
Estudio de Mercado Carne Ovina y Caprina en Taiwán

Febrero 2012

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Taipei

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	4
1. Arancel General:	4
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):	5
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	5
5. Barreras Para – Arancelarias	5
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	5
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	5
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	6
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	7

<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	7
1. Estadísticas 2010	8
2. Estadísticas 2009	9
3. Estadísticas 2008	10
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	12
1. Potencial del producto.	12
1.1. Formas de consumo del producto.	15
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)	16
1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).	16
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.	16
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	16
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución</i>	17
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i>	18
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i>	18
<i>IX. Características de Presentación del Producto</i>	19
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i>	20
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto</i>	22
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	23

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

- 0204 3000 Canales o medias canales de cordero, congeladas
- 0204 4100 Las demás carnes de animales de la especie ovina, en canales o medias canales, congeladas
- 0204 4210 Paleta de animales de la especie ovina, sin deshuesar, congelada
- 0204 4220 Pierna de animales de la especie ovina, sin deshuesar, congelada
- 0204 4230 Silla de animales de la especie ovina, sin deshuesar, congelada
- 0204 4290 Los demás cortes sin deshuesar, de animales de la especie ovina, congelados
- 0204 4300 Las demás carnes deshuesadas, de animales de la especie ovina, congeladas

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Carne Ovina

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

- 0204 4100 005 Carcasses and half carcasses of sheep, frozen
- 0204 4200 004 Other cuts of sheep, with bone in, frozen
- 0204 4300 003 Meat of sheep, boneless, frozen
- 0204 5000 209 Meat of goats, frozen

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

Chile como país miembros de la OMC está sujeto a un arancel de **15% o NT\$11,3/kg** (valor más alto entre ambos) ad-valorem.

El impuesto es 19% o NT\$11,3/kg ad-valorem para países no pertenecientes a la OMC.

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (*):

No existe arancel preferencial para el producto chileno

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Guatemala y Nicaragua 9% o NT\$11,3/kg,

El Salvador y Honduras 11% o NT\$8,2/kg, y

Panamá 3% o NT\$2,2/kg.

4. OTROS IMPUESTOS:

Impuesto al Valor Agregado: **5%**. No existen otros impuestos a la importación.

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

En la actualidad, existe una prohibición de importar carne ovina. Está pendiente el levantamiento de las restricciones – para el caso de Chile – tras la visita de las autoridades taiwanesas a los mataderos y plantas procesadoras en Chile (a realizarse posiblemente durante el primer semestre del 2012). Únicamente Australia y Nueva Zelanda cuentan con permisos de ingreso al mercado local de consumo para carnes ovinas.



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

La importación está sujeta a las prescripciones descritas en el Listado de Commodities Sujetos a Cuarentena Legal de Animal & Plantas generado por el Bureau of Animal and Plant Health Inspection and Quarantine, Council of Agriculture, Executive Yuan. (Por favor contacte a BAPHIQ para dichos requisitos, o visite la página web de BAPHIQ: <http://www.baphiq.gov.tw> .)

La importación de alimentos debe cumplir con la "Regulations for Inspection of imported Food and Food-relevant produces" promulgada por el Department of Health del Executive Yuan. El importador debe postular a la inspección en el Food and Drug Administration, Department of Health, Executive Yuan (FDA). (Contacte al Food and Department Administration, Department of Health, Executive Yuan (FDA) para los requisitos de cada inspección)

Para mayor información, se podrá consultar la página web de las autoridades locales:

**** Food & Drug Administration:** <http://www.fda.gov.tw/eng/index.aspx> (versión en inglés)

Elegir la opción "Law & Regulations", a continuación

Elegir la opción "Food", bajo este apartado se encontrará todas las regulaciones relacionadas con Alimentos. Entre las cuales, son 5 regulaciones que debe considerarse con la entrada de Carne Ovina:

No. 3: Veterinary Drug Residue Limits

No. 26: Sanitation Standard for fresh meats

No. 27: Standard for pesticide residue limits in livestock and poultry products

No. 18: Sanitation standard for frozen foods.

No. 19: Sanitation standard for general foods

****Bureau of Animal and Plant Health Inspection and Quarantine:** <http://www.baphiq.gov.tw/homeweb5.php>

Regulaciones se encuentra en: http://www.baphiq.gov.tw/admin/upload/twgov_file_201107262345362.pdf

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

- **BAPHIQ (Consejo de Agricultura)**

- Food & Drug Administration

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)



Estadísticas – Importaciones

Carne de Cordero fresca y congelada,

Código arancelario local : 0204

4. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Nueva Zelanda	10.661.704	49.071,80	55,4
Australia	9.899.972	42.863,45	44,6
Subtotal	20.561.676	91.935,25	100,0
Total	20.561.676	91.935,25	

5. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Nueva Zelanda	12.551.924	45.094,56	55,3
Australia	10.628.435	36.443,49	44,7
Subtotal	23.179.924	81.538,05	100,0
Total	23.179.924	81.538,05	

6. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Australia	12.656.215	35.409,2	60,0
Nueva Zelanda	6.914.896	23.628,8	40,0
Subtotal	19.571.111	59.038,1	100,0
Total	19.571.111	59.038,1	

7. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Nueva Zelanda	15.129.392	44.641,7	55,3
Australia	12.395.628	35.980,5	44,7
Subtotal	27.525.020	80.622,2	100,0
Total	27.525.020	80.622,2	

Fuente: Bureau of Foreign Trade, Ministry of Economic Affairs.

Carcasses and half carcasses of sheep, frozen

Código aranc. Local: 0204 4100 005

8. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Nueva Zelanda	2.074.878	8.212,1	94,7
Australia	116.451	464,1	5,3
Subtotal	2.191.329	8.676,2	100,0
Total	2.191.329	8.676,2	

9. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Nueva Zelanda	1.619.035	5.076,8	77,8
Australia	441.890	1.451,2	22,1
Subtotal	2.060.925	6.528,1	100,0
Total	2.060.925	6.528,1	

10. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Nueva Zelanda	1.411.804	2.537,4	52,6
Australia	971.386	2.288,7	47,4
Subtotal	2.383.190	4.826,1	100,0
Total	2.383.190	4.826,1	

11. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Nueva Zelanda	4.349.116	9.872,2	95,0
Australia	234.597	510,5	4,9
Subtotal	4.583.713	10.382,7	100,0
Total	4.583.713		

Fuente: Bureau of Foreign Trade, Ministry of Economic Affairs.

Carne de Cordero, deshuesada y congelada

Código aranc. Local: 0204 4300 003

12. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Australia	4.170.828	17.709,9	53,6
Nueva Zelanda	3.326.890	15.322,8	46,4
Subtotal	7.497.718	33.032,8	100,0
Total	7.497.718	33.032,8	

13. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Nueva Zelanda	5.354.207	19.667,0	59,5
Australia	3.519.291	13.388,1	40,1
Subtotal	8.873.498	33.055,1	100,0
Total	8.873.498	33.055,1	

14. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Australia	6.022.566	17.624,3	68,5
Nueva Zelanda	2.682.294	8.087,4	31,5
Subtotal	8.704.860	25.711,7	100,0
Total	8.704.860	25.711,7	

15. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Australia	10.413.722	16.623,8	53,3
Nueva Zelanda	5.549.5	14.565,4	46,7
Subtotal	4.864.2	31.189,2	100,0
Total	4.864.2	31.189,2	

Fuente: Bureau of Foreign Trade, Ministry of Economic Affairs.

Carne de Cabra congelada

Código Arancelario Local: 0204 5000 209

16. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Australia	3.851.449	13.080,7	100,0
Subtotal	3.851.449	13.080,7	100,0
Total	3.851.449	13.080,7	

17. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Australia	4.143.404	12.271,4	99,4
Nueva Zelanda	25.714	77,3	0,6
Subtotal	4.169.118	12.348,8	100,0
Total	4.169.118	12.348,8	

18. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Australia	3.615.923	8.864,8	98,4
Nueva Zelanda	32.775	147,1	1,4
Subtotal	3.648.698	9.012,1	100,0
Total	3.648.698	9.012,1	

19. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Australia	4.035.219	11.044,0	96,6
Nueva Zelanda	139.849	389,2	3,4
Subtotal	4.175.068	11.433,2	100,0
Total	4.175.068	11.433,2	

Fuente: Bureau of Foreign Trade, Ministry of Economic Affairs.

Demás cortes de carne ovina con huesos congelada

Código aranc. Local: 0204 4200 004

20. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Nueva Zelanda	5.140.489	24.451,7	73,9
Australia	1.607.955	8.862,8	26,1
Subtotal	6.748.444	33.314,4	100,0
Total	6.748.444	33.314,4	

21. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Nueva Zelanda	5.363.166	19.451,4	72,8
Australia	2.327.595	7.266,4	27,2
Subtotal	7.690.761	26.717,8	100,0
Total	7.690.761	26.717,8	

22. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Nueva Zelanda	2.682.332	12.388,9	71,5
Australia	1.902.613	4.936,8	28,5
Subtotal	4.584.945	17.325,8	100,0
Total	4.584.945	17.325,8	

23. ESTADÍSTICAS 2008

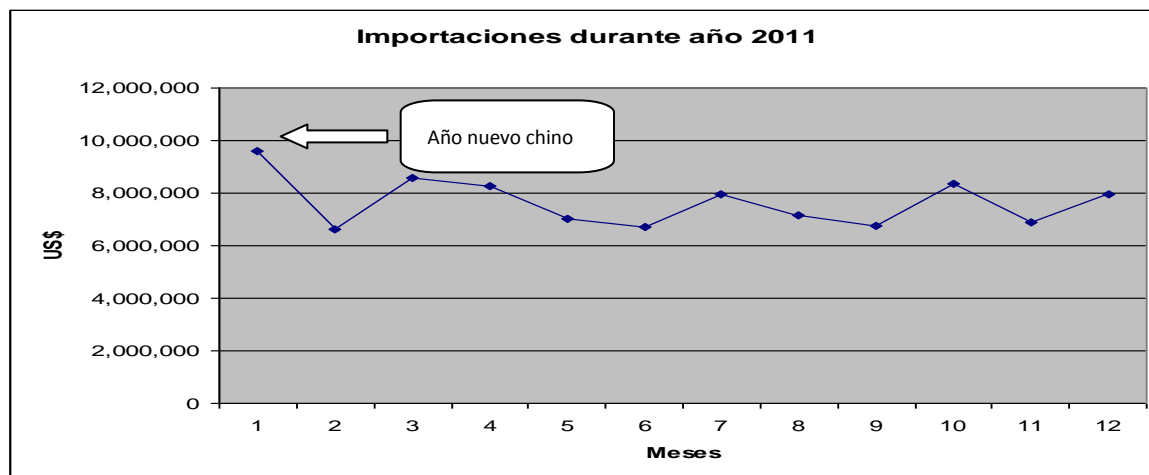
Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Nueva Zelanda	5.706.178	19.509,8	76,9
Australia	2.394.135	5.857,9	23,1
Subtotal	8.100.313	25.367,7	100,0
Total	8.100.313	25.367,7	

Fuente: Bureau of Foreign Trade, Ministry of Economic Affairs.

IV. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

El mercado de carne ovina no es tan grande como el de la carne de cerdo, pero aún así, se mantiene estable la cantidad demandada, ya que el consumidor local tiende a alimentarse más nutritivamente en el período Otoño-Invierno, y la carne ovina es un tipo de alimento que el consumidor local considera de alta nutrición y sano. La cantidad de demanda durante 2000-2010 rondó entre 26-37 mil toneladas, siendo los años entre 2004-2006 los de mayor volumen de consumo observado.



Situación de importación

La importación de carne ovina empezó en 1984, ocupando desde entonces las importaciones un 90% (aprox.) del mercado de la carne ovina, con poca producción local. Entre los volúmenes importados, 98% corresponde a carne congelada. Entre las distintas partes de carne ovina importada, la que reviste mayor importancia en cuanto a su volumen de importación es Carne Ovina Deshuesada; enseguida vienen Cortes de Ovina con Hueso, Carne de Caprina, y Carne Ovina.

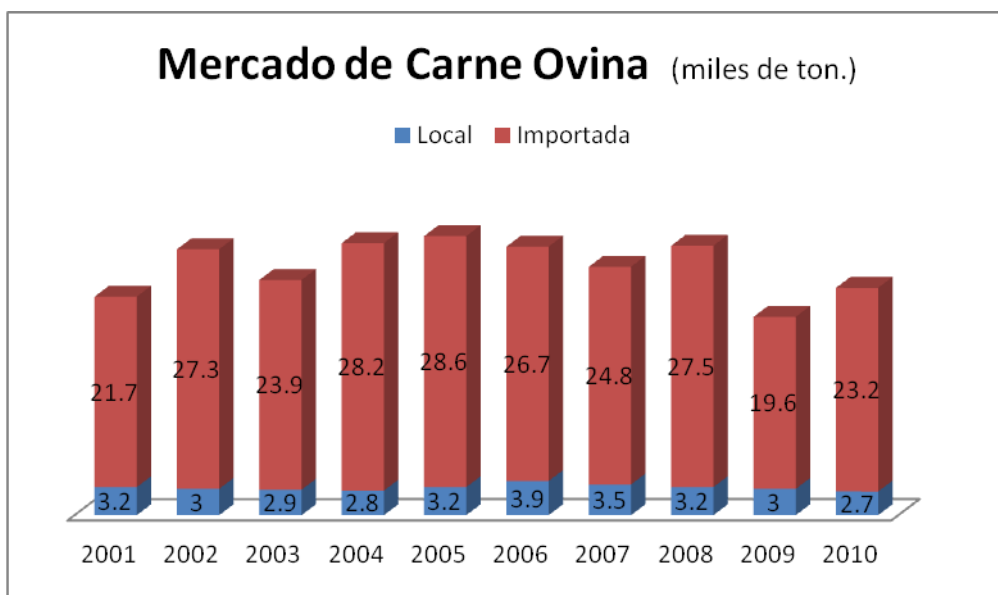
Dentro del mercado de venta a mayorista, los únicos proveedores internacionales son Australia y Nueva Zelanda, el mercado local está importando 23.000 ton anualmente., equivalente a US\$81,5 millones, mientras el valor de la producción local por año es aprox. US\$34 millones. La cantidad de consumo per cápita es 1,2 kg. que incluye todo tipo de carnes ovinas y caprina, sin incluir animales vivos, preparaciones de subproductos que son de menor importancia, volumen importado entre 2001-2010 ronda entre 20-29 miles toneladas, no mostrando mayor tendencia de crecimiento, mientras el valor de importación sí se refleja aumento durante dicho período, situación que se debió al aumento del precio unitario por kilo. Sólo con la producción local, la demanda no puede satisfacerse durante el año 2010 y 2011.

Carne de producción local

La carne ovina de producción local solo ocupa 10% del mercado total. La calidad es alta pero el precio es mucho más alto en comparación con el del producto importado. Se acostumbra a comercializar la carne con hueso y piel. La demanda en invierno es mayor, especialmente en **la época del año nuevo chino**; mientras más frío el tiempo mayor demanda por carne ovina.

Año		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Q produc. (Ton.)		3.2	3	2.9	2.8	3.2	3.9	3.5	3.2	3	2.7
Q import. (Ton.)		21.7	27.3	23.9	28.2	28.6	26.7	24.8	27.5	19.6	23.2
Suma		24.9	30.3	26.8	31	31.8	30.6	28.3	30.7	22.6	25.9

Fuente: National Animal Industry Association



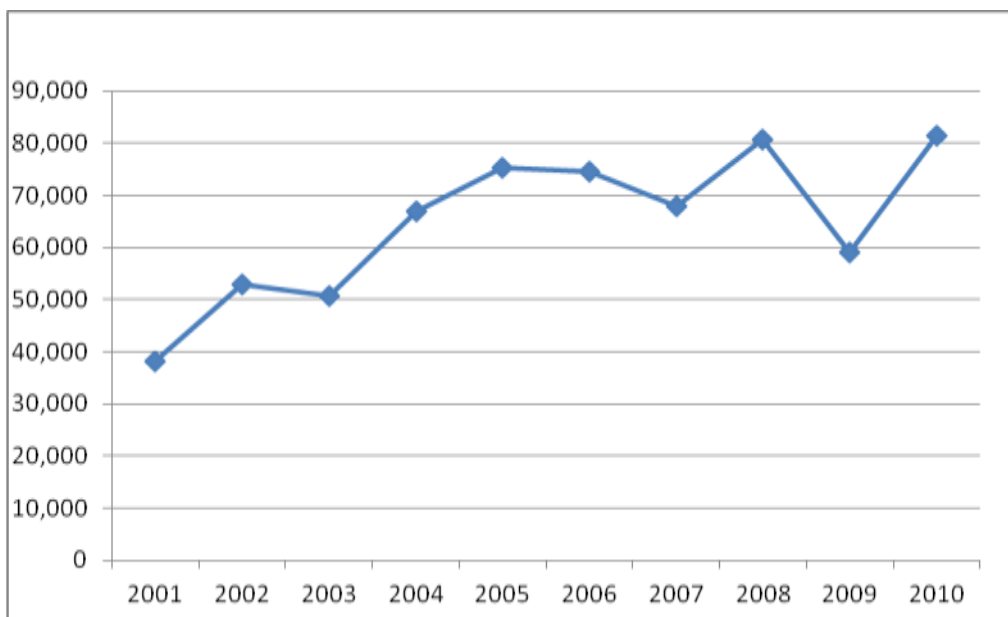
Cantidad y valor de importación Carne Ovina

	Cantidad (kg)	USD mil
2001	21,773.99	38,069
2002	27,253.21	52,834
2003	23,889.03	50,724
2004	28,166.41	66,915
2005	28,631.27	75,340
2006	26,710.67	74,482

2007	24,795.13	67,890
2008	27,525.02	80,622
2009	19,571.11	59,038
2010	23,179.92	81,536
Total	251,495.75	647,450.20

Fuente: National Animal Industry Association

Valor de importación entre 2001-2010 (miles de USD)



Fuente: National Animal Industry Association

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

El consumidor en general consume la carne en forma de rodaja fina y pequeña (pasada de sartén), y en forma de trozos (cocinada como parte de una sopa, quedando la carne muy cocida y blanda), mientras las costillas se ofrecen en restaurantes de estilo occidental, normalmente de segmento alto, los cuales, imponen un precio Premium. Lo que más toma en consideración el consumidor taiwanés es la frescura de la carne. En el caso de la carne procesada, el sabor es el que reviste la consideración más importante para la fidelización de consumidor.

La carne ovina se consume en todo el territorio, pero la forma de preparación y el lugar de consumo difiere un poco, dependiendo de si es zona rural o urbana. Un consumidor en zona urbana acostumbra a consumir en restaurantes, mientras el consumidor en zonas rurales la prepara en su hogar.

La forma de preparación más común y preferida en general es con sopa caliente (ver foto No.1&2 de apartado VIII Características de presentación), luego viene la forma salteada, y asada.

Actualmente, puede observarse dos proyecciones significativas en el mercado de la carne.

1. La oferta de productos orgánicos crece
2. El auto-servicio al cliente se extiende (canales de comercialización) por la venta de carne fresca y congelada

Igual en otros segmentos del retail de alimentos, la demanda por productos orgánicos crece en el sector de carnes de manera muy dinámica.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

Existe un bajo porcentaje de comercialización por internet. La calidad de esta carne es alta, por lo que el precio también es más alto.

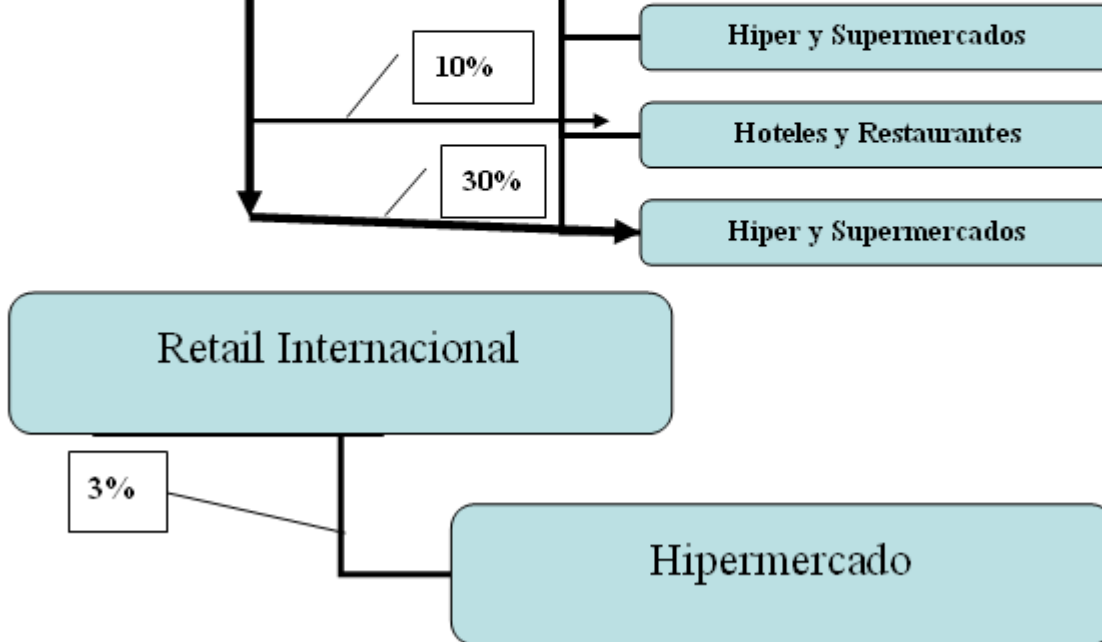
1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

El precio es el factor más importante para un importador, pero el precio ha subido año a año. Solo Australia y N. Z. están proveyendo 90% de la cantidad total de demanda de este mercado. Este hecho responde también a las restricciones impuestas por Taiwán a la importación de carne.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

La época de consumo se concentra en otoño e invierno, especialmente entre Octubre y Marzo. Durante dicho período la cantidad de consumo ocupa 70% del consumo total del año, tanto de carne importada como de producción local.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.



El importador comercializa la carne por medio de supermercados, hipermercados, fábricas procesadores, para ser vendida en forma de trozos, rodaja fina, costilla. Mientras la carne de producción local se vende al por menor en el mercado tradicional y restaurantes. La unidad de negocio de los productores locales es relativamente pequeña y sus negocios son independientes e individuales; por otro lado, la carne importada se comercializa por medio de cadenas de supermercados con volúmenes de comercialización mucho mayores, periódicos, y con una mayor rotación de ventas.

La venta virtual también es otro canal, pese a que la cantidad de comercialización es pequeña. Los precios son relativamente altos, ya que la calidad del producto que se comercializa por esta vía es alta.

La carne procesada: Esta se refiere a carne preparada, sea aliñada de salsa o cocida, o preparada con otros ingredientes. Las fábricas procesadoras y restaurantes son los principales transformadores de carne ovina cruda en carne preparada o semi-preparada, para consumir en forma rápida. Este canal tiene un peso mayor, ya que la mayoría de consumidores no tienen costumbre de comprar la carne cruda con el objetivo de prepararla en casa, sino que mucho de ellos consumen en restaurantes, o compran la carne ya procesada. En los supermercados e hipermercados se encuentran la carne ovina procesada, embolsada, de manera tal que solo se requiere una preparación fácil y rápida (ver foto No.6 en Apartado VIII. Características de presentación). Esto responde a las características de consumo de la sociedad taiwanesas, habituada a comer fuera de casa, o a comprar comida preparada con el fin de ahorrar tiempo. El comer fuera de casa es un fenómeno masivo que ha llevado a la generación de economías de escala, lo cual lo convierte en una actividad que llega a ser incluso más barata que comer en casa.

Los tipos de restaurantes que ofrecen la carne ovina importada son:

- Restaurantes de comida occidental, normalmente de categoría alta
- Restaurantes especializados de carne con sopa (shapu shapu),
- Restaurantes de carne salteada (Tepanyaki).

VI. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Precio promedio de importación (frescas, frias, congeladas): USD3, 518 / Kg / CIF

Precio por mayor:

*Importada: NT\$180/kg/congelada/en rodaja o en trozo/origen Australia y N.Z.

Precio retail:

*NT\$350 a 650/kg/congelada/Costilla/Origen N.Z./Bolsa al vacio

NT\$35 / 100g / rodaja fina y trozos en congelada/ origen de Australia / en bandeja de polietileno / supermercado

VII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN

UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Dada la baja competencia existente en el mercado, generada por escaso número de actores, no se ha detectado campañas de promoción identificada con la carne del cordero.

VIII. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO



Foto No.1 cordero



Foto No.2 cordero



Foto No.3 filetes de cordero Origen N.Z.



Foto No.4 cordero



No.5 Filete de cordero- Venta en supermercado



No. 6 Envase de carnes de cordero procesada y congelada – Carne para sopas

IX. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

En la actualidad se está generando una coyuntura política muy favorable al ingreso de mayores volúmenes de carne ovina. Los problemas generados por el ingreso de carne de vacuno con ractopamina ha generado una contracorriente de consumo, mediante la cual el consumidor taiwanés evita dichos productos. Sumado a ella, un brote importante del virus H5N2 en la producción local de pollos, provocando una importante disminución en el consumo de carne de ave. Esta coyuntura dispondrá al consumidor a buscar alternativas de consumo cárnico. Pese a que seguirá primando el consumo de carne porcina, se espera un importante *spillover* hacia la carne ovina.

Se recomienda, en primer lugar, poner especial atención al levantamiento de la restricción de importación de carnes para utilizar la favorable coyuntura. En segundo lugar, es de vital importancia cuidar la calidad uniforme del producto, que tendrá por competencia únicamente a Australia y Nueva Zelanda, países que producen con altos índices de calidad. En un momento en que problemas sanitarios afectan a la carne de ave y de vacuno, el consumidor taiwanés es especialmente cuidadoso en la selección de las carnes.

En tercer lugar, y dada la forma de consumo del mercado, se recomienda buscar alianzas con procesadores de alimentos, ya que, el consumo directo de la carne ovina es minoritario y no afecta el grado de competitividad por parte del productor local como también, la determinación de precios, ya que, el objetivo final es optimizar mayor demanda de carnes ovina en el mercado taiwanés. Es evidente, que esto facilitará la entrada al mercado, y disminuirá los costos asociados a dicho ingreso.

La visión para el sector de la carne chilena en Taiwán, debe estar orientada a mostrar que los mayores esfuerzos deben estar a conseguir mayor seguridad y transparencia en la cadena de producción y comercialización, lo que obtendrá un eco muy positivo entre retail y los consumidores locales.

Habría que señalar que existe una visión compartida en el que Chile goza de un status sanitario reconocido por las autoridades locales y consumidores de este mercado. Esto implica promover la nueva estrategia de calidad y seguridad en los alimentos destinada a garantizar y mejorar la infraestructura y proceso del sector nacional. Con el objeto de consolidar la industria de la carne ovina, los agricultores ganaderos y plantas faenadoras, comerciantes, es decir toda estructura comercial que intervienen en el proceso de producción y venta deben mantenerse unidos formando una alianza para una protección del patrimonio productivo “calidad y seguridad”.

Las últimas coyunturas económicas como la baja del dólar americano y el cierre de algunos mercados productores, a provocado que los precio de las carnes ovina dependiendo del tipo de cortes, se dispararán a nivel internacional. Ahora bien, se recomienda a los industriales ligados a la producción de carne de cordero producir hacia lo orgánico aunque tienen poco adeptos y pioneros todavía en Chile, es un nicho de mercado que se en camina a una tendencia de una alta demanda y comercialización en el mediano plazo en este mercado “es una nueva forma de vida para el consumidor local”. En este dinámico escenario, las principales cadenas de supermercado y puntos de venta especializados comienzan a ofrecer productos BIO. Vale informar que por medio de encuesta realizada en el presente año, se dio a conocer que un alto % de la población desea adquirir productos ecológicos en un futuro cercano aunque el precio sigue siendo el criterio principal de la decisión final del consumidor.

También ha llegado al sector la mega tendencia “wellness” con una serie de productos innovadores que pretenden satisfacer el apetito de los consumidores taiwaneses, especialmente la nueva generación. El mundo está viviendo cambios a nivel climático y de hábitos de consumo de sus habitantes, se prevé que en unas décadas el consumo de alimentos se duplicará a nivel mundial, a medida que los países se desarrollen son más demandantes de alimentos y la industria agroindustrial deberá satisfacerlas necesidades crecientes.

X. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Food Taipei – 27 – 30 de Julio 2012. Principal feria de Alimentos de Taiwan

Food Taipéi 2012 es la respuesta más apropiada e importante para dar a conocer la imagen de Chile a los canales de distribución de Taiwán respecto del sector agroindustrial. Como país, Chile busca posicionarse como proveedor de alimentos de calidad, saludables y competitivos, también es una buena oportunidad para captar la fuente de información de importadores de primer nivel y conocer mejor el negocio del sector. En Food Taipéi 2012 el

exportador chileno puede reunirse en un solo lugar con nuevos clientes, establecer cientos de contactos y presentar sus productos en forma eficaz a los visitantes profesionales de alto nivel. Organizadores realizan una amplia campaña de marketing y promoción fin atraer nuevos visitantes locales e internacionales al recinto ferial.

Cada año más, Food Taipéi se supera a sí misma por si calidad de la exhibición y la enorme afluencia de visitantes profesionales, lo cual, marca un nuevo hito para la feria del 2012. Año tras año, este evento ferial se ido posicionando como la principal oferta a nivel local como también, en el entorno del Asia.

XI. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

<http://eweb.trade.gov.tw>

Bureau of Foreign Trade, Ministry of Economic

<http://www.dgbas.gov.tw>

Directorate General of Budget, Accounting and Statistics, Executive Yuan

<http://www.fda.gov.tw/eng/index.aspx>

Food & Drug Administration, Department of Health

<http://web.costums.gov.tw>

Directorate General of Customs, Ministry of Finance

<http://www.naif.org.tw>

National Animal Industry Foundation

Documento Elaborado por: Oficina Comercial de ProChile-Taipéi