crecimiento de la industria de productos preparados, especialmente a través del desarrollo de nuevos productos.

Un área donde el consumo de ciruelas secas y pasas está amenazado es en la industria de la pastelería, que está comenzando a reemplazar estas frutas deshidratadas por frutas frescas, que visualmente son más atractivas.

PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$) Y MAYORISTA

Producto Envasado:

Precio promedio de importación: US\$ 3,11 /kg. - CIF

Precio por menor: US\$ 4,91/270 g. de origen Francia/Frasco vidrio
Precio por menor: US\$ 4,26/500 g. de origen EE.UU./Caja

Producto a Granel:

Precio promedio de importación: US\$ 1,67 /kg./CIF
Precio por menor en mercado: US\$ 1,52 /200g/bolsa plástica

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

No se han detectado promociones o campañas publicitarias para este producto.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La distribución al por mayor la realizan tanto los propios importadores, como también distribuidores mayoristas especializados.

El producto se encuentra disponible para el consumidor final en los supermercados, así como también en los mercados tradicionales.

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

La presentación retail más habitual es caja de 500 grs. y bolsas plásticas de 480 Grs.

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

El mercado, que el 2007 superó el millón de dólares y 400 toneladas, sumando tanto las importaciones de productos envasados y a granel, está dominado claramente y sin contrapeso por Estados Unidos, que abastece más del 80% de las ciruelas envasadas, que es segmento de mercado más importante y más del 70% del producto a granel.

Lamentablemente Chile ha ido perdiendo participación durante los últimos años, especialmente durante el 2007, incluso desapareciendo del mercado de granel. A pesar de ello mantiene todavía el segundo lugar de los últimos años, con una participación de mercado que descendió al 13% en los productos envasados y solo al 9.5% si se considera el mercado total, durante el 2007.

En la medida que Chile pueda proveer productos de calibre grande y buena calidad, tiene opción de recuperar terreno, incrementando su participación de mercado. Chile está construyendo una buena imagen como país productor de frutas de buena calidad, lo que da una excelente base para comercializar sus productos secos. Para ello es necesario que los exportadores tomen contacto con los importadores y les ofrezcan activamente sus productos, ojala visitando el mercado para generar un contacto personal con los importadores y distribuidores, que les ayudará a consolidar ventas.

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

La mayor y más importante feria para productos alimenticios, incluyendo productos procesados es Food Taipei, feria que se realiza anualmente en el mes de junio en la ciudad de Taipei. La versión 2008 se realizará desde el 18 al 21 de junio.

Sitio Web: www.foodtaipei.com.tw

OTRA INFORMACION RELEVANTE

- Leyes y reglamentos para alimentos: Department of Health, Executive Yuan. <http://www.doh.gov.tw>
- Impuestos de importación: Directorate General of Customs, Ministry of Finance. <http://www.web.customs.gov.tw>
- Clasificación arancelaria y estadísticas de comercio internacional: Bureau of Foreign Trade, Ministry of Economic. <http://www.trade.gov.tw>