



El mercado del porcino en Taiwán

Octubre 2014

Este estudio ha sido realizado por
Javier González Roldán bajo la supervisión de la
Cámara de Comercio de España en Taiwán

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	3
2. DEFINICIÓN DEL SECTOR	5
3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES	6
4. DEMANDA	12
5. PRECIOS	15
6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	21
7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	23
8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS	26
9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR	32
10. OPORTUNIDADES	33
11. INFORMACIÓN PRÁCTICA	35
12. ANEXOS (CERTIFICADO VETERINARIO)	38

1. RESUMEN EJECUTIVO

En los últimos años el sector del cárnico porcino taiwanés ha disfrutado de una positiva evolución en términos de crecimiento, volumen de importaciones y consumo per cápita. El cerdo es tradicionalmente una de las carnes más consumidas por los taiwaneses. El país dispone de una fuerte capacidad productiva que se ve complementada con unas importaciones de productos de media y alta calidad. Las exportaciones taiwanesas, de menor intensidad, se concentran en los países asiáticos vecinos.

La producción local se caracteriza por su buena calidad y su alta rotación. Algunas epidemias recientes y la idiosincrasia del mercado taiwanés conducen a una cierta volatilidad de los precios y a una tímida apertura de las importaciones. El canal de distribución suele ser corto y los fabricantes se integran como distribuidores, así como los importadores también suelen hacer tareas de distribución. Las autoridades realizan un estricto seguimiento de las normativas y leyes vigentes para salvaguardar la salubridad y la calidad del producto final.

Los principales exportadores de cárnico porcino (carne fresca, refrigerada, congelada, despojos, embutidos y curados) son EE.UU., Canadá, Australia, Nueva Zelanda y Holanda. En los últimos dos años las autoridades taiwanesas han abierto el mercado a Francia, Hungría y Polonia. En tan poco tiempo sus productos han entrado en los lineales con paso firme. Francia destaca en los curados y Hungría en fresco, refrigerados y embutidos, mientras que Polonia se sitúa en menor medida en congelado y despojos. No obstante, los principales productos porcinos por volumen y valor provienen de EE.UU. y Canadá. Hay que tener en cuenta el importante crecimiento de la producción nacional para comprender la evolución de las importaciones. En la evolución de las importaciones destaca el crecimiento de embutidos, despojos y curados, así como la estabilización de carne fresca y congelada después de un leve estancamiento en 2012.

Una variable importante a tener en cuenta es la evolución de los precios medios de importación. A pesar de la disminución de varias partidas, la gran mayoría de los productos importados han aumentado positivamente sus precios. Esto muestra la consolidación de la tendencia general del mercado taiwanés: cada vez se valoran más los productos importados de buena calidad, de procedencia occidental y con características saludables. Un claro ejemplo es la irrupción de la carne fresca y refrigerada húngara el año pasado, que ha modificado drásticamente los precios medios y que, según entrevistas a importadores, continuará este año con buenas perspectivas.

Los aranceles de las principales partidas arancelarias son los siguientes: 12.5% para carne fresca, refrigerada y congelada; 15% para despojos, 20% para embutidos y 32% para curados. Se facilitan los rangos de porcentajes de importadores, distribuidores y minoristas por tipo de producto.

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

El pasado martes 9 de septiembre de 2014 las autoridades taiwanesas concedieron la apertura del mercado del cárnico porcino a España. Por tanto, todos los productos derivados de cerdos que hayan sido sacrificados a partir de dicha fecha en las instalaciones autorizadas ya pueden exportarse a Taiwán, que era el único país importante del entorno asiático que no permitía la importación de estos productos con origen español. Taiwán ha autorizado a 8 mataderos y a 43 plantas procesadoras españolas. Cabe destacar el estricto proceso de autorización (por instalaciones) y el gran interés de las empresas españolas que participaron en el proceso.

Después de muchos años de negociaciones, se ha logrado la apertura en un contexto favorable para los productos españoles. Este hecho es una ventaja competitiva, ya que son pocos los países europeos que pueden exportar estos productos a Taiwán. Austria, Suecia e Italia aún están en proceso de negociaciones y Polonia ha sido vetada hace pocos meses debido a la aparición de una epidemia en sus granjas productoras. Como el proceso de autorización suele tardar un tiempo prolongado, se observa una oportunidad para la entrada de los productos españoles en el mercado taiwanés.

La percepción que los taiwaneses tienen de España y sus productos es buena, aunque es necesario mejorar la promoción y continuar educando al consumidor de clase media. Es necesario realizar una campaña de promoción general de los productos cárnicos españoles en el país. Además, no hay muchos países que puedan exportar a Taiwán y, teniendo en cuenta los magníficos productos españoles, las expectativas son positivas. Las principales empresas españolas del sector están preparadas en términos de capacidad de producción y experiencia en el exterior. Los importadores taiwaneses ya han tenido cierto contacto con ellas y muestran un gran interés en comenzar las importaciones de los productos españoles, en concreto de los curados (jamón ibérico), la carne refrigerada y congelada.

Taiwán es un mercado maduro y concentrado con una alta capacidad de compra. Sus empresas están bien situadas en China y Hong Kong. La gastronomía española es conocida y hay una selecta presencia de restaurantes españoles en las principales ciudades del país. Si bien es cierto que la demanda será reducida y gradual al principio, se trata de una apertura de mercado y se parte desde cero. Por tanto, las expectativas son positivas. Teniendo todo en cuenta, se recomienda el posicionamiento en segmento alto, el uso del branding y la potenciación de la marca española “Jamón Ibérico” para los productos curados como seña de identidad y calidad. Así, este producto tan especial y tan español se podrá posicionar en el segmento alto y los consumidores taiwaneses confiarán en la certificación proporcionada. La Cámara de Comercio de España en Taiwán lleva años analizando las necesidades de los importadores taiwaneses del sector. Esta preparación, junto con el conocimiento del sector y el contacto permanente con las autoridades taiwanesas pertinentes, permitirán ofrecer un apoyo rápido y eficaz a todas las empresas españolas que deseen comenzar a exportar sus productos cárnicos porcinos a Taiwán.

2. DEFINICIÓN DEL SECTOR

Delimitación del sector

El presente estudio de mercado utilizará exclusivamente las partidas arancelarias referidas a los productos cárnicos de la especie porcina, ya sean refrigerados (0203.12-19), congelados (0203.22-29), despojos (0206), embutidos (1601) o curados (1602). Se han omitido las siguientes partidas al no existir datos significativos de exportación a Taiwán:

- 0203.11. En canales o medios canales, fresca o refrigerada.
- 0203.21. En canales o medios canales, congelada.

Calificación arancelaria

Se aplicarán las partidas arancelarias del sistema taiwanés (CCC) para ser más exactos, ya que las cifras de importación de los productos curados (jamón, paletas y trozos) se encuentran en la partida 1602 (CCC) en lugar de aparecer en la partida 0210 del sistema armónico HS. Las partidas arancelarias en las que se centrará este estudio son las siguientes:

Tabla 1. Partidas arancelarias

Productos	Códigos	Definición
Carne de cerdo fresca o refrigerada	0203.12	Piernas, paletas, y sus trozos, con hueso, fresca o refrigerada.
	0203.19	Las demás, fresca y refrigerada. Deshuesada
Carne de cerdo congelada	0203.22	Piernas, paletas, y sus trozos, con hueso, congelada.
	0203.29	Las demás, congeladas.
Despojos	0206	Despojos comestibles de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballar, asnal o mular, frescos, refrigerados o congelados
Embutidos	1601	Embutidos y productos similares de carne, despojos o sangre; preparaciones alimenticias basadas en estos productos.
Curados: Jamón, paleta y trozos	1602	Jamones y trozos preparados o conservados.

Fuente: [Customs Administration of Taiwan](#)

3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES

El mercado del cárnico porcino ha evolucionado favorablemente en los últimos cinco años. Como podemos observar en la siguiente tabla, el consumo aparente muestra una tendencia positiva en línea con la evolución de las exportaciones. La producción nacional se ha duplicado en 2013 en relación a 2009, mostrando un alto nivel del consumo local. A pesar de esta situación, se observa una reducción de las importaciones en un 10 por ciento en el periodo analizado, principalmente debido al incremento de la producción local.

Tabla 2. Consumo aparente del mercado

En miles de dólares americanos

	2009	2010	2011	2012	2013	Variación
Producción (+)	54.611	91.180	105.254	110.086	N.D.	102%
Importaciones (+)	124.134	124.264	153.491	111.532	111.999	-10%
Exportaciones (-)	15.369	14.455	19.739	19.057	19.280	25%
Consumo Aparente	163.376	224.932	197.729	202.804	N.D.	24%

Fuente: [Directorate General of Budget, Accounting and Statistics of Taiwan](#) y [Bureau of Foreign Trade of Taiwan](#).

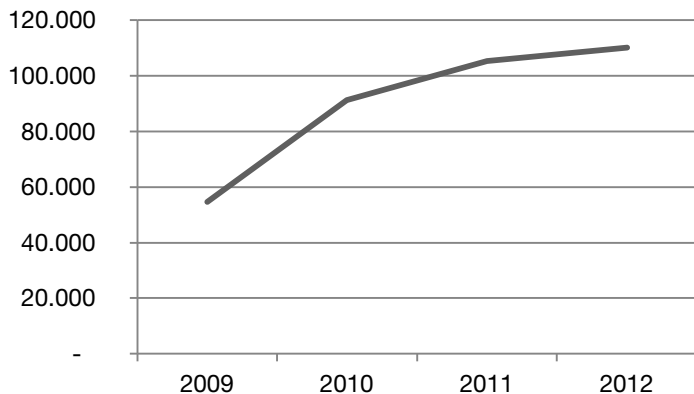
Se ha observado un crecimiento considerable de la producción local del 2009 al 2011, doblando las cifras de producción. Sin embargo, se observa una estabilización de la producción local en los últimos dos años, situando el mercado en torno a los 100 millones de dólares americanos. A pesar de no disponer de cifras oficiales de 2014, cabe destacar que debido a diversas epidemias ocurridas en 2014, se estima que la cifra de producción local se vea afectada para 2015.

La crianza del cerdo es una de las más importantes en la producción animal de Taiwán. La carne de cerdo es buena calidad, es consumida en su mayoría domésticamente y las exportaciones se centran en países asiáticos cercanos. Según las autoridades taiwanesas, la producción local del cárnico porcino no recibe ningún tipo de subsidio gubernamental. Las políticas más importantes son utilizadas para apoyar a los gobiernos locales y a los veterinarios expertos para fortalecer los servicios de inspección y cuarentena de enfermedades, establecer sistemas efectivos de certificación de salubridad y calidad de los productos, así como acelerar el ajuste estructural promoviendo los contactos profesionales de valor añadido. Por tanto, el enfoque central es mantener la sostenibilidad de la industria porcina, estabilizar la producción nacional y los sistemas de marketing, además de afianzar la confianza de los consumidores en los productos cárnicos porcinos nacionales.

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

Gráfica 1. Evolución de la producción de carne de cerdo en Taiwán

En miles de dólares americanos



Fuente: [Directorate General of Budget, Accounting and Statistics of Taiwan](#)

Además, la crianza del cerdo es un subsector dependiente de las importaciones. La principal fuente de alimentación del cerdo consiste en pienso manufacturado localmente, pero cuyos ingredientes (maíz, harina o soja) son importados casi en su totalidad del exterior. Los importadores de dichos ingredientes deben registrar sus licencias de fabricación y afrontar unos aranceles del 0 – 6,5 por ciento. Aún así, se puede observar que los precios se han mantenido estables en el periodo analizado.

Tabla 3. Evolución de los precios del cárnico porcino de producción nacional

En dólares taiwaneses / kilogramos.

	2009	2010	2011	2012	2013	Variación
Cerdos	63,72	69,36	71,99	63,34	64,52	1,24%
Lechones	139,33	161,72	177,00	152,74	158,46	12,07%

Fuente: [Council of Agriculture, Executive Yuan.](#)

En relación a la evolución de las importaciones, se percibe un descenso del 10 por ciento en el monto total debido, principalmente, a una reducción del 25 por ciento en las importaciones de carne de cerdo congelado, ya que las demás partidas muestran una evolución favorable.

Tabla 4. Evolución de las importaciones

En miles de dólares americanos

	2009	2010	2011	2012	2013	Variación
Carne de cerdo fresca y refrigerada	61	183	127	110	146	-20%
Carne de cerdo congelada	83.717	81.855	102.216	54.250	61.069	-25%
Despojos	36.506	38.039	46.247	52.819	45.435	19%
Embutidos	1.506	1.551	2.097	2.013	2.406	55%
Curados: Jamón, paleta y trozos	2.248	2.636	2.804	2.340	2.943	12%
TOTAL	124.134	124.264	153.491	111.532	111.999	-10%

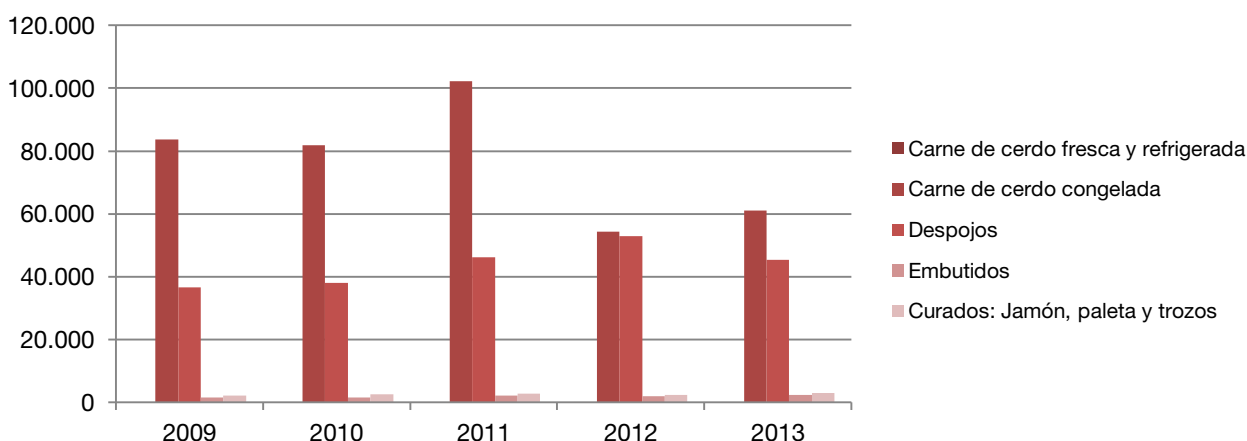
Fuente: [Bureau of Foreign Trade of Taiwan.](#)

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

Este análisis indica que la cifra de importación es inversamente proporcional a la de producción local, supliendo los productos de origen extranjero el déficit de producción local. De cualquier modo, esta modulación del mercado en los cárnicos frescos no afecta a otros derivados. La excelente tasa de crecimiento de los despojos, que representan el 41 por ciento del total, ha crecido un 19 por ciento en los últimos cinco años. Los embutidos duplicaron sus resultados de importación y los curados van abriéndose paso con un 12 por ciento de tasa de crecimiento.

Gráfica 2. Evolución de las importaciones de carne de cerdo en Taiwán

En miles de dólares americanos



Fuente: Bureau of Foreign Trade of Taiwan.

Si se analizan el origen de las importaciones en el año 2013, tal y como se muestra en la tabla de la página siguiente, se confirma la hegemonía de los Estados Unidos como país líder en las exportaciones de cárnico porcino a Taiwán. De hecho, EE.UU. lidera cuatro de las cinco partidas analizadas: carne fresca, despojos, embutidos y curados. Canadá logra eclipsar a dicho competidor en la carne congelada, relegándolo al segundo puesto del ranking. Los demás principales competidores son, a cierta distancia en términos de cifras y porcentajes de cuota, Australia, Hungría, Holanda, Filipinas, Francia y Corea del Sur. El conjunto de estos países se reparten los primeros tres puestos de todas las partidas. Hay que tener en cuenta especialmente la rápida evolución de los productos procesados franceses, que fueron aprobados para la exportación a finales de 2013.

La carne de cerdo fresca y refrigerada es un subsector muy concentrado donde solo están los EE.UU. con un 85,34 por ciento de la cuota y una gran cantidad de producto. En segundo y último lugar, aparece Hungría con el 14,66 por ciento y muy poca cantidad de producto, pero a un precio realmente alto como se verá en apartados posteriores. Al igual que Francia y Polonia, Hungría ha obtenido recientemente la aprobación de las autoridades taiwanesas para la entrada de productos cárnicos porcinos en el país.

La carne de cerdo congelada presenta 7 competidores internacionales encabezados por Canadá, con una cuota del 59 por ciento y unas cifras muy altas en términos de valor y volumen. Les siguen EE.UU., Holanda, Hungría y Dinamarca.

Los despojos conforman un subsector más fragmentado. Las cuotas están más repartidas y aparecen algunos países latinoamericanos en el ranking. EE.UU., Australia, Holanda y Canadá son los principales países y juntos representan el 80 por ciento de la cuota total.

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

Tabla 5. Ranking de los 10 principales países importadores por partida en 2013

En miles de dólares americanos y miles de kilogramos respectivamente.

Partida	Países	Ranking	Valor	Cuota	Peso
Carne de cerdo fresca y refrigerada	Estados Unidos	1	124,5	85,34%	17
	Hungría	2	21,4	14,66%	0,69
Carne de cerdo congelada	Canadá	1	36.076	59,07%	19.320
	Estados Unidos	2	18.172	29,76%	8.442
	Holanda	3	3.787	6,20%	1.201
	Hungría	4	1.191	1,95%	359
	Dinamarca	5	832	1,36%	239
	Polonia	6	787	1,29%	321
	Suecia	7	224	0,37%	259
Despojos	Estados Unidos	1	11.269	24,80%	6.212
	Australia	2	10.142	22,32%	3.595
	Holanda	3	7.537	16,59%	6.244
	Canadá	4	7.397	16,28%	4.660
	Nicaragua	5	2.334	5,14%	1.746
	Nueva Zelanda	6	1.746	3,84%	765
	Hungría	7	1.322	2,91%	777
	Dinamarca	8	1.271	2,80%	658
	Panamá	9	876	1,93%	943
	Polonia	10	492	1,08%	395
Embutidos	Estados Unidos	1	2.375	98,7%	469
	Hungría	2	18	0,77%	1
	Filipinas	3	6	0,28%	5
	Australia	4	4	0,18%	0,4
	Holanda	5	5	0,03%	0,2
Curados: Jamón, paleta y trozos	Estados Unidos	1	1,501	51%	267
	Francia	2	341	11,60%	19
	Corea del Sur	3	274	9,31%	110
	Filipinas	4	216	7,33%	176
	Australia	5	199	6,75%	33
	Tailandia	6	165	5,59%	41
	Dinamarca	7	95	3,21%	20
	Hungría	8	49	1,67%	24
	Nueva Zelanda	9	43,458	1,48%	8
	Holanda	10	15,371	0,52%	2

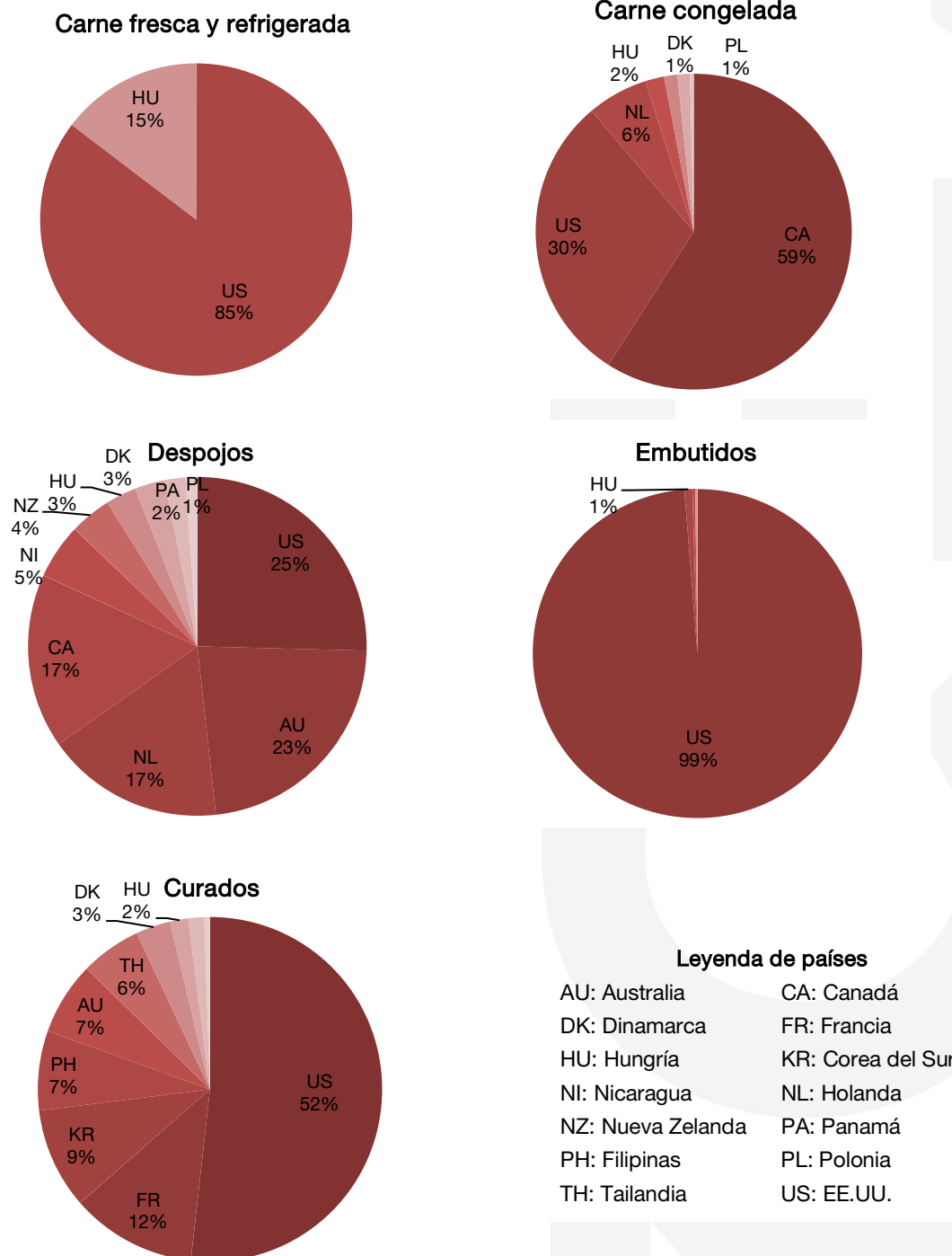
Fuente: Bureau of Foreign Trade of Taiwan.

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

Los embutidos son un claro ejemplo de cómo EE.UU. domina este nicho de mercado. Gracias a su presencia a largo plazo, sus competitivos precios unitarios y su alta cifra de negocio, obtiene un 98,7 por ciento de cuota. Por tanto, la expansión de las importaciones en años anteriores ha posicionado a los principales competidores en las primeras posiciones de los rankings.

Gráfica 3. Principales países proveedores de las partidas analizadas

En porcentaje de cuota



Fuente: [Bureau of Foreign Trade of Taiwan](#).

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

Los curados son un claro ejemplo de la rotura de la hegemonía estadounidense al entrar Francia en el mercado recientemente. A pesar de todavía disponer de unas cifras muy modestas, tras la apertura, nuestros vecinos del norte se han posicionado en segundo lugar con un 11,60 por ciento de cuota, desafiando así a los competidores establecidos, como Corea del Sur (9,31 por ciento), Filipinas (7,33 por ciento) y Australia (6,75 por ciento). Las siguientes gráficas reflejan visualmente los datos anteriormente mencionados. Obviamente se trata de productos curados elaborados por tratamientos distintos, según la tradición de cada país, aunque se clasifican conjuntamente por parte de las autoridades portuarias locales.

A continuación se presentan los principales competidores y sus marcas en el mercado. Es práctica habitual en el sector que las marcas extranjeras se introduzcan en Taiwán a través de importadores y distribuidores taiwaneses. Únicamente aparecen las marcas internacionales en los productos con un valor añadido, como procesados, curados y embutidos.

Tabla 6. Principales importadores, exportadores y marcas en el mercado taiwanés

País	Marca	Tipo de producto
Taiwán	Funfoong	Carne refrigerada y embutidos
	Black Bridge	Ebutidos (bacon y salchichas)
	Proker	Ebutidos (jamón cocido)
	Futong , Futong Prime Sun Food	Ebutidos (Salchichas)
	Marca del distribuidor (Carrefour)	Carne refrigerada y congelada
	Kirkland (Costco)	Carne refrigerada y congelada
Estados Unidos	American Kurobuta Pork	Carne refrigerada y congelada
	Creminelli	Ebutidos (Salami)
	Daniele Food	Ebutidos (Salami) y curados (jamón serrano)
	Gio	Curados (Jamón serrano)
Canadá	Marca del distribuidor (Kirkland)	Carne congelada
Australia	Primo	Ebutidos (bacon)
	Primo	Ebutidos (salami)
Holanda	Euro Gourmet	Ebutidos (jamón cocido)
Francia	Socopa	Carne refrigerada y congelada, embutido
	Pierre Milleret	Ebutidos y curados
	Thiol	Ebutidos
Hungría	Mangalica (Pick)	Carne refrigerada y congelada, embutidos

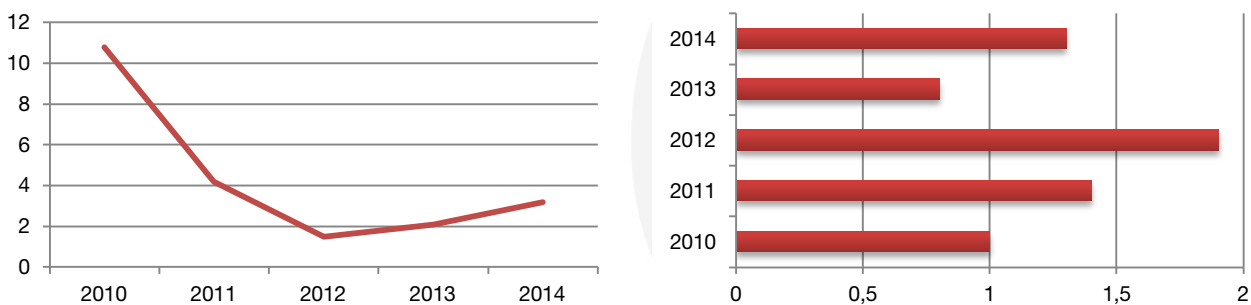
Fuente: Elaboración propia.

4. DEMANDA

Taiwán es una isla localizada en la zona del sudeste asiático que está ubicada entre Hong Kong y Japón. Cuenta con una población de 23 millones de habitantes que tiene una renta per cápita PPP de 39.767 dólares americanos según las [Estadísticas Nacionales de Taiwán](#) en 2013. Tiene una de las densidades poblacionales más altas del mundo y la mayoría de la población vive en las principales ciudades (Taipei, Kaohsiung, Taichung y Tainan). Según [Coface](#), el país tiene un excelente clima de negocios (A2) y una inmejorable evaluación del riesgo país (A1). Por un lado, se estima que la inflación en 2014 se sitúe en el 1,3 por ciento, aumentando con respecto al año anterior pero estabilizándose si se observa la evolución de los últimos 5 años. Por otro lado, las previsiones del gasto de consumo general son positivas y mantienen el crecimiento constante de los últimos años. De hecho, se detecta la misma tendencia en el gasto de consumo en alimentos, alcanzando la cifra de 40 mil millones de dólares americanos en 2014.

Gráfica 4. Evolución del PIB (izquierda) y evolución de la inflación (derecha)

En porcentaje



Fuente: [Euromonitor](#).

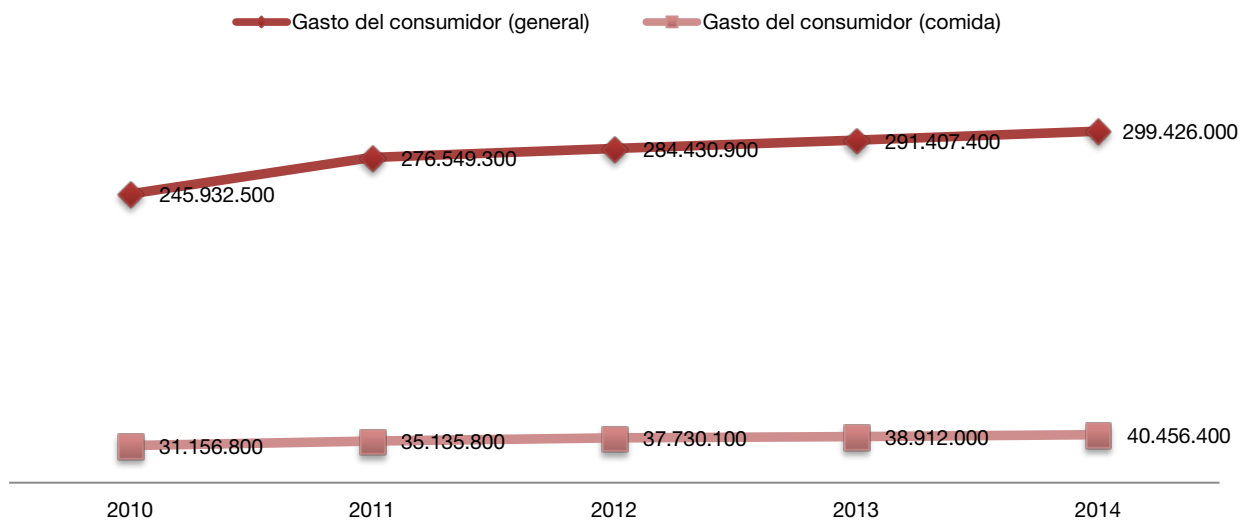
A diferencia a China continental u otros países del sureste asiático, la clase media del país juega un papel muy importante en la economía, tiene un poder adquisitivo estable y valora cada vez más los productos occidentales, ya que se perciben como productos de alto valor añadido, alta calidad y más saludables. Taiwán disfruta de una estabilidad política y económica que ha contribuido a que su sociedad sea dinámica y moderna. Todos estos aspectos contribuyen a que el consumidor taiwanés se preocupe cada vez más por la salud y una alimentación saludable. En general, los taiwaneses son muy abiertos a probar productos innovadores provenientes de otros países. Muchos de sus gustos se han occidentalizado, aunque no estén incorporados en su dieta

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

habitual. Por tanto, es necesario realizar acciones de promoción para educar al consumidor general. El interés por la cultura y la gastronomía españolas es creciente, lo que sitúa a los productos españoles en buena situación, especialmente teniendo en cuenta la revolución gastronómica de los últimos años, que ha inundado el panorama internacional de referentes españoles en la hostelería.

Gráfica 5. Evolución del gasto de consumo general y en comida

En miles de dólares americanos



Fuente: [Euromonitor](#).

A pesar de la limitación geográfica de Taiwán, con una extensión similar a la de Extremadura, cuenta con la mitad de la población de España y con un alto poder adquisitivo. Esto sitúa a los taiwaneses como uno de los principales consumidores de productos cárnicos en Asia. El consumo medio anual de carne es de 77,1 kg por habitante, sobrepasando cifras de mercados como China (60.8 kg), Japón (40 Kg) y Corea del Sur (40 Kg). De hecho, el consumo de carne anual de Taiwán se acerca más a Alemania y los EE.UU., con 79.1 y 77.3 Kg respectivamente, según las cifras del [Consejo para la Planificación y el Desarrollo Económico de Taiwán](#).

Los principales factores que los consumidores taiwaneses tienen en cuenta en el momento de la compra del producto son: funcionalidad, cercanía del punto de venta, formato, ventajas nutritivas, atributos saludables, marca y presentación. La estacionalidad está presente sobre todo en las celebraciones de festivos nacionales, como el año nuevo chino (enero-febrero), donde se dispara el consumo en general, siendo similares a las fechas navideñas en occidente. Como a los taiwaneses les gusta comer fuera de casa y aprecian una buena restauración, el segmento Horeca y Gourmet se posiciona como el más alto. Las grandes superficies formarían el segmento medio, mientras que los hipermercados y supermercados compondrían el segmento bajo.

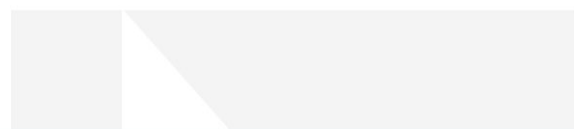
El consumidor taiwanés come con mucha frecuencia fuera del hogar, tendencia que va en aumento con la progresiva incorporación de la mujer al ámbito laboral. Los restaurantes más exclusivos y que utilizan ingredientes occidentales constituyen una pequeña parte de la oferta de restauración en Taiwán. Teniendo en cuenta los hábitos del consumidor local, una buena forma de promocionar el cárnico porcino sería a través de degustaciones o venta directa en los hipermercados



EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

o supermercados, además de en el canal HORECA. La publicidad en prensa, revistas especializadas y programas gastronómicos en televisión es otro buen método. Algunos importadores, en respuesta a la falta de costumbre de uso del producto español, adjuntan recetas sencillas para introducir el estilo de cocina mediterránea. En el canal HORECA, la mejor forma de promocionar el producto sería mediante promociones y seminarios en hoteles y restaurantes.

Los importadores se muestran optimistas respecto al mercado del cárnico porcino en Taiwán. Prevén un crecimiento paulatino pero constante de acuerdo con la creciente sofisticación de los gustos de los consumidores locales, soportado por un incremento de la renta per cápita.



5. PRECIOS

El estudio de los precios de medios del cárnico porcino en Taiwán se ha realizado tomando diversos indicadores. Por un lado, las cifras oficiales con los precios medios de importación y, por otro lado, los precios de venta al público obtenidos en un *Storecheck* elaborado independientemente.

En primer lugar, analizamos los precios medios de importación en valor CIF de los cinco productos del estudio. Indicar que estos precios son medias orientativas sin diferenciar las distintas calidades, tipos y cortes de producto. Se puede observar en la gráfica que la tendencia general es la estabilidad de los precios, a excepción de la carne fresca y congelada, que ha experimentado un aumento significativo, alcanzando los 8,18 dólares / kilogramo en 2013 con una variación del 221 por ciento con respecto al 2009. Según la información obtenida en las entrevistas a importadores, distribuidores y mayoristas, esta particular situación se debe a la introducción de la carne Premium de origen húngaro el año pasado.

Tabla 7. Evolución de los precios medios de importación

En dólares americanos por kilogramo.

	2009	2010	2011	2012	2013	Variación
Carne de cerdo fresca y refrigerada	2,55	2,72	2,07	3,54	8,18	221%
Carne de cerdo congelada	1,58	1,88	2,31	2,26	2,03	28%
Despojos	1,29	1,31	1,70	1,81	1,70	32%
Embutidos	4,14	4,09	4,70	4,84	5,04	22%
Curados: Jamón, paleta y trozos	4,28	4,35	4,48	3,78	4,10	-4%

Fuente: [Bureau of Foreign Trade of Taiwan](#).

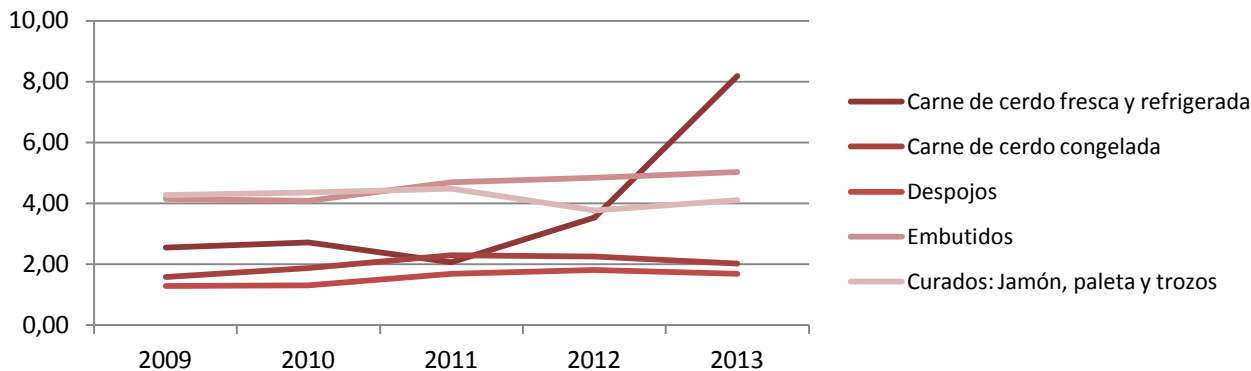
Según las tendencias observadas en la producción local y la tasa de importaciones, así como la alta volatilidad de los precios finales en el mercado según la información obtenida en las entrevistas a prescriptores, todo parece indicar que los precios seguirán una evolución continuista. A continuación se estudian los precios medios de importación por tipo y origen para conocer detalladamente las peculiaridades de este mercado.

En la siguiente gráfica se puede observar que algunos tipos de producto están más fragmentados que otros en cuanto a origen y, por tanto, se percibe que la lucha de precios forma una parte de esencial de los mismos.

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

Gráfica 6. Evolución de los precios medios de importación

En dólares americanos por kilogramo.



Fuente: [Bureau of Foreign Trade of Taiwan](#).

No obstante, cuando el mercado está más concentrado, el rango de precios es algo mayor. El mercado tiene una gran concentración de origen, con exportadores de EE.UU., Canadá y Australia que disponen de grandes cuotas de mercado. EE.UU. lidera casi todos los tipos de productos cárnicos y sus derivados, a excepción de Canadá, que lidera la partida de carne congelada.

Tabla 8. Precios medios de los principales países importadores por partida en 2013

Valor en miles de dólares americanos y precios medios en dólares americanos por kilogramo.

Partida	Países	Ranking	Valor	Cuota	Precios Medios
Carne de cerdo fresca y refrigerada	Estados Unidos	1	124,5	85,34%	7,26
	Hungría	2	21,4	14,66%	31,23
Carne de cerdo congelada	Canadá	1	36.076	59,07%	1,87
	Estados Unidos	2	18.172	29,76%	2,15
	Holanda	3	3.787	6,20%	3,15
	Hungría	4	1.191	1,95%	3,32
	Dinamarca	5	832	1,36%	3,48
Despojos	Polonia	6	787	1,29%	2,45
	Suecia	7	224	0,37%	0,86
	Estados Unidos	1	11.269	24,80%	1,81
	Australia	2	10.142	22,32%	2,82
	Holanda	3	7.537	16,59%	1,21
	Canadá	4	7.397	16,28%	1,59
	Nicaragua	5	2.334	5,14%	1,34
	Nueva Zelanda	6	1.746	3,84%	2,28
	Hungría	7	1.322	2,91%	1,70
	Dinamarca	8	1.271	2,80%	1,93
Panamá	9	876	1,93%	0,93	
Polonia	10	492	1,08%	1,24	

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

Partida	Países	Ranking	Valor	Cuota	Precios Medios
Embutidos	Estados Unidos	1	2.375	98,7%	5,06
	Hungría	2	18	0,77%	13,40
	Filipinas	3	6	0,28%	1,23
	Australia	4	4	0,18%	10,49
	Holanda	5	5	0,03%	4,92
Curados: Jamón, paleta y trozos	Estados Unidos	1	1,501	51%	5,61
	Francia	2	341	11.60%	17,29
	Corea del Sur	3	274	9.31%	2,49
	Filipinas	4	216	7.33%	1,22
	Australia	5	199	6.75%	5,89
	Tailandia	6	165	5.59%	3,93
	Dinamarca	7	95	3.21%	4,59
	Hungría	8	49	1.67%	1,99
	Nueva Zelanda	9	43,458	1.48%	5,02
	Holanda	10	15,371	0.52%	6,63

Fuente: [Bureau of Foreign Trade of Taiwan](#).

En cuanto a la formación de los precios, se toman los porcentajes obtenidos en las entrevistas a distribuidores e importadores del sector, por lo que se estima que seguiría el siguiente proceso:

Tabla 9. Formación de los precios

Valor en dólares americanos por kilogramo. Porcentajes.

Nº	Concepto	Carne fresca y refrigerada	Carne congelada	Despojos	Embutidos	Curados
1	Precio medio	8,18 USD	2,03 USD	1,70 USD	5,04 USD	4,10 USD
2	Arancel	12,50% FOB	12,50% FOB	15% FOB	20% FOB	32% FOB
3	Aduanas	0,050% CIF	0,050% CIF	0,050% CIF	0,050% CIF	0,050% CIF
4	Impuestos	IVA 5%	IVA 5%	IVA 5%	IVA 5%	IVA 5%
5	Importador	10 - 25 %	10 - 25 %	10 - 25 %	10 - 25 %	10 - 25 %
6	Distribuidor	25 - 30%	25 - 30%	25 - 30%	25 - 30%	25 - 30%
7	Minorista	25%	25%	25%	25%	25%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en las entrevistas a prescriptores.

En segundo lugar, se exponen los datos obtenidos en el Storecheck realizado en los principales puntos de venta de la ciudad de Taipei. Con el propósito de obtener un valor orientativo del precio medio de venta al público, se han agrupado por tipo y valor de los diferentes productos presentes el mercado.

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

La carne de cerdo refrigerada en Taiwán suele venderse en un formato de 200 gramos y su rango de precios suele rondar los 0,90 €/ 100 gr. La carne de cerdo congelada suele empaquetarse en formatos de 300 gramos y su rango de precios se sitúa en torno a los 0,85 €/ 100 gr. Los embutidos se suelen vender en un formato muy variado y su rango de precios se sitúa en torno a los 77 dólares taiwaneses (1,98 euros) por cada 100 gramos. Los curados se encuentran en formatos de 80 gramos y su rango de precios se sitúa en torno a los 275 dólares taiwaneses (7,1 euros) por cada 100 gramos. No se han incorporado los precios de despojos al no estar presentes en los canales de venta al público.

Tabla 10. Storecheck realizado en diferentes puntos de venta de Taipei (09/2014)

Valor en dólares taiwaneses y euros (cambio 1€ = 39 NTD) por 100 gramos.

Partida	Procedencia	Producto	Lugar	Formato (Gr.)	Precio PVP(NT\$)	Precio NT\$/100gr.	Precio €/100gr.
Carne de cerdo fresca y refrigerada	Taiwán	Pork Loin W/ Black Pepper	Costco	2.129	699	32,83	0,84
		Pork Loin Yakiniiku	Costco	2.429	581	23,92	0,61
		Pork Spare Rib Block	Costco	2.064	609	29,51	0,76
		80% Lean Mince Pork	Costco	2.565	381	14,85	0,38
		Chopped Pork Spare Ribs	Costco	1.671	516	30,88	0,79
		Pork Loin Back Ribs	Costco	1.446	577	39,90	1,02
		Pork Tenderloin	Costco	2.523	618	24,49	0,63
		Pork Belly Skin On	Costco	1.526	334	21,89	0,56
		Pork Boston Butt Steak	Costco	2.086	532	25,50	0,65
		Pork Boston Butt Hot Pot	Costco	2.000	519	25,95	0,67
		Marbling Pork BBQ	Carrefour	400	138	34,50	0,88
		Black Pork Boston BBQ	Carrefour	400	165	41,25	1,06
		Pork Loin Slice	Carrefour	233	82	35,19	0,90
		Pork Loin	Carrefour	335	94	28,06	0,72
		Pork Bacon	Carrefour	514	139	27,04	0,69
		Mince Pork Meat	Carrefour	276	75	27,17	0,70
		Bacon strips	Carrefour	292	85	29,11	0,75
		Pork Tenderloin	Carrefour	218	68	31,19	0,80
		Pork Belly Tepanyaki	Citysuper	224	123	54,91	1,41
		Pork Loin Ribs	Citysuper	200	100	50,00	1,28
		Pork Soft Bone	Citysuper	184	101	54,89	1,41
		Pork Fillet	Citysuper	224	123	54,91	1,41
		Pork Ribs Loaf	Citysuper	278	153	55,04	1,41
		Pork Tenderloin Slices	Wellcome	240	79	32,92	0,84
		Bacon	Wellcome	220	89	40,45	1,04

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

Partida	Procedencia	Producto	Lugar	Formato (Gr.)	Precio PVP(NT\$)	Precio NT\$/100gr.	Precio €/100gr.
Carne de cerdo fresca y refrigerada	Taiwán	Bacon	Wellcome	180	75	41,67	1,07
		Pork Bacon	Wellcome	222	99	44,59	1,14
Carne de cerdo congelada	Canadá	Pork Jowl Fillet	Costco	1.365	695	50,92	1,31
	Estados Unidos	Bacon	Wellcome	250	79	31,60	0,81
		Pork Dinner Franks	Costco	1.720	399	23,20	0,59
	Taiwan	Hamburgers	Costco	1.944	385	19,80	0,51
		Pork Tenderloin for BBQ	Costco	2.000	359	17,95	0,46
		Pork Ribs	Costco	650	299	46,00	1,18
		Pork Belly Yakiniku	Costco	2.000	515	25,75	0,66
		Tenderloin Slices BBQ	Carrefour	412	145	35,19	0,90
		Boston Shoulder Slice	Wellcome	300	135	45,00	1,15
		Mince Pork Meat	Wellcome	300	99	33,00	0,85
Bacon	Wellcome	250	89	35,60	0,91		
Despojos	Taiwan	Bones	Carrefour	543	43	7,92	0,20
Embutidos	Estados Unidos	Salami (Daniele)	Citysuper	89	178	200,00	5,13
		Chorizo (Daniele)	Citysuper	89	178	200,00	5,13
	Holanda	French Ham Unsmoked (Euro Gourmet)	Citysuper	104	133	127,88	3,28
	Taiwan	Sliced Ham (Futong)	Costco	1.000	215	21,50	0,55
		Sliced bacon (Futong)	Costco	2.000	334	16,70	0,43
		German Style Sausage (Futong)	Costco	1.000	299	29,90	0,77
		European Style Sausage (Sun Food)	Costco	1.000	269	26,90	0,69
		Sliced Ham for Sandwich (Proker)	Carrefour	500	109	21,80	0,56
		Sliced Ham for Sandwich	Carrefour	180	65	36,11	0,93
		Sliced Ham for Sandwich	Carrefour	200	62	31,00	0,79
		Wasabi Taiwanese Sausage (Black Bridge)	Carrefour	200	115	57,50	1,47
		German Style Sausage (Proker)	Carrefour	200	73	36,50	0,94
		Roast Pork Meat (Futong)	Wellcome	300	112	37,33	0,96
		Garlic Taiwanese Sausage (Black Bridge)	Wellcome	320	129	40,31	1,03
	Sausage	Citysuper	300	259	86,33	2,21	
	Australia	Salami (Primo)	Costco	600	449	74,83	1,92
Fat Free Short Cut Rindless Bacon (Primo)		Costco	500	269	53,80	1,38	

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

Partida	Procedencia	Producto	Lugar	Formato (Gr.)	Precio PVP(NT\$)	Precio NT\$/100gr.	Precio €/100gr.
Embutidos	Australia	Mortadella (Primo)	Citysuper	152	182	119,74	3,07
		Bacon (Italian Style) (Primo)	Citysuper	46	113	245,65	6,30
Curados: Jamón, paleta y trozos	Estados Unidos	Prosciutto (Gio)	Citysuper	89	325	365,17	9,36
		Prosciutto (Creminelli)	Citysuper	68	238	350,00	8,97
		Natural Salami (Daniele)	Citysuper	92	161	175,00	4,49
	Francia	Superior Rosette Salami (Thiol)	Citysuper	72	126	175,00	4,49
		Rolled Salty Belly Pork (Pierre)	Citysuper	78	164	210,26	5,39
	Australia	Smoked Prosciutto (Primo)	Citysuper	76	289	380,26	9,75

Fuente: Elaboración propia.

Respecto a las cotizaciones, la moneda utilizada para la elaboración de presupuestos, que se realizan normalmente en FOB o CIF, es el dólar americano, aunque los importadores con mayor experiencia internacional suelen adaptarse al euro si fuese necesario. El medio de pago más utilizado es la transferencia bancaria del 50 ó 100 por cien del pedido cuando se establece una relación de confianza con el importador. La carta de crédito es de poco uso y se aplica en los primeros pedidos cuando son cantidades muy altas y no se conoce al exportador. En general las relaciones comerciales en Taiwán se basan en la confianza entre las partes, por lo que la transferencia bancaria es el método más utilizado. En una relación inicial se comienza con transferencias parciales cuando se realiza el pedido y se transfiere el resto cuando la mercancía se embarca y se obtienen los documentos requeridos en el puerto.

6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

El mercado del cárnico porcino acaba de abrirse en Taiwán para los productos españoles. Por tanto, no hay marcas españolas del sector con presencia en el mercado. No obstante, la imagen de los productos españoles es positiva aunque muy reducida. La existente imagen específica sobre el cárnico porcino principalmente se relaciona con el producto curado. Esto se debe en gran medida a la gran influencia de Japón y Hong Kong sobre Taiwán. En dichos mercados los productos cárnicos porcinos de origen español han sido aprobados con anterioridad y ya disponen de una cierta imagen. Los consumidores taiwaneses de tipo Gourmet conocen las variedades de embutidos curados (como el chorizo) y de curados (jamón serrano y jamón ibérico). Los consumidores taiwaneses de tipo general desconocen esta información, aunque puede ser receptivo ya que en el mercado local existe un producto tradicional parecido denominado “火腿” (*huotui*, “jamón en salazón”), que se asemeja al jamón cocido y cuyo precio es más asequible que el jamón serrano importado.

Las principales marcas agroalimentarias españolas no son conocidas y la presencia de productos españoles en los establecimientos es escasa pero creciente. No obstante, existe un conocimiento sobre la variedad “Ibérica” entre los consumidores Gourmet, sin tener muy claro el concepto del producto. Para intentar modificar esta realidad, se deben cuidar aspectos como el packaging y la formación de los importadores para que todo el proceso de exportación, distribución y venta se realice adecuadamente. El potencial de crecimiento es relevante, ya que se empieza desde cero y existen consumidores dispuestos a adquirir un producto importado de alta calidad y con cualidades saludables. Esto ha quedado reflejado en las entrevistas a profesionales taiwaneses del sector, que han sabido nombrar los productos más representativos de España. Por tanto, es fundamental transmitir al importador y al consumidor las principales características diferenciadoras del producto para plasmar esta oportunidad en ventas reales.

Al no haber estado expuesto al producto cárnico español, hay que tener en cuenta que el consumidor medio no tiene una imagen establecida del producto y puede ser moldeado en base a las estrategias marketing que se empleen en el mercado. Sin embargo, consideramos que el producto español será clasificado en el segmento medio/alto, por lo que se espera que tanto curados como refrigerados no entren en conflicto con la competencia local en segmento poblacional y precio. Por tanto, las perspectivas, especialmente en el segmento medio/alto, son positivas a corto y medio plazo. En concreto, el canal de los supermercados especializados y el canal Horeca se perfilan como las dos principales vías de llegada y crecimiento. Es posible que el consumo en el hogar de los clientes que acuden a este tipo de supermercado se inicie con la entrada de los productos españoles, ya que junto con el canal Horeca, hará mucha promoción y actividades de for-



EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

mación al consumidor final. El consumo de productos cárnicos de alto nivel está muy extendido en hoteles de gama alta y restaurantes de gastronomía occidental, además de consumirse en restaurantes de barbacoas japonesas y coreanas. La positiva imagen internacional del cárnico porcino español, junto con la experiencia del sector en otros países asiáticos, vaticinan un buen comienzo para las exportaciones españolas en Taiwán.

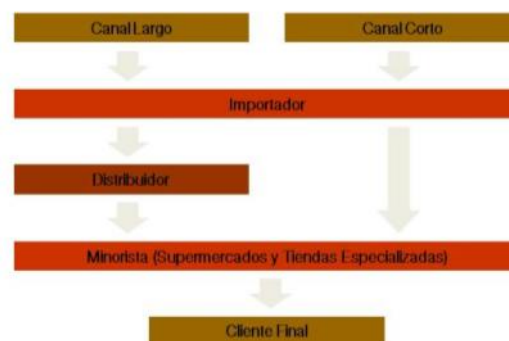


7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La elección del canal de distribución es una decisión muy sensible. La exportación puede llevarse a cabo a través de dos canales distintos: un canal corto y un canal largo, como se puede apreciar en la siguiente gráfica. Los principales canales de distribución para el cárnico porcino son los mercados, los supermercados, los supermercados Gourmet, los hipermercados y las tiendas de conveniencia.

La mayoría de los canales se aprovisionan a través de importadores locales, que en algunas ocasiones se integran verticalmente y también realizan funciones de distribución mayorista o tienen algún tipo de procesamiento local propio. Por otro lado, algunos mayoristas como Costco se pueden aprovisionar directamente con el exportador debido al gran volumen de sus compras. Por tanto, se deberá elegir el canal de distribución dependiendo del tipo de producto, segmento, rango de precios y usuario final. Además, hay que tener en cuenta aspectos como la experiencia en el mercado, la capacidad financiera, las instalaciones de almacenamiento, así como la red de distribución propia por toda la isla para asegurar una expansión adecuada del producto.

Gráfica 7. Canales de distribución en Taiwán



Fuente: Elaboración propia

Los principales canales de distribución para el cárnico porcino en Taiwán son los siguientes:

Supermercados

Los supermercados son uno de los canales de distribución más importantes de la isla. En estos establecimientos se encuentran principalmente carnes nacionales, pero también se ofrecen algunas carnes importadas. La rotación de los productos es alta y los precios suelen ser muy competitivos. Wellcome es la cadena líder del mercado, con unos 200 establecimientos en toda la isla, de los cuales 130 están en Taipei. Los principales supermercados que operan en Taiwán son [Wellcome](#), [PXmart](#), [Geant](#) y [Matsusei](#).

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

Supermercados Gourmet

Los supermercados de alto nivel se localizan en centros comerciales y ofrecen productos de mejor calidad que los supermercados convencionales. Todos cuentan con una mayor presencia de marcas internacionales y secciones dedicadas a artículos delicatessen. Al contrario que los supermercados convencionales, en los supermercados Gourmet se pueden encontrar una mayor variedad de cárnico porcino importado y un mayor surtido de productos destinados a un consumidor de mayor nivel adquisitivo. En general los precios son más altos que en los supermercados habituales y la rotación del producto es menor. Algunos de los supermercados de nivel alto más reconocidos en Taiwán son [Breeze Center](#), [Jason's Market Place](#), [City Super](#) y [Mitsukoshi](#),

Hipermercados

Los hipermercados están teniendo un gran crecimiento en Taiwán en los últimos años y se están haciendo un hueco en el mercado taiwanés progresivamente. No suelen estar localizados en zonas céntricas debido a sus grandes superficies, por lo que los consumidores no suelen acudir diariamente, sino una vez a la semana. Los hipermercados ofrecen una amplia variedad de productos, ampliando la oferta de los supermercados convencionales y segmentando los productos de los supermercados Gourmet. Los hipermercados pueden ofrecer mejores precios debido a sus volúmenes de compra. En la actualidad, [Carrefour](#) es el hipermercado internacional con mayor número de establecimientos en Taiwán, seguido por [Costco](#) y la empresa local [RT-Mart](#).

Canal Horeca

En los hoteles de primer nivel, como el [Sheraton](#), [Gran Formosa](#), [Grand Hyatt](#), [Far Eastern](#), [Le Meridien](#), [Mandarin Oriental](#), [W Taipei](#) y [Okura](#), se puede disfrutar de cocina de estilo occidental de primer orden. Utilizan productos Gourmet y de alta calidad en sus cartas, además de organizar eventos y actividades profesionales.

En los restaurantes españoles de Taiwán se utilizarían sin duda alguna los productos cárnicos porcinos, especialmente los curados. Aunque los restaurantes españoles que sirven comida española real puedan ser pocos ([Vivo](#), [Mvsa](#), [La Caja de Música](#), [HowFun Paella Bar](#), [Hola Mesón Español](#) y [Tapas One](#)), existe una tendencia creciente a abrir bares de tapas de corte occidental o europeo. Los productos cárnicos españoles podrían complementar y mejorar la imagen de dichos restaurantes, potenciando en definitiva la visibilidad de la gastronomía española y la educación del consumidor final.

Restaurantes especializados: BBQ, Steak House y Hot Pot

En Taiwán se pueden encontrar una amplia variedad de restaurantes especializados en barbacoas, Steak House y Hot Pot. Son establecimientos muy populares que ofrecen una carta especial o una tarifa fija (*all you can eat*). Se ha observado cómo los taiwaneses suelen celebrar algunas fiestas familiares, sociales o las fiestas nacionales (como el Festival del Medio Otoño) en restaurantes de este tipo. Algunos ejemplos son [Yayan](#), [Kanpai](#) o [Gyu-Kaku](#).

Mercados locales

Los mercados son un punto de compra de carne fresca muy habitual en Taiwán. Algunos de los más relevantes son el [mercado de Nanmen](#) (南門市場) y el [mercado de Binjiang](#) (濱江市場). Se estima que el 90 por ciento de los productos cárnicos vendidos en estos mercados son productos nacionales. Probablemente este es uno de los canales en la que la presencia del producto de importación es más limitada, al ser el precio el factor decisivo de compra.

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

En cuanto a los principales puntos de entrada, hay que destacar que el principal aeropuerto de Taiwán es el aeropuerto de Taoyuan. Tiene la mayoría de conexiones aéreas de larga distancia y los principales operadores de mercancía del sector. Los principales puertos de Taiwán son el de Kaohsiung, Taichung y Keelung, situados en el sur, centro y norte de la isla:

- Puerto de Kaohsiung: Mayor puerto de Taiwán con capacidad para 10 millones de TEUs.
- Puerto de Taichung: Segundo puerto más grande de Taiwán.
- Puerto de Keelung: Tercer puerto del país situado a las afueras de Taipei. Cada año mueve entre dos y tres millones de TEUs.



8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS

Aranceles

España pertenece al grupo I de países del sistema arancelario taiwanés vigente. Este grupo está constituido por los países miembros de la Organización Mundial del Comercio, del que Taiwán forma parte desde el año 2002. Taiwán es una de las economías con mayor tasa de apertura internacional. No obstante, es muy importante tener en cuenta las condiciones de acceso al mercado para llevar con éxito el proceso de exportación. En la actualidad existe un IVA del 5 por ciento que se aplica a todos los productos. Además, los aranceles que se aplican en Taiwán a las partidas analizadas son los siguientes:

Tabla 11. Aranceles

Aplicados por cada kilogramo

Productos	Códigos	Definición	Arancel	Regulaciones
Carne de cerdo fresca o refrigerada	0203.12	Piernas, paletas, y sus trozos, con hueso, fresca o refrigerada.	12.5%	B01 , F01 y MW0 .
	0203.19	Las demás, fresca y refrigerada. Deshuesada	12.5%	B01 , F01 y MW0 .
Carne de cerdo congelada	0203.22	Piernas, paletas, y sus trozos, con hueso, congelada.	12.5%	B01 , F01 y MW0 .
	0203.29	Las demás, congeladas.	12.5%	B01 , F01 y MW0 .
Despojos	0206	Despojos comestibles de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballar, asnal o mular, frescos, refrigerados o congelados	15%	B01 , F01 y MW0 .
Embutidos	1601	Embutidos y productos similares de carne, despojos o sangre; preparaciones alimenticias basadas en estos productos.	20%	B01 , F01 y MW0 .
Curados: Jamón, paleta y trozos	1602	Jamones y trozos preparados o conservados.	32%	B01 , F01 y MW0 .

Fuente: [Customs Administration of Taiwan](#)

Proceso de apertura

BAPHIQ y TFDA, las autoridades taiwanesas competentes en la materia, inspeccionaron in-situ los principales mataderos y plantas procesadoras españoles en 2013 para comprobar que cumplían los requisitos de sanidad veterinaria y de salud pública, así como los reglamentos europeos y taiwaneses. Esta visita, junto con las negociaciones mantenidas entre el MAGRAMA, la Cámara de Comercio de España en Taiwán y dichas autoridades taiwanesas, propiciaron que el 9 de sep-

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

tiembre de 2014 se aprobase la apertura del mercado para los productos cárnicos porcinos españoles. Un total de 8 mataderos y 43 plantas de procesamiento españoles han sido autorizados para las exportaciones a Taiwán. Por tanto, es muy importante tener en cuenta los siguientes puntos:

- Solo podrán exportar sus productos a Taiwán aquellos establecimientos que hayan sido debidamente autorizados por Taiwán y la materia prima haya sido sacrificada en los mataderos homologados. Esto implica que todos los establecimientos de la cadena (mataderos, salas de despiece e industrias cárnicas) deberán estar autorizados y poseer el correspondiente certificado de exportación.
- Solo se podrán exportar los productos que hayan sido producidos con carnes de cerdos sacrificados a partir de la fecha de apertura del mercado (9 de septiembre de 2014).

Legislación aplicable

Se recomienda trabajar con un importador que, además de tener la licencia de importación, disponga de la experiencia y las instalaciones necesarias para realizar todos los procedimientos correctamente. Además, hay que tener en cuenta las [leyes concernientes](#) a este tipo de productos. Hay que mencionar que no se permite la exportación de productos agroalimentarios de China a Taiwán.

En términos generales, los productos agroalimentarios que son exportados a Taiwán deben cumplir con la ley “[Act Governing Food Safety and Sanitation](#)”, que regula el marco general de este tipo de productos especificando los estándares sanitarios mínimos exigidos, los requisitos de la etiqueta y los estándares para residuos de pesticidas y aditivos en alimentos. Además, la ley “[Regulations for Food Labeling](#)” se debe aplicar en relación al etiquetado y el embalaje de los productos agroalimentarios. En concreto, los requisitos técnicos (disponibles en inglés) para la exportación de cárnico porcino son los siguientes:

- [Requisitos](#) para la importación de productos cárnicos y sus derivados:

Especifica los diferentes requisitos para países declarados infectados (artículo 3) o no infectados (artículo 2) por una serie de enfermedades porcinas y los requisitos que deben cumplirse, entre los que destacan los siguientes:

 - Exclusiones de productos específicos que sigan un proceso de esterilización de alta temperatura (art. 1.2).
 - Las plantas productoras deben guardar el registro del producto durante 2 años.
 - Todos los productos deben pasar inspecciones ante- y post-mortem. Estas inspecciones se demuestran con el sello oficial del MAGRAMA y del número registrado del establecimiento (puede venir en forma de sello o pegatina).
 - Cada envío debe ir acompañado de un certificado original en chino o inglés que haya sido emitido por la autoridad competente de cuarentena del país exportador y que contenga la siguiente información (artículo 2.5):
 - Nombre y dirección de la planta productora.
 - Nombre, cantidad, peso y fecha de producción de los productos.
 - Especie animal de la que procede la carne contenida en los productos.
 - Fecha y lugar donde se emitió el certificado, nombre y sello oficial de la autoridad que lo expide, así como nombre y firma del veterinario que lo certifica.

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

- [Apéndice](#) de los requisitos de cuarentena para la importación de productos cárnicos derivados de animales con pezuña hendida: Especifica el proceso de autorización de los establecimientos del país exportador (artículos 3 y 4) y la siguiente información importante:
 - Definición de los términos relacionados (artículo 1).
 - Indicación del origen de la carne y de los requisitos si ésta o el cerdo vivo tuviesen un origen diferente del país exportador (artículos 5 y 6).
 - Procedimiento de certificación, cuarentena y seguimiento por parte de las autoridades del país exportador (certificado veterinario, inspectores, inspecciones ante- y post-mortem, condiciones de sacrificio y procesado. Artículos 8-11).
 - Todo producto exportado debe contener un sello de las autoridades oficiales de sanidad con el número de establecimiento acreditando que se han realizado las inspecciones ante y post mortem. Su ausencia es uno de los problemas más recurrentes en las inspecciones en frontera de Taiwán.
 - A pesar de que en el punto anterior ([requisitos de cuarentena](#), artículo 3) se indican los requisitos para importar productos de países infectados, en este apéndice (artículo 14) se especifica que si aparecen estas enfermedades porcinas o si se contaminan los productos con sustancias tóxicas, la autoridad competente del país exportador deberá suspender inmediatamente las exportaciones a Taiwán e informar a BAPHIQ.
 - Se especifican los datos que deben aparecer en el certificado veterinario (artículo 15), que se expondrá en una sección posterior de este apartado.

- [Normativa](#) de importación de productos de origen animal en contenedores sellados.
 - Se especifican las condiciones del contenedor (artículo 2).
 - Se indica que el importador o agente solicitará la cuarentena de productos animales a la llegada del contenedor a su puerto de destino (artículo 3).
 - Se especifica los detalles del sello original del contenedor, del resellado y la obligatoriedad de incluir el número de contenedor cerrado y su sello en el certificado veterinario o en el Bill of landing (artículo 4).
 - Se indica que esta normativa también se aplica a los productos transportados por aire (artículo 5).

Todos los documentos anteriores están en inglés y se recomienda su lectura pormenorizada para cumplir con la ley vigente. Otros aspectos importantes que quizás no queden reflejados en todas las leyes anteriores estarán incluidos en la ley general alimentaria, por lo que se aconseja consultar con el importador con el que se colabore, ya que conocerá la práctica habitual del mercado. Algunas de esas leyes son las siguientes:

- [Regulations Governing the Labeling of Bulk Foods](#).
- [Food Good Hygiene Practice \(GHP\)](#).
- Standards for [Pesticide Residue](#) / [Veterinary Drug Residue](#) Limits in Foods.
- [Sanitation Standard for Frozen Foods](#).

En cuanto a los organismos más relevantes para la exportación, destacan los siguientes:

- [BAPHIQ](#): Organismo de inspección de productos agrícolas. (Inspección en frontera)
- [TFDA](#): Secretaría de agricultura y alimentación de Taiwán. (Seguridad alimenticia)
- [Customs Administration](#): Dirección general de aduanas de Taiwán.
- [Taiwan's Intellectual Property Office](#): Organismo encargado del registro de marcas.

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

Etiquetado

La “[Act Governing Food Safety and Sanitation](#)” y, en concreto, la “[Regulations for Food Labeling](#)”, obligan a que el producto incorpore una **etiqueta** en chino tradicional que normalmente toma la forma de adhesivo. La etiqueta debe seguir todas las instrucciones de dicha norma, que incluye detalles como los centímetros que deben medir los caracteres de la etiqueta y como mostrar el peso del producto. Por tanto, se aconseja consultar con el importador para evitar posibles problemas en la Aduana. Dicho esto, la etiqueta debe contener la siguiente información:

- Nombre del producto: Nombre explicativo del producto agroalimentario.
- Ingredientes: Listado de todos los ingredientes, incluyendo los aditivos si los hubiere.
- Lugar de origen: País de origen.
- Peso: Peso neto del contenido expresado en gramos.
- Fecha de producción: Aunque la ley indica que se debe poner día/mes/año, normalmente se suele añadir la fecha indicando el lote del producto en la etiqueta.
- Fecha de caducidad: Día/mes/año en los que caduca el producto. Normalmente se indica la fecha específica, el periodo de tiempo durante el cual se puede consumir el producto y cómo debe conservarse (refrigerado, congelado, etc.).
- Datos de la empresa productora e importadora/distribuidora: Nombre, dirección y teléfono de ambas empresas.
- Tabla de valores nutricionales del producto: Normalmente la tabla es muy específica y suelen mostrarse los valores por cada 100 gramos.

A continuación se facilita con fines meramente ilustrativos un ejemplo de etiqueta obtenida durante el Storecheck realizado en los establecimientos taiwaneses.

Gráfica 8. Ejemplo de etiqueta de un producto porcino curado en Taiwán.

品名：	
重量：85公克	
成份：豬肉、鹽	
有效日期：2015年 月 日	
保存方式：冷藏 保存期限：240天	
原產地：	
進口商：	
地址：	
電話：	

營養標示	
(每 100 公克)	
熱量	214大卡
蛋白質	28.6公克
脂肪	10.7公克
飽和脂肪	3.6公克
反式脂肪	0公克
碳水化合物	3.6公克
糖	0公克
鈉	2321毫克

Fuente: Elaboración propia.

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

Documentación

La documentación que el exportador debe entregar al importador taiwanés para poder efectuar el despacho de aduanas es la siguiente:

- Bill of landing.
- Commercial invoice.
- Packing List.
- Delivery order.
- Animal Health Certificate: Certificado veterinario para productos cárnicos que haya sido emitido por un veterinario oficial dependiente del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de España (MAGRAMA). (Consultar anexos).

Además, se deben tener en cuenta las siguientes indicaciones:

- Tratamiento de embalaje de madera. Todo embalaje de madera que vaya a entrar en el país debe estar tratado, fumigado y marcado según lo previsto en la publicación número ISPF 15 de las Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias.
- Normas de calidad y etiquetado. Un buen número de productos están sometidos a inspección y certificación específicas, en particular, los productos alimentarios, eléctricos o químicos. Para estos productos se deberá adjuntar el correspondiente certificado técnico o de seguridad.

Certificado veterinario

La mercancía exportada deberá ir acompañada del certificado veterinario oficial acordado durante el proceso de negociaciones. Se facilita el modelo de dicho certificado del MAGRAMA en los anexos de este estudio de mercado. Se recomienda comprobar detenidamente que esté cumplimentado debidamente para evitar posibles problemas en la aduana. Se destacan los siguientes aspectos que provienen de errores subsanados que las autoridades encuentran habitualmente en el certificado:

- Se deberán indicar todos los datos del establecimiento desde el que se envíen los productos (dirección, municipio, código postal y provincia), tal y como aparecen en las listas de establecimientos homologados para exportar a Taiwán. El nombre del establecimiento y la dirección postal en el certificado deben ser exactamente idénticos a los que aparecen en la lista de establecimientos autorizados. Cualquier modificación en el nombre o dirección, a pesar que el número de establecimiento sea correcto, será considerado no válido.
- Se deberá expresar de forma clara la cantidad exacta de productos contenidos en las cajas.
- Se deberá indicar adecuadamente la descripción técnica de la mercancía.
- Se debe especificar de modo completo la fecha de sacrificio en el formato dd/mm/aaaa. Si no se especifica el día exacto consideran que la información no es válida. También se admite especificar un rango en lugar de un día exacto.
- Se debe incorporar tanto el identificador de contenedor como el número de precinto en el certificado. La aduana no lo considerará válido si únicamente aparece uno de estos datos.
- El certificado debe estar firmado por el veterinario competente, pero también debe aparecer su nombre completo en mayúsculas para facilitar su correcta lectura.

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

Envase y transporte

En cuanto al envase y el transporte de estos productos, Taiwán sigue las normativas habituales en el comercio internacional y no se ha detectado ninguna normativa especial o diferente. Por tanto, se aconseja consultar con el importador con el que se colabore, ya que conocerá la práctica habitual del mercado.

Oficinas de cuarentena

BAPHIQ cuenta con oficina de cuarentena en los principales puertos y aeropuertos del país. Destacamos a continuación los puertos y se ofrecen los datos de contactos de dichas oficinas (動物檢疫課):

Tabla 12. Oficinas de cuarentena de BAPHIQ

Puerto	Dirección	Teléfono	Fax
Keelung	台灣基隆市義二路88號2樓	+886 2 2424 7342	+886 2 2428 8389
Hsinchu	台灣桃園縣花蓮市中華路512號	+886 3 3982 431	+886 3 3982 310
Taichung	台灣台中市國光路250號動植物防疫檢疫	+886 4 2285 3419	+886 4 2285 0507
Kaohsiung	台灣高雄市苓雅區海邊路31號4樓、5樓	+886 7 9720 599	+886 7 9726 612

Fuente: BAPHIQ

Proceso de homologación

Tras las negociaciones iniciales, el proceso de homologación se materializó en 2013 con la inspección in-situ de las autoridades taiwanesas pertinentes a los establecimientos españoles seleccionados. Cuando se abrió el mercado en septiembre de 2014 se aprobaron 8 mataderos y 43 plantas procesadoras. El listado de los establecimientos autorizados está disponible para todas las empresas taiwanesas que lo solicitan en la Cámara de Comercio de España en Taiwán. El organismo encargado del procedimiento para la autorización y homologación de los establecimientos es el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ([MAGRAMA](#))

9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

En los últimos años el sector del cárnico porcino taiwanés ha disfrutado de una positiva evolución en términos de volumen de producción e importaciones. El país dispone de una fuerte capacidad productiva de cárnico porcino que se ve complementada con unas importaciones de productos de media y alta calidad. Las exportaciones taiwanesas, de menor intensidad, se concentran en los países asiáticos vecinos.

Por un lado, la producción local se caracteriza por su buena calidad, su amplia variedad de cortes y su alta rotación. Las autoridades realizan un estricto seguimiento de las normativas vigentes para salvaguardar la salubridad del producto final. En el último año han tenido lugar varios escándalos alimenticios en el país, por lo que la seguridad alimenticia es actualmente un tema delicado. Hay que tener en cuenta el importante crecimiento de la producción nacional para comprender la evolución de las importaciones. En la evolución de las importaciones destaca el crecimiento de embutidos, despojos y curados, así como la estabilización de carne fresca y congelada después de un leve estancamiento en 2012.

Por otro lado, los orígenes de los principales productos importados son EE.UU., Canadá, Australia, Nueva Zelanda y Holanda. Los consumidores taiwaneses conocen y valoran sus productos. De hecho, los principales productos cárnicos porcinos por volumen y valor provienen de EE.UU. y Canadá. Además, en los últimos dos años las autoridades taiwanesas han abierto el mercado a Francia, Hungría y Polonia. En tan poco tiempo sus productos han entrado en los lineales con paso firme. Francia destaca en los curados y Hungría en fresco, refrigerados y embutidos. No obstante, las autoridades cerraron el mercado a Polonia el pasado 19 de febrero de 2014 tras la detección de una epidemia de ASF. Otros países europeos, como Italia o Portugal, aún siguen en negociaciones con las autoridades taiwanesas para conseguir la apertura del mercado de este sector. Por tanto, hay que tener en cuenta el grado de exigencia y el control de las autoridades taiwanesas para hacer las cosas bien desde el principio y convertir esta barrera de entrada en una oportunidad para las empresas españolas del sector porcino

Una variable importante que se debe valorar es la evolución de los precios medios de importación. A pesar de la disminución de varias partidas, la gran mayoría de los productos importados han aumentado positivamente sus precios. Esto muestra la consolidación de la tendencia general del mercado taiwanés: cada vez se valoran más los productos importados de buena calidad, de procedencia occidental y con características saludables. Un claro ejemplo es la irrupción de la carne fresca y refrigerada húngara el año pasado, que ha modificado drásticamente los precios medios y que, según entrevistas a importadores, continuará este año con buenas perspectivas.

10. OPORTUNIDADES

El martes 9 de septiembre de 2014 las autoridades taiwanesas concedieron la apertura del mercado del cárnico porcino a España. Todos los productos derivados de aquellos cerdos que hayan sido sacrificados a partir de dicha fecha en las instalaciones autorizadas ya pueden exportarse a Taiwán. En concreto, tras un estricto proceso se han autorizado a 8 mataderos y a 43 plantas procesadoras españolas. Esta apertura es una ventaja competitiva, ya que son pocos los países europeos que pueden exportar estos productos a Taiwán. Actualmente solo pueden exportar productos cárnicos porcinos los siguientes países: Australia, Nueva Zelanda, EE.UU., Canadá, Dinamarca, Holanda, Japón, Hungría, Suecia, Finlandia, Francia y España. Otros países, como Austria, Suecia e Italia, aún están en proceso de negociaciones y Polonia ha sido vetada hace pocos meses debido a la aparición de una epidemia en sus granjas productoras. Como el proceso de autorización suele tardar un tiempo prolongado, se observa una oportunidad para la entrada de los productos españoles en el mercado taiwanés.

La percepción que los taiwaneses tienen de España y sus productos es buena, aunque es necesario mejorar la promoción y continuar educando al consumidor de clase media. Es necesario realizar una campaña de promoción general de los productos cárnicos españoles en el país. La gastronomía española es conocida y hay una selecta presencia de restaurantes españoles en las principales ciudades del país. Si bien es cierto que la demanda será reducida y gradual al principio, se trata de una apertura de mercado y se parte desde cero, por lo que las expectativas son positivas. Las oportunidades se concentran en las carnes refrigerada / congeladas, los embutidos y los productos curados.

En primer lugar, en cuanto a las carnes refrigeradas o congeladas, se ha observado el posicionamiento de los productos importados en el segmento alto. Por tanto, se estima que la exportación de productos de calidad en colaboración de un importador/distribuidor que realice un branding correcto podría funcionar con éxito a medio plazo.

En segundo lugar, como se ha podido visualizar en el Storecheck realizado, existe una creciente y pujante oferta de productos embutidos importados (salami, jamón cocido, mortadela, etc.). Estos productos se ofrecen en la sección Gourmet de supermercados especializados y se sitúan en la gama alta. Dada la calidad de los productos españoles y los altos precios de venta final en Taiwán, podría ser otra oportunidad para las empresas españolas del sector.

En tercer lugar, hay que destacar las buenas expectativas de los productos curados en este mercado. Los importadores y distribuidores entrevistados han mostrado un gran interés en este tipo de productos. Los lineales analizados de los principales establecimientos cuentan con una oferta



EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

selecta pero con unos precios finales muy interesantes. Teniendo todo en cuenta, se recomienda el posicionamiento en segmento alto, el uso del branding y la potenciación de la marca española (“Jamón Serrano” o “Jamón Ibérico”) para los productos curados como seña de identidad y calidad.



11 ■ INFORMACIÓN PRÁCTICA

Ferias

Food Taipei. Taipei International Food Show.

Organizador: Taiwan External Trade Development Council (TAITRA)

Lugar de celebración: Taipei World Trade Center Nangang Exhibition Hall

Dirección: 1, Jingmao Road, Nangang District, Taipei 11568, Taiwan

Teléfono: + 886 2 2725 5200

Fax: + 886 2 2722 7324

Persona de contacto: Francis Chen

E-mail: foodtaipei@taitra.org.tw

Página web: www.foodtaipei.com.tw/en_US/index.html

Perfil de la feria: Food Taipei es una de las ferias más importantes de Asia en el sector agroalimentario. La feria es una gran plataforma para el lanzamiento de nuevos productos, no sólo en el mercado taiwanés sino también en todo el mercado asiático. Food Taipei reúne cada año a un gran número de expositores y profesionales, tanto a nivel nacional como internacional.

Wine & Gourmet Taipei

Organizador: Kaigo Co. Ltd

Lugar de celebración: Taipei World Trade Center Hall 3

Dirección: No. 6, Songshou Rd., Xinyi Dist., Taipei City 110, Taiwan

Teléfono: + 886 2 2595 4212

E-mail: promo@kaigo.com.tw

Página web: www.winegourmettaipei.com/

Perfil de la feria: Wine & Gourmet es una feria centrada en el vino y la promoción de productos Gourmet. Desde que empezó a organizarse en 2010, la feria ha ido evolucionando positivamente, atrayendo a nuevos expositores internacionales y asistentes nacionales. Además, durante la feria siempre se organizan actividades como catas, seminarios, tours, etc.

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

Publicaciones del sector

En Taiwán se pueden encontrar varias revistas relacionadas con el “estilo de vida”, como [Taipei Walker](#), en las que se explican las ventajas de ciertos productos alimenticios. Algunas revistas tienen secciones de alimentación, noticias del sector agroalimentarios o de viajes relacionados con la comida, como [China Times Weekly](#), [TravelCom](#) y [Mook-Traveler](#). También existen revistas dedicadas exclusivamente a la alimentación como [Asia Food News](#), [Enjoy Gourmet](#), Vita, [Organic Lifestyle](#) y [Common Health](#). Por último, la revista [Super Taste](#) es la única especializada totalmente en gastronomía.

Asociaciones

- [Asociación de importadores y exportadores taiwaneses](#)
- [Asociación taiwanesa de comida](#)
- [Asociación taiwanesa de la industria de comida congelada](#)
- [Centro de Agricultura de Taiwán](#)
- [Asociación taiwanesa para el transporte y el marketing de la carne](#)
- [Federación americana para la exportación de carne \(Sección Taiwán\)](#)

Cultura empresarial

A pesar de la modernización de Taiwán, la forma de hacer negocios responde a pautas muy particulares y características de la cultura china. La ética confucionista está en la base del comportamiento social, dicha ética se ve reflejada en una deferencia a la autoridad y a los mayores, conciencia del rango, modestia, evitar el enfrentamiento directo, etc. Por ello, a la hora de hacer negocios en Taiwán se han de tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- La “cara”, o el concepto que tienen los demás de uno mismo, es muy importante para los taiwaneses. Que una persona “pierda la cara” por no ser respetado o no haber mantenido su palabra puede ser muy perjudicial. Se puede hacer “perder la cara” a un taiwanés reprochándole delante de otras personas el no haber sido capaz de mantener una promesa o poniendo de manifiesto claramente que ha cometido un error.
- En la negociación, los taiwaneses establecen las siguientes prioridades:
 - Relaciones personales
 - Atributos del producto
 - Consideraciones legales
- *Guanxi* y las relaciones en Taiwán: el *guanxi* es el tipo de conexiones que tienen los individuos u organismos entre ellos para resolver los problemas y para que todo vaya como estaba previsto. Unos buenos “*guanxi*” son fundamentales para la culminación exitosa de cualquier negocio.
- La importancia de las relaciones personales en el largo plazo.
- Las tarjetas de visita suponen la primera toma de contacto personal con su interlocutor taiwanés.

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

- Disponer de un buen intérprete es fundamental para llevar a buen puerto sus objetivos. La población en general no tiene un alto nivel de inglés y, a pesar de que en el ámbito de los negocios tiene un uso más extendido, en la mayoría de los casos es preferible la comunicación a través de un intérprete.

Direcciones de interés

Cámara de Comercio de España en Taipei

Dirección: 10F-B1, 49, Minsheng East Road, Sec. 3, Taipei 104

Teléfono: + 886 2 2518 4905

Fax: + 886 2 2518 4891

E-mail: taipei@comercio.mityc.es

Web: <http://taiwan.oficinascomerciales.es/>

Directorate General of Customs of Taiwan / Dirección General de Aduanas de Taiwán

Dirección: No.13, Tacheng St., Taipei City 10341

Tel.: +886 2 255 055 00 ext.2116

Email: mgr@webmail.customs.gov.tw

Web: <http://eweb.customs.gov.tw/mp.asp?mp=21>

Bureau of Animal and Plant Health Inspection and Quarantine (BAPHIQ), Council of Agriculture

Organismo de Inspección de Productos Agrícolas

Dirección: 9F., No. 100, Sec. 2, Heping W. Rd., Zhongzheng Dist., Taipei City 10070

Tel.: +886 2 234 314 01

Email: baphiq@mail.baphiq.com.tw

Web: <http://www.baphiq.gov.tw/homeweb5.php>

Agriculture and Food Agency, Council of Agriculture, Executive Yuan, R.O.C. Taiwan

Secretaría de Agricultura y Alimentación de Taiwán

Dirección: No. 15, Section 1, Hangzhou South Rd, Zhongzheng District, Taipei City, 100

Tel.: +886 49 2332 380

Email: mcoa@mail.afa.gov.tw

Web: <http://www.afa.gov.tw>

Department of Health and Welfare / Ministerio de Sanidad

Dirección: No. 36, Tacheng St., Datong District, Taipei 10341

Tel: + 886 2 8590 6666

Web: <http://www.mohw.gov.tw/EN/Ministry/>



12. ANEXOS (CERTIFICADO VETERINARIO)



Ref.: ASE-1639
MPG0914

Certificado veterinario para carne y productos cárnicos de porcino exportados de España a Taiwán
Veterinary certificate for pork meat and pork meat products exported from Spain into Taiwan

1.267947
M ROM-FNMT - 10/10

Parte I : Descripción de la mercancía enviada / Part I: Details of dispatched consignment							
1.1. Expedidor / Consignor: Nombre / Name: Dirección / Address: Código postal / Postal code: Nº Tif / Tel.No:				1.2. Número de Certificado / Certificate reference number:		1.2.a.	
				1.3. Autoridad Central Competente / Central Competent Authority: MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE			
				1.4. Autoridad Local Competente / Local Competent Authority:			
1.5. Destinatario / Consignee: Nombre / Name: Dirección / Address: Código postal / Postal code: Nº Tif / Tel.No:				1.6.			
1.7. País de origen / Country of origin:	Código ISO / ISO code:	1.8. Región de origen / Region of origin:	Código ISO / ISO code:	1.9. País de destino / Country of destination:	Código ISO / ISO code:	1.10. Región de destino / Region of destination:	Código ISO / ISO code:
1.11. Lugar de origen / Place of origin: Nombre / Name: Nº de autorización / Approval number: Dirección / Address:				1.12. Lugar de destino / Place of destination: Nombre / Name: Nº de autorización / Approval number: Dirección / Address:			
1.13. Lugar de carga / Place of loading:				1.14. Fecha de salida / Date of departure:			

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

1267788

RCMI-FNMT - 10/10

I.15. Medio de transporte / Means of transport : Avión / Aeroplane <input type="checkbox"/> Buque / Ship <input type="checkbox"/> Vagón de ferrocarril / Railway wagon <input type="checkbox"/> Camión / Road vehicle <input type="checkbox"/> Otros / Other <input type="checkbox"/> Identificación / Identification:		I.16 PIF de entrada en / Entry BIP in : I.17					
Referencia documental / Documentary references:		I.19. Código de la mercancía (Código SA) / Commodity code (HS code):					
I.18. Descripción de la mercancía / Description of commodity:							
I.21. Temperatura del producto / Temperature of product: Ambiente / Ambient <input type="checkbox"/> Refrigerado / Chilled <input type="checkbox"/> Congelado / Frozen <input type="checkbox"/>		I.20. Peso neto total / Total Net Weight :					
I.23. Identificación del contenedor/ Número de precinto / Identification of container/Seal number: I.24.		I.22. Número de bultos / Number of packages:					
I.25. Mercancías certificadas para / Commodities certified for : Consumo Humano / Human consumption <input type="checkbox"/>							
I.26.		I.27. Para la importación o admisión en / For import or admission into: <input type="checkbox"/>					
I.28. Identificación de la mercancía / Identification of the commodities:							
Nombre del producto / Name of product	Número de lote / batch number	Fecha sacrificio (año/mes/día) / slaughtering date (year.month/day)	Fecha conservación (año/mes/día) / expiry date (year/month/day)	Matadero: Nombre, dirección y Número de Registro Sanitario / Slaughterhouse: Name, address and Official registration number	Sala de despiece: Nombre, dirección y Número de Registro Sanitario / Cutting plant: Name, address and Official registration number	Industria cárnica: Nombre, dirección y Número de Registro Sanitario / Processing plant: Name, address and Official registration number	Peso neto (kg) / Net weight (kg)

EL MERCADO DEL PORCINO EN TAIWÁN

1267949

Nº RCM-FNMT - 10/10

Parte II: Certificación / Part II: Certification		
II Información Sanitaria / Health information:	II.a. Nº de referencia del certificado / Certificate reference number:	1.2.a.
II.1 Declaración Zoonosaria / Animal Health attestation:		
<p>Yo, veterinario oficial abajo firmante, certifica que / I, the undersigned official veterinarian, do hereby certify that:</p> <p>4.1. La carne o productos cárnicos de porcino anteriormente descritos, proceden de animales nacidos y criados en España o en otro Estado Miembro de la Unión Europea ()⁽¹⁾ aprobado por las autoridades taiwanesas. / The pork meat or the pork meat products described above originate from pigs which have been born and bred in Spain or other Member States of the EU()⁽¹⁾, which are approved for export by Taiwanese authorities.</p> <p>4.2. España es un país libre de Fiebre Aftosa, Peste Bovina, Pleuroneumonía Contagiosa Bovina, Peste Porcina Africana y Peste Porcina Clásica. / Spain is free from Foot and Mouth disease (FMD), Rinderpest, Contagious Bovine Pleuropneumonia, African Swine Fever (ASF) and Classical Swine Fever (CSF).</p> <p>4.3. Los animales sacrificados no mostraron ningún signo clínico de enfermedad como resultado de las inspecciones ante y post-mortem, realizadas en el establecimiento, por el veterinario oficial. / The slaughtered animals have not shown any clinical signs of diseases based on the result of the ante- and post-mortem inspections conducted at the designated establishment by the veterinary authority.</p> <p>4.4. La carne es considerada como apta para el consumo humano. / The meat is considered as fit for human consumption.</p> <p>4.5. La carne ha sido sometida a un análisis para triquina con resultado negativo. / The meat has been subjected to an examination for trichinosis with a negative result.</p> <p>4.6. La carne y productos cárnicos fueron manipulados de manera que se evite la contaminación. / The meat and meat products described above are handled in a way to prevent contamination.</p> <p>4.7. La carne procede de un matadero autorizado en base a la normativa comunitaria y autorizado por las autoridades competentes de Taiwán. / The meat originates from a slaughter establishment which is approved in accordance with EU legislation and approved by the competent authorities of Taiwan.</p>		
Notas / Notes:		
<p>(1) Indicar el nombre del Estado Miembro de la Unión Europea / Please indicate name of the European Union Member State</p>		
Veterinario oficial / Official veterinarian		
Nombre (en mayúsculas) / Name (in Capital):		
Cualificación y título / Qualification and title :		
Fecha / Date:	Firma / Signature:	
Lugar / Place:	Sello oficial / Official stamp:	