

ESTUDIO DE MERCADO FRAMBUESAS CONGELADAS – TAIWÁN

ProChile Taipei, Marzo 2009

PRODUCTO: Frambuesas Congeladas

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 0811.2020

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Frambuesas congelada

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

No existe un código arancelario específico para Frambuesas Congelada en la nomenclatura arancelaria de Taiwán. Las importaciones se clasifican bajo el código: 0811.20.00.00-5 "Raspberries, blackberries, mulberries, loganberries, black, white or red currants and gooseberries, frozen", el cual incluye también varios otros tipos de berries congelados.

SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL

20,0% para países miembros de OMC y que se aplica al producto chileno.

35,0% para países no pertenecientes a OMC

PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

Algunos países de Centro-América, con los cuales Taiwán mantiene relaciones diplomáticas y ha firmado TLC, tienen aranceles de importación preferenciales para este producto.

Panamá: 8,0%

Guatemala: 14,6%

Nicaragua: 16,0%

El Salvador y Honduras: 17,3%

OTROS IMPUESTOS

El único impuesto adicional al arancel de importación es el Impuesto al Valor Agregado (IVA): 5%

BARRERAS PARA ARANCELARIAS:

Taiwán ingresó a la OMC a principios del año 2002 y a partir de esa fecha comenzó a eliminar todas las cuotas y otro tipo de barreras para-arancelarias que existían a esa fecha, quedando en la actualidad solo algunas pocas glosas que tienen condiciones especiales de ingreso.

En el caso de la frambuesa vongelada, No existen normas para-arancelarias que afecten el producto chileno.

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

La autoridad que regula las condiciones sanitarias que deben cumplir los productos alimenticios congelados es el Ministerio de Salud, a través de la Agencia de Sanitización de Alimentos:

Department of Health, Executive Yuan
Bureau of Food Sanitation
<http://www.doh.gov.tw>

La importación de alimentos congelados debe realizarse en concordancia con la reglamentación promulgada por este ministerio a través de "Regulations of Inspection of Food Imports". El importador debe aplicar para inspección, la que es realizada por el Bureau of Standards Metrology and Inspection.

Las regulaciones que se aplican en caso de la centolla son:

1. ACT GOVERNING FOOD SANITATION, que es la ley que regula la producción e importación de alimentos en Taiwán.
2. ENFORCEMENT RULES OF THE ACT GOVERNING FOOD SANITATION, que son reglamentos específicos según el tipo de productos:
 - Sanitation Standard for General Foods
 - Sanitation Standard for Frozen Foods
3. REGULATION OF INSPECTION, son las regulaciones relacionadas con la inspección de la calidad de los alimentos, incluyendo los aditivos y envases, que se realizan en aduanas.

Cualquier producto alimenticio puede resultar seleccionado para ser inspeccionado sanitariamente, al momento de realizarse los tramites de importación en aduanas.

La frambuesa congelada de Chile no requiere de documentación sanitaria para su tramitación de ingreso en aduanas de Taiwán, solo los correspondientes documentos de embarque y factura.

Sanitation Standard for Frozen Foods

DOH Food No. 661565 Announced, May 19, 1987.

DOH Food No. 8143635 Amended, August 26, 1992.

DOH Food No. 87032655 Amended, June 16, 1998.

Sanitation Standard for Frozen Foods						
Item Category	Total aerobic plate count per gram	MPN of coliform bacteria per gram	MPN of E. Coli per gram	Volatile basic nitrogen per hundred grams	Characteristics	Regulation on labeling
Frozen fishes and shellfishes	Not more than 3,000,000		Not more than 10	Not more than 25 mg	No putridity, discoloration, off odor or flavor, contamination, foreign matter or parasite shall be found.	Besides the items stipulated in the Law Governing Food Sanitation, the following items shall also be labeled: 1. Food category. 2. Preserving methods and conditions. 3. Cooking methods if the product needs cooking before serving.
Frozen fishes and shellfishes to be eaten raw	Not more than 100,000	Not more than 10	Negative	Not more than 15 mg		
Frozen fruits	Not more than 100,000		Not more than 10			
Frozen vegetable = "100%"s	Freshly served: Not more than 100,000		Not more than 10			
	Served after cooking: Not more than 3,000,000		Not more than 10			
Other frozen foods ready-to-eat without cooking	Not more than 100,000	Not more than 10	Negative			
Other frozen foods to be served after cooking	Heat-treated before freezing: Not more than 100,000	Not more than 10	Negative	Not more than 15 mg		
	Not heat-treated before freezing: Not more than 3,000,000		Not more than 50			

Fuente: Department of Health

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (CIF)

AÑO 2008

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg.)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
FRANCIA	31.130	219,9	72,38
CHINA	46.905	30,9	10,17
HOLANDA	4.683	15,7	5,18
SERBIA	1.680	9,7	3,20
SUBTOTAL	84.398	276,3	90,94
TOTAL IMPORTADO	90.655	303,8	
CHILE (8)	12	0,01	-

AÑO 2007

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg.)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
FRANCIA	23.115	149,9	64,4
CHINA	56.890	55,2	23,7
HOLANDA	5.666	16,5	7,1
OTROS PAISES	2.400	5,8	2,5
SUBTOTAL	88.071	227,5	97,7
TOTAL IMPORTADO	90.088	232,8	
CHILE (8)	60	0,2	-

AÑO 2006

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg.)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
FRANCIA	48.429	330,5	74,67
CHILE	11.616	35,9	8,11
CHINA	35.970	32,3	7,30
HOLANDA	7.223	18,3	4,14
SUBTOTAL	103.238	417,1	94,23
TOTAL IMPORTADO	113.345	442,6	

Fuente: Bureau of Foreign Trade

POTENCIAL DEL PRODUCTO:

La alimentación es muy importante para los taiwaneses, no solo en el ámbito de alimentarse en forma sana y saludable, sino también en el aspecto social y de entretenimiento. La gran mayoría de la población disfruta salir a comer y existe interés por nuevos productos, nuevas variedades o nuevas presentaciones y envases.

Consumo Total de Alimentos 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008 (est.)
US\$ (Millones)	40.700	45.400	45.900	47.400	53.700
Crecimiento real (precios constantes)	2.02%	0.99%	2.12%	2.1%	2.0%

Fuente: Directorate General of Budget, Accounting and Statistics

Parte importante de los alimentos consumidos en Taiwán son importados, ya sea porque Taiwán no los produce localmente o porque la producción local no es suficiente para satisfacer la demanda interna. Según las cifras de importaciones y de consumo total expresadas en las tablas, aproximadamente el 10% de los alimentos consumidos son importados.

Importación de alimentos Taiwán 2005 – 2008

(US\$ millones)

Rubros	2005	2006	2007	2008
Capítulo 02: Carnes y Despojos comestibles	523,5	523,9	502,3	634,7
Capítulo 03: Pescados, Crustáceos y Moluscos	282,4	286,7	357,1	503,0
Capítulo 04: Productos lácteos, Miel y otros	253,6	247,9	328,6	296,4
Capítulo 07: Hortalizas, Tubérculos y plantas	143,8	132,0	156,4	164,0
Capítulo 08: Frutas frescas	411,8	396,5	171,6	207,2
Capítulo 09: Café, Te, infusiones y especias	67,3	77,3	92,3	100,6
Capítulo 10: Cereales	1.061,1	1.067,4	1.393,8	1.902,3
Capítulo 16: Preparaciones de carnes y prod. del mar	70,4	67,3	64,6	81,7
Capítulo 17: Azúcares y artículos de confitería	248,6	309,6	235,7	279,3
Capítulo 18: Cacao y sus preparaciones	62,2	62,4	64,8	72,3
Capítulo 19: reparaciones a base de cereales, productos de pastelería	320,3	312,4	330,3	348,8
Capítulo 20: reparaciones de hortalizas, frutas	173,2	178,7	185,5	207,6
Capítulo 21: reparaciones alimenticias	426,2	453,7	490,9	536,4
Capítulo 22: Bebidas, líquidos alcohólicos	481,9	489,6	526,7	561,2
TOTAL	4.525,3	4.605,4	4.899,7	5.895,5

Fuente: Bureau of Foreign Trade

El valor de importación de alimentos aumentó en más de un 15% durante el 2008, lo que representó un salto importante en relación con el crecimiento de los años 2007 y 2006. Si bien la mayoría de los rubros creció en términos de dólares, el salto más significativo y que

impulsó con fuerza las importaciones totales, se dio en el capítulo 10, Cereales.

Los alimentos congelados ocuparon el 21,46% del total de los productos alimenticios importados, creciendo a una tasa aun mayor, de 35%, lo que permitió que este sector aumentara su participación dentro de la canasta de importación de alimentos.

Además, durante el 2008 la producción de la industria alimenticia local también creció con fuerza, aumentando en cerca de un 10%, mostrando así una recuperación en relación a lo ocurrido el año anterior.

Por otro lado, el valor de producción local de productos congelados del año 2008 fue un poco inferior que 2007, mientras la importación aumento en 35,8%. Dentro del sector estan incluidos las frutas/verdura congeladas. Esta gran diferencia se debe a una mayor competitividad de productos congelados importados, los cuales provienen principalmente de EE.UU., Australia, Nueva Zelandia, China, y Canadá. El precio del sector frutas/verdura congeladas del mercado se mantuvo estable en 2007 respecto a 2006, llegando a un promedio de NT\$ 53,27 por kilo.

No existe producción local de berries salvo frutillas, por lo que en el mercado solo se encuentra producción importada, principalmente de Francia y China.

La cantidad de importaciones del año 2008 se mantuvo estable respecto al año anterior, sin embargo el valor total de importación aumentó, fruto del aumento de 30% del precio promedio por kilo. En los últimos 3 años la cantidad de importación ha quedado prácticamente estancada.

En general los berries se venden principalmente como insumo para la fabricación de alimentos elaborados, tales como mermeladas, jugos, postres, helados y otros productos. También se utilizan en la preparación de productos de pastelería y repostería.

En el caso de la frambuesa, normalmente los productos que incorporan este producto, destacan su valor nutritivo y su aporte a la mantención de la salud y belleza, todos atributos muy importantes para el consumidor taiwanés.

Solo una pequeña parte del total importado se vende directamente al consumidor, especialmente en algunos supermercados, a precios bastante altos, tanto congelados, como refrigerados o frescos, en cajitas plásticas transparentes.

El mercado mantiene las buenas perspectivas largo plazo, a pesar de ser un producto todavía poco conocido y de precio bastante más alto que otras frutas. De acuerdo a la apreciación del mercado, el precio al futuro tiende a ser mayor, debido a una menor oferta por parte de los países proveedores.

Lamentablemente el producto chileno prácticamente ha desaparecido del mercado, después de haber alcanzado el 2do. lugar el 2006.

La temporada de mayor consumo se da en invierno, especialmente entre enero y febrero, es el periodo que se encuentra menor variedad de frutas en el mercado durante el año, situación mas notoria para la hoteleria, que se sustituye por frutas congeladas. Al contrario, la temporada baja cae en verano, que es cuando la variedad de frutas locales es más amplia.

Es de suma importancia ofrecer producto con calidad estable en cuanto a grado de madurez, dulzura, y color.

El mercado prefiere productos cuyo sistema de producción cuenta con certificaciones, tales como ISO, protección del medio ambiente, y HACCP.

PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$) Y MAYORISTA

Precio promedio de importación: US\$ 3,35 (Kg./CIF)

Precio minorista: NT\$ 230 (US\$ 6,76) / 300 gm. Congelada de origen Australia/Caja plástica/IQF

NT\$ 230 (US\$ 6.76) / 170 gm. (Frambuesas frescas)/caja plastica transp. con orificios.

(Ambos precios son de supermercados de alta categoria)

NT\$ 370 (US\$10,88) / 1 kg. /congelada / bolsa plástica / origen Bélgica / venta directa vía Internet.

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

No se ha detectado la realización de campañas publicitarias para este tipo de productos en forma reciente.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Las importaciones son realizadas por importadores, los cuales distribuyen el producto a través de distribuidores mayoristas, especializados en productos congelados, que cuentan

con la logística necesaria para mantener la cadena de frío durante la distribución. Estos mayoristas abastecen a empresas que utilizan berries congelados como materia prima para elaborar sus productos (pastelerías, industrias de helados, manufactureras de postres congelados, etc.), así como hoteles, restaurantes, casinos y supermercados.

Algunas pocas grandes empresas que utilizan este tipo de productos y algunos supermercados hacen importaciones directas.

Se usa principalmente para la industria de alimentos, por lo que básicamente se transa a nivel de mayoristas.

El sector de Hotelería compra el producto para elaborar variedad de postres y repostería y consume mas en época de invierno, cuando en el mercado hay relativamente pocas variedades de frutas.

Fabricantes /procesadores de postres: algunos de ellos realizan importación directa, mientras algunos otros compran como materias primas a través de importadores.

A consumidor final solo se vende esporádicamente en algunos supermercados orientados a la clase ABC1. Debido a su naturaleza y valor, se suele colocar el producto en lugares de mayor visibilidad de la estantería, y suele ofrecer pocas alternativas de presentación, solo 1~2 opciones es lo habitual.

Venta a través de Internet es otro medio de comercialización. Es cada vez más común encontrar oferta por este vía. El producto se entrega en cajas especiales para mantener la frescura y calidad.

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

En distribución al por mayor se comercializa principalmente en bolsa plástica, que se mantienen a -18~-20 grados. Se empaqueta entre 1~1,3 kilo por bolsa. Normalmente se mantiene el empaque original, para no afectar la calidad del producto.

A público final en supermercados, se vende refrigerada, en cajas plásticas transparentes. Se exige que el producto exhiba etiqueta en idioma chino, así como la tabla de valores nutritivos.



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

La frambuesa es un producto todavía muy poco conocido en Taiwán, por lo que su consumo es aún muy bajo, estabilizándose durante los 2 últimos años en cerca de 90 toneladas por año en forma congelada. El producto congelado se consume mayormente en industrias de alimentos y pastelería, por lo que el precio, junto a la capacidad de entrega a tiempo, son factores importantes que el comprador considera al tomar su decisión de compra.

Francia es el claro dominador del mercado, con una participación promedio durante los 3 últimos años de cerca del 70%. China se ha posicionado firme en el 2do. lugar, con un producto mucha mas barato que Francia, obteniendo cerca del 10% del mercado.

Chile ingresó al mercado en forma esporádica e inestable en el tiempo, alcanzado incluso el 2do. lugar el año 2006, sin embargo durante los 2 últimos años ha desaparecido. Los precios internos han bajado en el último tiempo, producto básicamente del ingreso de China, que ha estado ganando terreno. Esta situación dificulta las opciones para el producto chileno que tiene un mayor costo de flete para acceder al mercado.

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

No existe una feria especializada para frutas y vegetales. La feria sería más apropiada es Food Taipei, que es la feria más importante para el rubro de alimentos en general, la cual se realiza cada año, en el mes de junio en la ciudad de Taipei y en la cual se promocionan todo tipo de productos alimenticios.

Esta feria es organizada por "Taiwan External Trade Development Council" y la versión 2009 se realizará desde el 18 al 21 de junio.

Para mayor información ver 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>
- Venta virtual:
http://www.scstw.com.tw/web/03pro/pro01_2_1.htm