
2018



El mercado del Aceite de Oliva en Taiwán

Cámara de Comercio de España en Taipéi

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIOS
DE MERCADO

5 de julio de 2018
Taipéi

Este estudio ha sido realizado por
Ariadna Domènech Olivella

Bajo la supervisión de la Cámara de Comercio de España en Taipéi.

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 060-18-042-8



El mercado del aceite de oliva en Taiwán resulta de especial interés para las empresas españolas al ser casi inexistente la producción local de este producto. El valor de las importaciones de aceite de oliva virgen ha mostrado una tendencia positiva en los últimos años, consecuencia del mayor conocimiento que tiene la población del producto tras las primeras décadas de comercialización en la isla. El aceite de oliva refinado, sin embargo, muestra cierta tendencia negativa.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA TAIWANESAS

En kg y en USD. TARICs estudiados: 15.09.10 y 15.09.90.

Categoría	2015		2016		2017		Δ 2015-2017	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
Aceite de oliva virgen	3.483.008	19.427.352	2.928.868	16.483.694	3.597.261	22.624.652	3,28%	16,46%
Aceite de oliva refinado	4.595.908	21.711.306	3.517.693	17.123.891	3.969.944	21.239.886	-13,62%	-2,17%

Fuente: Bureau of Trade of Taiwan – Trade Statistics.

En cuanto a la procedencia de estas importaciones, los datos de los últimos años muestran que los claros líderes del mercado en Taiwán son Italia, España y Grecia. Estos tres países juntos representaron el 95,42% de las importaciones totales de aceite de oliven virgen en el pasado año 2017 y el 93,28% de las importaciones de aceite de oliva refinado.

PROCEDENCIA DE LAS IMPORTACIONES TAIWANESAS DE ACEITE DE OLIVA VIRGEN

En kg y en USD. TARIC estudiado: 15.09.10.

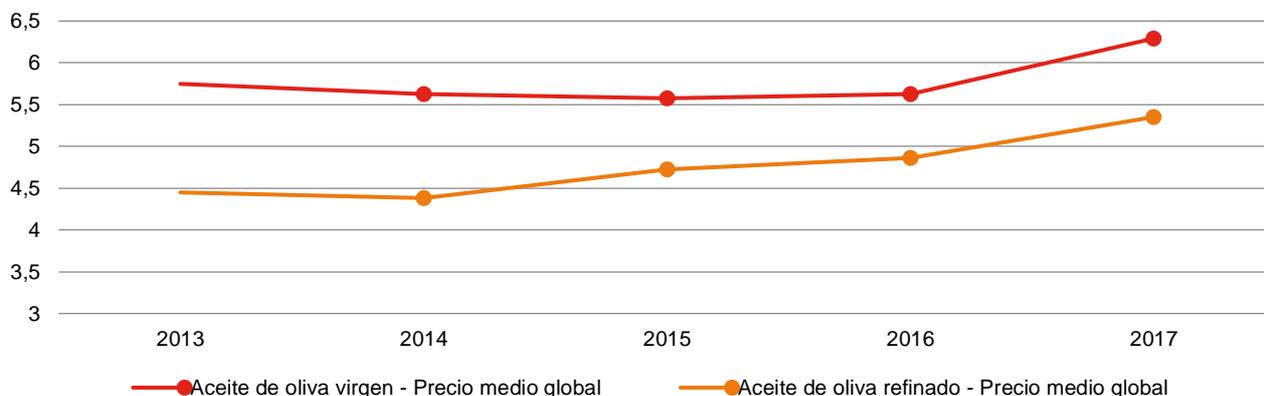
País	2015		2016		2017		Δ 2015-2017		Cuota En 2017
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	
Italia	1.567.928	8.760.927	1.393.850	7.755.216	1.579.628	10.217.710	0,75%	16,63%	45,16%
España	1.059.815	5.548.219	836.133	4.376.016	1.375.304	8.046.428	29,77%	45,03%	35,56%
Grecia	593.056	3.423.894	463.400	2.769.057	477.423	3.204.618	-19,50%	-6,40%	14,16%
Australia	40.955	287.370	49.829	337.716	52.442	365.804	28,05%	27,29%	1,62%
Turquía	40.472	257.288	15.741	128.024	31.254	175.765	-22,78%	-31,69%	0,78%
Sudáfrica	19.649	77.889	18.875	96.908	21.739	122.750	10,64%	57,60%	0,54%

Fuente: Bureau of Trade of Taiwan – Trade Statistics.

Aunque la percepción del aceite de oliva español ha mejorado en los últimos años, la mayoría de los consumidores taiwaneses sigue asociando este producto con Italia. Este desconocimiento del papel de líder que ostenta España en la producción mundial de aceite de oliva se debe, en parte, al hecho de que el producto italiano fue el primero en comercializarse en la región. El elevado número de restaurantes italianos presentes en la isla también favorece al posicionamiento del artículo italiano, que se percibe como característico de la gastronomía mediterránea.

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS MEDIOS DEL ACEITE DE OLIVA EN TAIWÁN

Valor medio en USD por kilogramo. TARICs estudiados: 15.09.10 y 15.09.90.

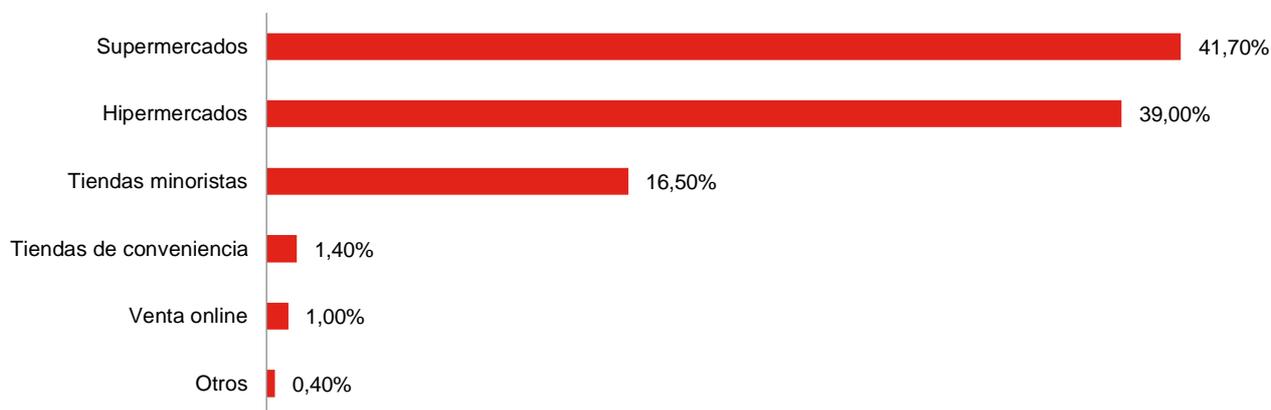


Fuente: Bureau of Trade of Taiwan – Trade Statistics.

En relación con los precios medios de venta, cabe destacar que las importaciones de ambos tipos de aceites provenientes de los tres países líderes (Italia, Grecia y España) se encarecieron este pasado 2017 en comparación con 2016. El precio medio de las exportaciones de aceite español, sin embargo, sigue siendo inferior al precio medio global en ambas categorías.

PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN DEL ACEITE Y DEMÁS GRASAS EN TAIWÁN

% sobre el valor total de venta. Datos de 2014.



Fuente: Euromonitor International.

En cuanto a los puntos de venta, cabe apuntar que los supermercados han logrado posicionarse como los destinos favoritos de los consumidores taiwaneses para adquirir los productos de compra regular. Los hipermercados, por su lado, se están viendo amenazados por la rápida expansión de los supermercados y han logrado crecer menos durante los últimos años.

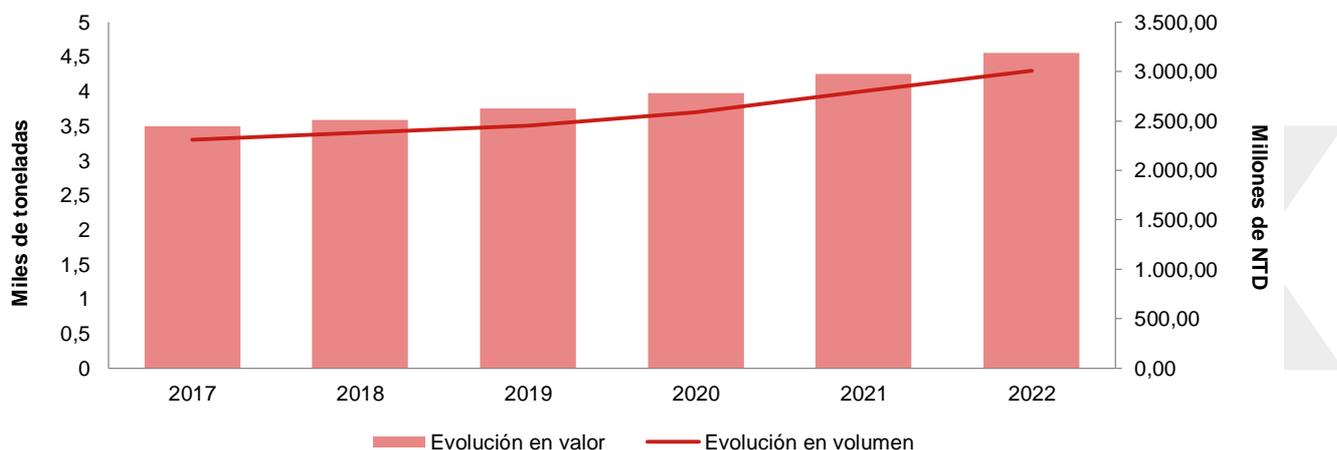
En relación con el envase del producto es necesario mencionar que, si bien se pueden encontrar aceites enlatados en la isla, la gran mayoría de la oferta se basa en aceite envasado en botellas

de vidrio. Además, dada la baja tasa de natalidad de la región y el envejecimiento de la población, se recomienda comercializar el producto en formatos pequeños, de entre 0,5L y 1L.

Finalmente, analizando las perspectivas de crecimiento del mercado del aceite de oliva en Taiwán, datos de *Euromonitor International* confirman que se mantendrá la tendencia positiva en los próximos años, ligeramente más lenta en términos de volumen (30,30% hasta 2022) que en valor (30,51% hasta 2022), implicando que los consumidores taiwaneses seguirán apostando por los productos de mejor calidad al considerarlos más seguros. Las alternativas más económicas dirigidas a aquellos consumidores con una demanda elástica, sensibles a los precios, seguirán perdiendo su espacio en los estantes de la isla.

EVOLUCIÓN DEL SECTOR: PERSPECTIVAS DE FUTURO

Evolución del mercado del aceite de oliva en Taiwán tanto en volumen como en valor.



Fuente: *Euromonitor International*.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece
ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar
la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

900 349 000 (9 a 18 h L-V)

informacion@icex.es

www.icex.es

