



Informe comercial elaborado por la
Oficina Comercial y Cultural Argentina
en Taiwán.

21 de septiembre de 2020



Argentina

Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Oficina Comercial y Cultural Argentina
en Taiwán

INFORMACIÓN DE MERCADO

Agua Mineral

- Sitios útiles

Regulaciones de Importación y Exportación

https://fbfh.trade.gov.tw/fh/ap/queryCCCRegFormf_e.do

Información de Tarifa

https://portal.sw.nat.gov.tw/APGQ/LoginFree?request_locale=en_US

Estadísticas <https://cus93.trade.gov.tw/FSCE010F/FSCE010F/>

Código Arancelario	22011010
Descripción del Producto	Agua mineral sin azúcar
Descripción del Mercado	<p>Taiwán (Territorio Aduanero Distinto de Taiwán, Penghu, Kinmen y Matsu).</p> <p>Las ventas de agua embotellada representan alrededor de un 10% del total de las ventas de bebidas en Taiwán. La imagen que el consumidor taiwanés tiene del agua importada es la de un producto premium y de calidad. El precio de las marcas importadas suele ser superior al de las marcas locales.</p> <p>En Taiwán, el agua embotellada que más se consume es purificada; y el mercado de agua mineral está cubierto por las aguas importadas de Francia e Italia.</p> <p>El precio de las marcas importadas suele ser superior al de las marcas locales pero, los consumidores cada vez son más conscientes de los efectos beneficiosos para la salud que el agua mineral posee. Este hecho junto con el constante aumento de la renta de un importante sector de la sociedad, están provocando el aumento de las ventas de marcas de agua importada.</p> <p>Según las encuestas los factores que influyen en el consumidor taiwanés a la hora de la decisión de compra de agua embotellada por orden de</p>

	<p>importancia, son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Marca renombrada 2) Precio 3) Conveniencia (facilidad de compra, transporte y consumo) 4) Sabor 5) Salud y nutrición (calidad y tipo de agua)
Arancel importación general (%)	<p>Para miembros de la OMC es 5% del total del precio CIF.</p> <p>Como Panamá, Guatemala, Nicaragua, El Salvador, Honduras, Singapur y Nueva Zelanda tienen un acuerdo de comercio preferencial están libres de arancel.</p> <p>Para no miembros de la OMC es 10% total del valor.</p>
Arancel importación para Argentina (%)	5% del valor del precio CIF
Documentación exigida por la Aduana Local	El importador debe aplicar a un permiso de inspección ante la FDA local.
Canales de comercialización	<p>Los principales canales de distribución de agua embotellada en Taiwán son los siguientes por orden de importancia:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Tiendas de conveniencia: Alrededor del 50% de las ventas de agua embotellada en Taiwán se producen en este canal. El tamaño de los establecimientos de este tipo suele ser pequeño. Por tanto, el espacio que se dedica al agua embotellada no es demasiado grande, aunque sí es considerable en comparación con el que se dedica al resto de bebidas no alcohólicas. El tamaño de botella que está más presente es el comprendido entre los 500ml y los 850ml, seguido de las botellas de 2000ml ó 2200ml y unas pocas garrafas de 5 litros. La variedad de marcas presentes en las tiendas de conveniencia no es muy amplia, quizás 12 ó 13 marcas diferentes. Entre estas marcas siempre se encuentran, al menos 4 de las líderes locales y al menos 2 de las líderes de importación (Evián y Volvic). Los establecimientos de este tipo más importantes en Taiwán son 7-11, Hi-Life, OK y Family Mart. 2) Hipermercados: En este canal se concentran alrededor del 35% de las ventas. La oferta de

diferentes marcas de agua en estos establecimientos no es demasiado grande, si se tiene en cuenta el amplio espacio que se dedica a su venta. En los hipermercados se suelen vender packs de botellas y el tamaño más vendido de botellas individuales es, con diferencia, el mayor de ellos: garrafas por encima de los 5 litros y hasta los 6 litros y de marcas nacionales. Como en casi todos los países, en Taiwán las familias vienen a estos establecimientos cada cierto tiempo y procuran llevarse el mayor número de artículos posibles. Con el agua pasa lo mismo. Los hipermercados más populares en Taiwán son Carrefour, RT Mart y Costco.

3) Supermercados: Aproximadamente, el 10% de las ventas de botellas de agua se producen en estos establecimientos. La variedad de marcas de agua que se pueden encontrar en los supermercados es similar a la que hay en las tiendas de conveniencia pero en un espacio mayor. Se venden más garrafas y botellas de tamaño medio (1,5-2 litros).

Los supermercados más importantes en Taiwán son Wellcome, RT Mart y PX Mart.

4) Canal HORECA: Las ventas de agua embotellada en los hoteles, restaurantes y cafeterías en Taiwán no son, en absoluto, significativas. Es necesario tener en cuenta que en este país, cuando se bebe algo mientras se come, suele ser té. En muchas ocasiones, de hecho, la gente no bebe ningún líquido mientras come. Es normal que en un restaurante típico taiwanés no tengan agua embotellada. Por tanto, las ventas en este canal se restringen a restaurantes y cafeterías de estilo occidental y a hoteles. En cualquiera de estos establecimientos tienen tan sólo una o dos marcas de agua de categoría premium (normalmente de importación) y son siempre líderes en el mercado (alguna de las francesas o alguna marca canadiense).

5) Máquinas expendedoras: Las ventas de agua son marginales. En Taiwán no se ve un número excesivo de estas máquinas por la calle. Debido a la pequeña isla tiene la densidad de tiendas de conveniencia más grande de Asia y del Mundo. La isla de Taiwán tiene una superficie total de 35.980

	km ² con 23.519.518 de población. La cadena 7-11 es la que más presencia tiene en Taiwán con 5.369 tiendas (año 2018). El hecho de poder conseguir cualquier artículo en cualquier esquina de cualquier calle, hace la vida mucho más fácil a la extremadamente ocupada población.
Recomendaciones para el exportador argentino	El exportador argentino debe hacer hincapié en los beneficios a la salud que otorga su agua. Debe resaltar el hecho de que su agua viene de una fuente pura. Es importante que el exportador argentino se asocie con un distribuidor local para coordinar una campaña de publicidad que de a conocer el producto y sus bondades a la salud.

ARANCELES

Arancel pagado por principales orígenes competidores

País	Arancel %	Acuerdo por el que rige el arancel
Francia	5% por valor del precio CIF	Arancel para miembros de la OMC
Italia	5% por valor del precio CIF	Arancel para miembros de la OMC
Japón	5% por valor del precio CIF	Arancel para miembros de la OMC

Arancel específico

Unidad de Medida	Moneda	Monto
KGM	ntd	5% por valor del precio CIF

Otros costos de Nacionalización/impuestos internos

Impuesto/Tasa	Unidad	Moneda	Monto	Porcentaje
IVA	Por unidad	Nuevo dólar de Taiwán		5%

Observaciones (Indicar si existen requisitos específicos para el producto / certificados especiales / requisitos de packaging y etiquetado.):

Las empresas que desean exportar agua mineral a Taiwán, deben seguir las normas locales sobre el etiquetaje. Es el “Directorate General of Customs (Ministry of Finance)” el órgano encargado de supervisar el cumplimiento de las normas. La botella puede tener una etiqueta en inglés pero debe tener otra (el contra-etiquetaje) escrita en chino. Las etiquetas deben estar preparadas y sobre la botella antes del paso de las mismas por la aduana. El etiquetaje debe contener los siguientes elementos:

- El nombre de la marca
- Análisis cuantitativo de los contenidos, peso y volumen
- Los aditivos y sus nombres
- El nombre, número de teléfono y dirección del fabricante o del importador, en su caso
- Fecha de fabricación
- Fecha de caducidad
- Instrucciones de almacenamiento

Especificaciones de otras leyes y regulaciones designadas por la autoridad competente en anuncio público.

NORMATIVA

Barreras no arancelarias que afectan la importación desde Argentina

No Aplica

Requisitos sanitarios (Norma de aplicación, en caso de existir.)

Para exportar agua embotellada a Taiwán no es necesario que el producto sea analizado previamente por las autoridades taiwanesas, pero sí es necesario que el producto cumpla con la normativa sobre etiquetaje y con los límites sobre determinadas sustancias en la composición del agua. Una vez el producto llega a la aduana en Taiwán puede ser analizado en una inspección rutinaria de las autoridades aduaneras. Estas inspecciones son al azar. Los límites de sustancias en el contenido, son dictados por el Departamento de Salud de Taiwán y están establecidos en el artículo 10 del “Act Governing Food Sanitation”.

Toda la normativa sobre bienes agroalimentarios importados en Taiwán se engloba bajo las siglas CNS (Chinese National Standards). Se puede solicitar a los “National Laboratories of Food and Drugs”, dependientes del Departamento de Salud, el análisis del producto y la posterior concesión de la certificación CNS que, además puede aparecer en el etiquetaje de la botella.

Requisitos técnicos

No aplica

CIFRAS TOTALES DE IMPORTACIONES DEL PRODUCTO (5 AÑOS)

Año	U.M.	Cantidad	Monto
2019	KGM	34,993,990	21,015,961
2018		36,316,889	22,337,725
2017		33,486,063	20,794,145
2016		26,910,674	16,736,028
2015		24,961,327	14,487,011

CIFRA DE IMPORTACIONES DEL PRODUCTO DESDE ARGENTINA (5 AÑOS)

Año	U.M.	Cantidad	Monto (U\$S)
2019	KGM	2,723,954	10,795,186
2018		3,153,718	13,122,969
2017		2,892,485	12,617,898
2016		2,902,478	10,377,388
2015		2,433,478	10,391,823

RANKING DE ORIGENES DE IMPORTACIÓN CON CIFRAS DE IMPORTACIONES TOTALES DEL PRODUCTO DEL ÚLTIMO AÑO DISPONIBLE

Nro. De Orden	País de Origen	Unidad de Moneda	Monto (USD)	Cantidad en KGM
1	Francia	Dólar Americano	9,185,356	10,633,307
2	Italia		3,870,126	5,817,594

3	Japón		2,919,451	3,379,950
4	Canadá		2,089,720	6,490,930
5	Estados Unidos		1,868,819	6,938,614
			Otros 2,504,176	6,981,954
			Total 22,437,648	37,242,349

PRECIOS DE MERCADO DEL PRODUCTO (Las fotos deben ser archivos extensión jpg en formato panorámico (16:9). Otros formatos de imagen no aparecerán en la impresión.)

Moneda	Precio	Descripción	Foto
NTD	18	500ml agua local 7-11	
NTD	50	Aguan Evian 7-11	

MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN (Porcentajes según cada eslabón de la cadena de comercialización)

--

CIFRAS DE PRODUCCIÓN LOCAL DEL PRODUCTO (3 AÑOS)

Año	U.M.	Cantidad

CIFRAS DE CONSUMO LOCAL TOTAL DEL PRODUCTO

Año	U.M.	Cantidad

FERIAS Y EXPOSICIONES DEL PRODUCTO

Ferias internacionales del sector (Taiwán)

Kaohsiung Food Show

22 al 25 de Octubre del 2020

Kaohsiung Exhibition Center (no 39, Chenggong 2nd rd, Qianzhen District)

<https://www.foodkh.com.tw/en/>

Kaohsiung Food Show es el evento de la industria alimenticia más grande del sur de Taiwán. Cuenta con gran variedad de rubros del sector alimenticio.

Food Taipei

17 al 20 Diciembre 2020

Nangang Exhibition center

(No.1, Jingmao 2nd Rd., Nangang Dist., Taipei City 115, Taiwan)

Tel +886-2-2725-5200

Email: foodtaipei@taitra.org.tw

Food Taipei es el más popular feria de la industria alimentaria para productores y fabricantes, donde lanzar sus productos en el mercado de Taiwán o el internacional.

La feria presenta la más amplia gama de productos alimenticios, servicios de alta calidad y que oportunidades de negocio.

LISTADO DE IMPORTADORES CHEQUEADOS DEL PAÍS

1- DRINKS WINES & SPIRITS CO., LTD.

Email vicky_liu@drinks.com.tw

Persona de contacto Roger Chen

2- DIINGJYI ENTERPRISE CO., LTD. Email diingjyi@ms46.hinet.net

Persona de contacto CHUANG YU CHU

3- MACROSCOPIC INC.

www.foody.com.tw

email frank@msfoody.com

Persona de contacto CHENG PO CHANG

4- WANSHANG INTERNATIONAL CO., LTD.

www.wanshang.com.tw

email info@winebank.com.tw

Persona de contacto AMANDA KUO

LISTADO DE CÁMARAS EMPRESARIALES DEL PAÍS

Cámara de Importadores y Exportadores de Taipei

<http://www.ieatpe.org.tw/en/taiwan.html>



Muchas gracias por su atención.

Ante cualquier duda, comuníquese con la Oficina Comercial y Cultural
Argentina en Taiwán.

<http://occat.cancilleria.gob.ar>

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet>