

Lácteos en Taiwán

A. CIFRAS CLAVE

El sector lácteo en Taiwán se encuentra en desarrollo, con un crecimiento constante. Entre los productos que conforman el sector, las bebidas de leche muestran gran liderazgo con el 58 % del valor total de ventas de lácteos en 2020. Las importaciones representan una parte importante del mercado de lácteos en Taiwán, lideradas por Nueva Zelanda y EE. UU.

Los productos estudiados muestran tendencias de crecimiento positivas, entre los que destaca el sector de las bebidas de leche y el queso. Las principales tendencias del sector son los productos *premium* y la concienciación de los consumidores por productos beneficiosos para la salud.

	2017	2018	2019	2020	2021
Evolución del PIB	3,31 %	2,75 %	2,71 %	3,11 %	4,64 %
PIB per cápita (USD, PPP)	45.857	47.045	48.090	48.977	49.965
Riesgo país y Clima de Negocio	A2 / A1				
	Valor de ventas en 2021 (MEUR)	Crecimiento del valor de ventas en 2021		CAGR 2021-2026	
Sector de lácteos	1.646,78	+ 3,7 %		+ 2,9 %	
Subsector de la leche ¹	759,10	+ 3,65 %		+ 2,7 %	
Subsector de la mantequilla	62,43	+ 9,40 %		+ 1,4 %	
Subsector de los yogures	322,18	- 1,20 %		+ 0,5 %	
Subsector de los quesos	52,97	+ 10 %		+ 3,10 %	

¹ Subsector de la leche incluye bebidas de leche y bebidas de leche con sabor de origen animal.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición de los productos del sector estudiado

La presente ficha tiene por fin el estudio del sector de lácteos en Taiwán. Los productos lácteos se definen como “productos obtenidos mediante cualquier elaboración de la leche, que puede contener aditivos alimentarios y otros ingredientes funcionalmente necesarios para la elaboración” (FAO, 2018). En este estudio se han excluido las bebidas de leche de origen vegetal y los productos derivados de ella. Analizamos el tamaño del mercado, así como las claves de acceso y oportunidades del sector para los subsectores de **bebidas de leche, mantequillas, yogures y quesos**; los cuales se incluyen en las siguientes partidas arancelarias:

PARTIDAS ARANCELARIAS DEL SECTOR ESTUDIADO

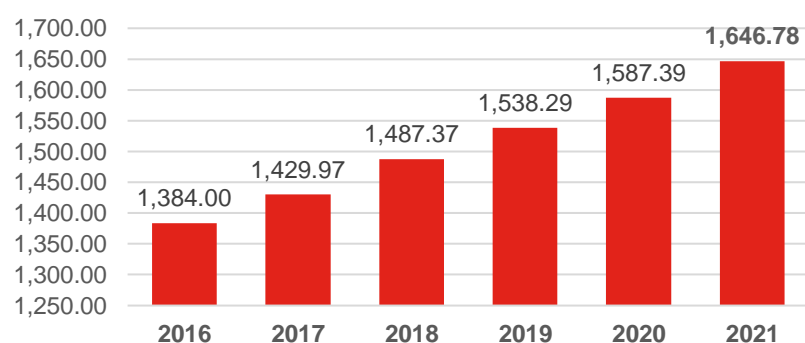
Cód. arancelario	Nombre del subsector
0401	Leche y nata (crema), sin concentrar, sin adición de azúcar ni otro edulcorante.
0402	Leche y nata (crema), concentradas o con adición de azúcar u otro edulcorante.
0403	Suero de mantequilla (de manteca), leche y nata (crema) cuajadas, yogurt, kéfir y demás leches y natas (cremas), fermentadas o acidificadas, incluso concentrados, con adición de azúcar u otro edulcorante, aromatizados o con frutas u otros frutos o cacao.
0404	Lactosuero, incluso concentrado o con adición de azúcar u otro edulcorante; productos Constituidos por los componentes naturales de la leche, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, no expresados ni comprendidos en otra parte.
0405	Mantequilla (manteca) y demás materias grasas de la leche; pastas lácteas para untar.
0406	Quesos y requesón.

Fuente: Elaboración propia con datos de MADB.

B.2. Tamaño del mercado

TAMAÑO DEL MERCADO DE LÁCTEOS EN TAIWÁN

Valor de ventas en millones de EUR



Fuente: Euromonitor International (2021). Cambio a 21/11/21.

El mercado de los lácteos en Taiwán ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años. **En 2020 las ventas de lácteos alcanzaron un valor de 1.647 MEUR**, un 3,7 % más que el año anterior.

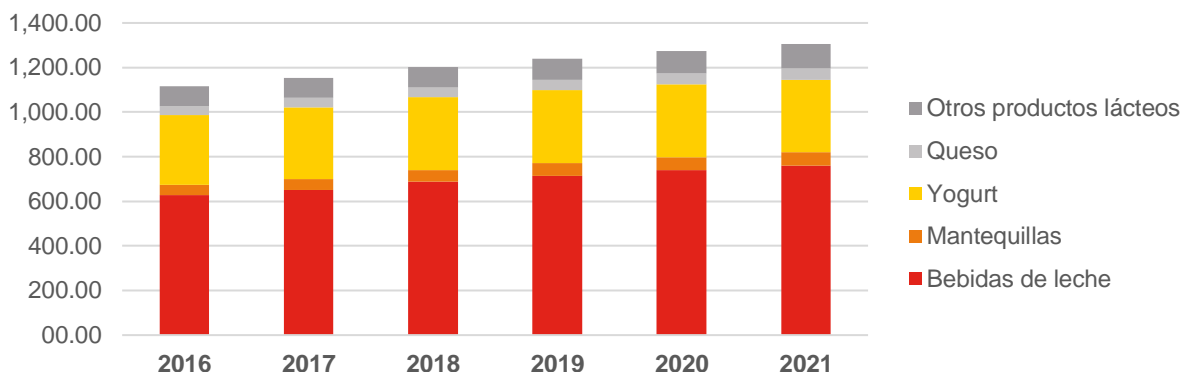
La eficiente gestión de la pandemia en Taiwán ha logrado reducir su impacto económico en isla. Las perspectivas del sector para los próximos años son positivas, con la previsión de alcanzar los 1.903 MEUR en ventas al por menor en 2025.

B.2.1. Análisis por categoría de producto

Para obtener una visión más completa sobre el mercado de lácteos en Taiwán debemos analizar las principales categorías de producto que conforman el sector.

EVOLUCIÓN DEL VALOR DE VENTAS POR CATEGORÍA DE PRODUCTO

Valor en millones de EUR



Fuente: Euromonitor International (2021). [Tipo de cambio](#) a 21/11/21.

Entre los productos del sector destaca la **leche**, por su mayor volumen de ventas y por contar con una demanda fuerte. Del valor total de ventas de lácteos en 2021, las bebidas de leche equivalieron al 58 %, con 759 MEUR. En 2021 se comercializaron 244,4 millones de litros de bebidas de leche, 6 millones más que en 2016. La leche fresca domina el sector; en 2021, del total de litros de leche comercializados, 194,4 fueron de leche fresca. También se observa un aumento en la demanda de leche de larga duración por la pandemia.

En el 2021 las ventas de **mantequilla** alcanzaron los 62 MEUR, con una tasa de crecimiento del 9,4 % respecto al año anterior, asociada al aumento del interés por la pastelería en el periodo de reclusión de 2021. El crecimiento anual de los años anteriores era más leve, entre el 3 % y el 4 %. Entre los acontecimientos que en los últimos años más han afectado la demanda del sector, destaca en 2017 el escándalo alimentario que afectó negativamente a todos los productos para untar. La nueva normativa de etiquetado aprobada en 2017 y las restricciones en el uso de aceites hidrogenados en 2018 han logrado aumentar la confianza de los consumidores.

En el 2021 las ventas de **yogurt** alcanzaron los 322 MEUR, el 25 % de las ventas totales de lácteos. En los últimos años la demanda se ha mostrado constante con un crecimiento reducido, pero en 2021 registró cifras negativas (-1,2 %). Entre las características que limitan el crecimiento del sector, sobresale que el yogurt se percibe como un producto sustitutivo de la leche y que, además, su precio es superior al de otros lácteos. Por otro lado, se observa entre los consumidores taiwaneses una mayor concienciación sobre los beneficios del yogurt, lo que ha generado mayor demanda de yogures naturales y griegos.

El subsector del **queso** en Taiwán es más joven que el resto de los productos lácteos. El volumen de ventas en 2021 ha alcanzado 3.300 toneladas por un valor de 53 MEUR, con un aumento récord del valor de ventas del 10 %. Entre los quesos destacan los quesos blandos con un incremento del 13,2 % en el valor de las ventas. También, se observa una tendencia positiva entre los quesos de mayor calidad.

B.2.2. Producción nacional

La producción nacional de lácteos en 2020 y 2021 no se vio afectada por la pandemia gracias a la eficiente gestión realizada. La producción de leche fresca alcanzó las 405.000 toneladas; 1,4 % más que en 2020, y las bebidas de leche con sabores alcanzaron las 143.600 toneladas; 4,08 % más. En Taiwán hay 555 explotaciones con una media de 113 cabezas de media por explotación. No obstante, la producción nacional no alcanza a cubrir la demanda de productos lácteos, especialmente en los meses de verano en los que se dispara el consumo; principalmente las bebidas de leche.

Las principales empresas nacionales son **Uni-President Enterprises Corp.**, **Kuang Chuan Dairy Co. Ltd.** y **Standard Foods Corp.** Estas tres empresas lideran el sector de las bebidas de productos lácteos, destacando en el sector de las bebidas de leche. Cuentan con amplias carteras de productos y solidas redes de distribución. Tras

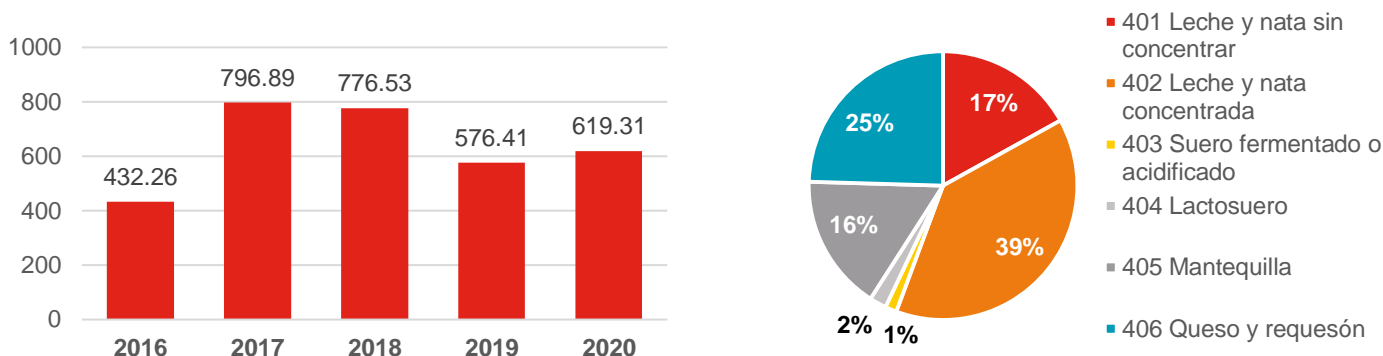
los escándalos de seguridad alimentaria de los últimos años, han perdido la confianza de los consumidores dando lugar a la aparición de marcas de pequeños agricultores.

B.2.3. Importaciones

Las importaciones representan una parte importante del mercado en Taiwán. En 2020 las **importaciones de lácteos alcanzaron un valor de 620 MEUR**, recuperándose así de la tendencia negativa del 2019.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES Y SU DISTRIBUCIÓN POR CATEGORÍA EN 2020

Valor en millones de EUR

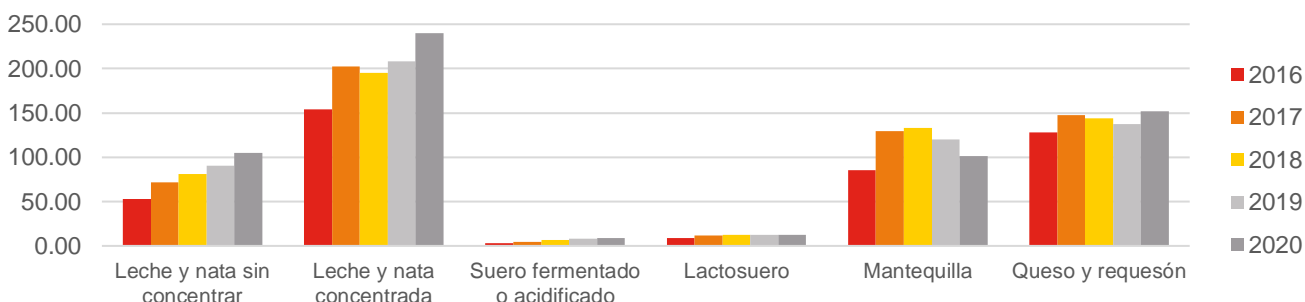


Fuente: [Bureau of Trade – Trade Statistics](#) (2021). [Tipo de cambio](#) a 01/12/21

Entre los subsectores destaca el de la leche y nata concentrada, con un valor de importación de 240 MEUR. Las dos categorías de leche muestran el mayor crecimiento del 2020 y se mantienen competitivas en coste respecto a la producción nacional. La segunda mayor categoría es la del queso, con un valor de 152 MEUR y un crecimiento del 10 % respecto al año anterior.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE TAIWÁN POR CATEGORÍA

Valor en millones de EUR



Fuente: [Bureau of Trade – Trade Statistics](#) (2021). [Tipo de cambio](#) a 01/12/21.

Las exportaciones de lácteos a Taiwán, en todas las categorías analizadas, están **lideradas por dos países: Estados Unidos y Nueva Zelanda**. Nueva Zelanda, en primera o segunda posición en todas las categorías, es el principal proveedor. El país tiene beneficiosos acuerdos arancelarios² lo que, junto con un fuerte posicionamiento de imagen país, amenaza la posición del resto de exportadores. El sector de la mantequilla es una muestra del dominio neozelandés, en el que aporta más del 50 % del total de importaciones. La empresa neozelandesa **Fonterra Brands** se posiciona entre los líderes en el sector de la mantequilla, con una cuota de valor de mercado del 31 %, y en el del queso, con un 40 %.

² Más información del acuerdo de cooperación económica entre nueva Zelanda y Taiwán en [E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias](#)

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES DE TAIWÁN POR CATEGORÍA EN 2020

Valor en millones de EUR

Cód.	Valor IMP	Países principales	Cód.	Valor IMP	Países principales
401	104,89	EE. UU., Nueva Zelanda y Francia	404	12,59	EE. UU., Nueva Zelanda y Francia
402	239,82	Nueva Zelanda, Australia y Bélgica	405	101,45	Nueva Zelanda, Francia y Francia
403	8,60	EE. UU., Alemania y Australia	406	151,96	EE. UU., Nueva Zelanda y Australia

Fuente: [Bureau of Trade – Trade Statistics](#) (2021). [Tipo de cambio](#) a 01/12/21.

B.3. Principales organizaciones gubernamentales

- [Agriculture and Food Agency](#)
- [Bureau of Animal and Plant Health Inspection and Quarantine](#)
- [Taiwan Food and Drugs Administration](#)
- [Food Industry Research & Development Institute](#)

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

La presencia de empresas españolas en el sector de lácteos en Taiwán es muy reducida, al igual que el reconocimiento de los productos de origen español. En 2020, en todas las categorías analizadas se observa un crecimiento del valor, excepto en el suero fermentado o acidificado, con una caída del 15 %. **Las importaciones desde España con mayor crecimiento en 2020 fueron las de leche concentrada y las de queso**, aumentando en valor y número de operaciones; pasando de 49 a 84 operaciones y de 23 a 41, respectivamente.

EXPORTACIONES A TAIWÁN DESDE ESPAÑA POR CATEGORÍA EN 2020

Valor en miles de EUR

Código	Valor	Ranking	Código	Valor	Ranking
401	106.090,26	14.º	404	673.169,45	5.º
402	3.164.815,08	5.º	405	194.357,68	16.º
403	22.576,31	5.º	406	1.198.906,22	14.º

Fuente: [Bureau of Trade – Trade Statistics](#) (2021). [Tipo de cambio](#) a 01/12/21.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

El sector de lácteos en Taiwán muestra una tendencia positiva, con una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) de 2021 a 2026 del 2,9 %. Entre sus subsectores, la leche y el queso muestran las mayores previsiones de crecimiento; un 2,7 % y 3,10 %, respectivamente.

A pesar de que los productores locales Uni-President Enterprises Corp., Kuang Chuan Dairy Co. Ltd. y Standard Foods Corp. mantienen su liderazgo en los productos lácteos, el mercado se está fragmentando cada vez más; ofreciendo oportunidades a otros actores como los pequeños productores o las marcas extranjeras. Entre las tendencias del sector se observa la creciente sofisticación de los consumidores, que está acelerando la diversidad dentro de los productos lácteos, especialmente en el queso y la leche fresca. Asimismo, ha aumentado el interés por la sostenibilidad de los productos, que se ha fortalecido tras los escándalos de seguridad alimentaria.

En el subsector de la **leche** se observa un impacto positivo del crecimiento del sector del café y del aumento en el uso de leche fresca en la preparación de té con leche, bebida muy popular en la isla. Entre las oportunidades cabe destacar el aumento de la leche con propiedades o sabores, con un CAGR de 2021 a 2026 del 2,5 %. Por otro lado, el aumento de la demanda de leche de larga duración, como consecuencia de la COVID-19, se ralentizará en los próximos años. Además, la amenaza de los productos sustitutos como las bebidas de soja y arroz es elevada; con una previsión de crecimiento del sector ante una mayor preocupación por la salud y su imagen nutritiva.

La preocupación por la salud también afecta al subsector del **yogurt**, en el que se observa una tendencia entre los yogures que aportan beneficios extras, como por ejemplo mayor contenido de fibra o probióticos.

Los consumidores taiwaneses se están familiarizando con el **queso** y cada vez comprenden mejor la versatilidad de estos productos. Entre los tipos de queso, los blandos; como la mozzarella, el Brie o el Camembert, muestran una mayor expansión y un CAGR de 2021 a 2026 del 8,1 %. Asimismo, se observa que el subsector también se está expandiendo en términos de categoría de alta gama o *premium*, con opciones de mayor calidad que agregan valor a la categoría.

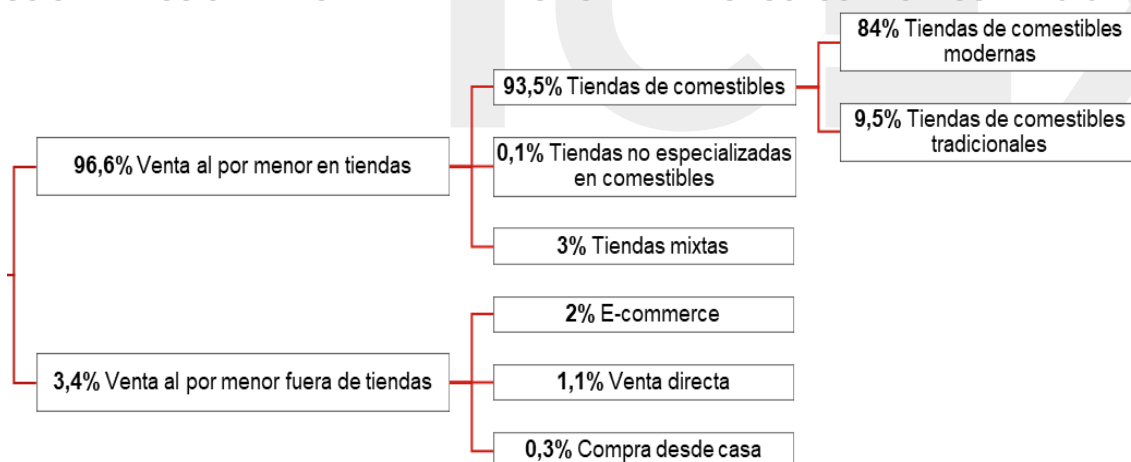
El mercado de los **productos orgánicos**³ tiene un gran potencial en Taiwán. En la categoría de lácteos se observa mayor impacto de esta tendencia en la leche y el queso, con un aumento en el consumo anual per cápita en 2020 del 6,5 % y 10 %, respectivamente.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

En 2020 la venta en tiendas sigue liderando la distribución al por menor de lácteos en Taiwán, concretamente en tiendas de comestibles modernas. El 38,7 % se realiza en supermercados, seguidos de las tiendas de conveniencia con un 33,5 %; estas son cadenas de tiendas con gran variedad de productos que operan 24 horas, como por ejemplo 7-Eleven o Family Mart. El porcentaje de ventas que se realizan *online* es reducido en el sector de lácteos, sólo un 2 %. No obstante, se prevé que el comercio electrónico obtenga mayor participación en la distribución, respaldado por la expansión de plataformas de entrega de alimentos como Uber Eats o Food Panda.

DISTRIBUCIÓN DE LOS CANALES DE VENTA MINORISTA DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN 2020



Fuente: Euromonitor International (2021).

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

E.2.1. Barrera arancelaria

En 2002, cuando Taiwán se adhirió a la OMC, sustituyó la prohibición de las importaciones de leche por un contingente arancelario (TRQ) y un mecanismo de salvaguardia agrícola especial (SSG). El arancel para las importaciones dentro del contingente es del 15 %, mientras que la tasa fuera del contingente es de 15,6 TWD por kg. A las importaciones que superan el umbral de cantidad de la SSG se les aplica un recargo adicional del 33,3 %. El volumen anual de TRQ para la leche es de 21.298 Tm. Cada año en noviembre se subastan los derechos de

³ El marco legal de productos orgánicos en Taiwán dificulta la obtención de certificados orgánicos reconocidos, para conocer comprender las claves de la norma consúltese el siguiente [informe](#).



cuota de importación entre los importadores registrados en la [Junta de Comercio Exterior de Taiwán \(BOFT\)](#). En el siguiente [enlace](#) pueden comprobarse todas las normas fiscales y tipos impositivos según el código arancelario.

El actual acuerdo de cooperación económica entre nueva Zelanda y Taiwán (ANZTEC), permitió que en 2020 8.500 Tm de leche neozelandesa estuvieran exentas de aranceles. Se prevé que esa cifra alcance las 10.000 Tm en 2021. Actualmente, se está tramitando un nuevo acuerdo que permitirá a la leche neozelandesa el acceso libre de impuestos en 2025, lo que implica una gran amenaza para la competitividad en costes del resto de las importaciones de lácteos.

E.2.2. Regulación

El Ministerio de Salud y Bienestar de Taiwán supervisa las normas sobre los productos lácteos. Las regulaciones que se aplican a los productos incluidos en los aranceles estudiados se pueden consultar en el portal de [Clasificación de las mercancías y normativa](#) del *Bureau* de Comercio Exterior. Los códigos de las regulaciones son A01, B01, F01, MWO y 404. Para la importación de productos lácteos se debe consultar la información recogida en las [Regulaciones para la inspección sistemática de alimentos importados](#). Anteriormente se aplicaba la [Norma de Saneamiento para la Leche y los Productos Lácteos](#), abolida en junio de 2021.

Cabe destacar que la melamina y los residuos de medicamentos veterinarios están prohibidos en los productos lácteos. Además, desde 2018, la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) de Taiwán exige que las importaciones de productos lácteos con fines alimentarios vayan acompañadas de un certificado sanitario oficial.

E.2.3. Etiquetado

La normativa [Regulations for Food Labeling](#) regula el etiquetado de los productos alimentarios. Entre las obligaciones destaca la obligación de etiquetar los productos comercializados en la isla en chino; incluyendo nombre del producto, ingredientes, lugar de origen, peso, fecha de producción, fecha de caducidad, datos de la empresa productora e importadora/distribuidora y la tabla de valores nutricionales.

Por otro lado, existen sellos que los fabricantes pueden incluir en sus productos para distinguir sus cualidades. En el caso de la **leche fresca**, el Council of Agriculture promueve su sello de leche fresca nacional. Como resultado, muchos consumidores taiwaneses asocian la calidad de la leche fresca con un sello autorizado del COA en el envase. Sólo las plantas de procesado registradas en el país bajo el esquema de productores lácteos contratados (19 granjas en total) pueden solicitar el sello de leche fresca del COA para sus productos.

En 2017, Taiwán adoptó normas de etiquetado para el contenido de grasa láctea en la **mantequilla** y la **nata**. Las normas definían lo que podía considerarse mantequilla, margarina o pasta para untar en función del porcentaje de contenido de grasa.

Finalmente, con el objetivo de no confundir a los consumidores, los productos orgánicos no pueden mostrar sellos de certificaciones ni palabras como “ecológico” o “orgánico” en el etiquetado si no han obtenido el certificado de orgánico taiwanés o un certificado extranjero reconocido. La norma que regula los productos orgánicos es la [Organic Agriculture Promotion Act](#).

E.3. Ferias

- [Food Taipei](#): 22-25 de junio de 2022, Taipei

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- [Guía país de Taiwán](#)
- [Guía práctica de Taiwán](#)

G. CONTACTO

La **Cámara de Comercio de España en Taipéi** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Taiwán**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Taiwán, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Fl.10-B1, No. 49, Min Sheng East Rd., Sec. 3, Taipéi

台北市中山區民生東路三段49號10樓B1室

TAIPÉI 10478 - Taiwan

Teléfono: (+886) 2 2518 4905

Email: taipei@comercio.mineco.es

<http://taiwan.oficinascomerciales.es>

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

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) 97 10 19 a

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

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

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

AUTORA

Ane Fernández Armendia

Cámara de Comercio de España en Taiwán

taipei@comercio.mineco.es

Fecha: 09/12/2021

NIPO: 114-21-012-2

www.icex.es



FICHAS SECTOR TAIWÁN



ICEX España
Exportación
e Inversiones