

## El mercado del aceite de oliva en Portugal

## El mercado del aceite de oliva en Portugal

Este estudio ha sido realizado por Domingo Serrano de Partearroyo bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Lisboa

**Noviembre de 2007**

# ÍNDICE

<b>RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES</b>	<b>4</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>7</b>
1. Definición y características del sector y subsectores relacionados	7
<b>II. ANÁLISIS DE LA OFERTA</b>	<b>10</b>
1. Análisis cuantitativo	10
1.1. Tamaño de la oferta	10
1.2. Análisis de los componentes de la oferta	15
2. Análisis cualitativo	27
2.1. Producción	27
<b>III. ANÁLISIS DEL COMERCIO</b>	<b>28</b>
1. Análisis cuantitativo	28
1.1. Canales de distribución	28
1.2. Esquema de la distribución	31
1.3. Principales distribuidores	34
2. Análisis cualitativo	34
2.1. Estrategias para el contacto comercial	34
2.2. Condiciones de acceso	35
2.3. Promoción y publicidad	35
2.4. Tendencias de la distribución	37
<b>IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA</b>	<b>38</b>
1. Tendencias generales del consumo	38
1.1. Factores sociodemográficos	38
1.2. Factores económicos	39
1.3. Distribución de la renta disponible	41
1.4. Situación política	42
1.5. Legislación	43
2. Análisis del comportamiento del consumidor	43
3. Percepción del producto español	51
<b>V. ANEXOS</b>	<b>52</b>
1. Informes de ferias	52
2. Listado de direcciones de interés	53
3. Bibliografía	75

### RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

El objetivo de este estudio es analizar el mercado portugués del aceite de oliva para intentar establecer una estrategia de entrada lo más eficiente posible del producto español.

Como se observa de los datos analizados, la mayoría del aceite importado por Portugal es español, ya que la producción portuguesa no es suficiente para cubrir el consumo interno y las exportaciones. Estas importaciones se realizan con compras a granel, lo cual es la manera más fácil de exportar nuestro aceite, aunque no la más beneficiosa, ya que lo que queremos es vender el aceite de oliva español como marca propia y como signo de calidad saludable.

Antes de valorar las posibles soluciones a esta situación veamos las características del mercado portugués.

El aceite de oliva es un producto de gran tradición en Portugal, sin embargo, su consumo es hoy en día inferior a lo que acontecía en la década de los 60. El abandono, en estas últimas décadas, de la llamada “dieta mediterránea”, o el incremento de otras grasas de origen animal, entre otros factores, han sido los responsables de una acentuada quiebra en el consumo de aceite de oliva. Esta reducción tuvo su punto más grave a finales de la década de los 80, alcanzando en 1988 menos de la mitad del consumo per cápita de 1968.

A partir de la década de los 90 hubo un resurgir del consumo de aceite de oliva, gracias al reconocimiento científico y social como una de las grasas más saludables. Esta alteración de la imagen del producto estimuló el aumento de su consumo a lo largo de estos últimos años. No obstante cabe señalar que el consumo de aceite de oliva se encuentra estabilizado desde 1995, ya que el incremento más importante se dio entre 1992 y 1995, cuando el consumo se duplicó. Sin embargo el consumo de aceite de oliva en Portugal ha bajado en el año 2006 hasta los 27,9 millones de litros, lo que se traduce en un descenso del 7,2 % respecto al año anterior.

En la campaña 2006/2007 la producción nacional alcanzó las 48.000 toneladas, lo que supone un aumento del 65,5 % respecto a la campaña 2005/06, donde se alcanzaron 29.000 toneladas.

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

Del total de la producción mundial de aceite de oliva en la campaña 2006-2007, la unión europea ocupa un 79,8 %, y dentro de ésta los principales países productores son España (49,8 %), Italia (30,8 %), Grecia (17,4 %) y Portugal (1,6 %). A nivel mundial cabe destacar países como Túnez (5,4 %), Siria (4,8 %) o Turquía (4,2 %), además de señalar el importante crecimiento de la producción de aceite de oliva que se está dando en los últimos años en países como Argentina.

El aceite de oliva español es el más importante para Portugal. España exporta a más de 100 países en los 5 continentes, aunque sus principales mercados varían según se exporte a granel (exportaciones dirigidas fundamentalmente a países de la Unión Europea) o en envases inferiores a 5 litros, que se comercializan directamente a consumidores, restaurantes, establecimientos y las mejores tiendas gourmet de todo el mundo.

Italia es el principal mercado del aceite de oliva español a granel, seguido de Francia, Portugal y Reino Unido.

El aceite de oliva español envasado es exportado a Australia, EEUU, Brasil, Japón y Francia como principales destinos.

En Portugal el aceite de oliva es importado a granel, (en su mayoría de España) y más tarde es vendido en Brasil, ya envasado. De lo que se puede señalar que la producción portuguesa resulta insuficiente para el consumo interno y la exportación.

Prácticamente y aunque las estadísticas varían notablemente dependiendo de las fuentes, se puede concluir que el aceite consumido en Portugal, en un 75% proviene de España. Ya muy distanciados se encuentran países como Grecia, el Magreb o Siria, cuya importación depende también de los años y los precios internacionales.

En referencia a la distribución en el mercado portugués, si bien se observan problemas en la producción, en general debe concluirse que la comercialización del aceite es un aspecto muy cuidado en Portugal.

La estrategia de posicionamiento ha sido la de categorizar a este producto como un signo de identidad portuguesa, así como, y sobre todo, saludable. Se puede señalar que se ha redescubierto el valor nutricional del aceite y de sus innumerables beneficios para la salud, así como de aspectos relacionados con estilos de vida más saludables, y como baluarte de la dieta mediterránea.

A pesar de casi solamente producir y comercializar una variedad (galega), la oferta de marcas y de formatos es muy rica, además de muy cuidada. Las marcas son todas portuguesas, a pesar de que como se señaló, el contenido es, en su mayoría, aceite español a granel.

En el mercado del aceite de oliva, España no tiene competidores importantes que representen un peligro para su comercio con Portugal. Aunque hay un detalle que debemos tener en cuenta a la hora de analizar las relaciones entre España y Portugal y es que las principales ventas de aceite de oliva son hechas a granel.

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

En Portugal podemos diferenciar una marca líder de mercado: “Gallo”, con una cuota de mercado dos veces superior a la segunda marca: “Oliveira da Serra”. Estas marcas han lanzado al mercado variedades de aceite de oliva virgen extra especiales (al estragón, al orégano, al tomillo, etc.), sabores ligados a la historia gastronómica portuguesa, lo que refleja la elevada capacidad comercial de las empresas portuguesas y su disposición a la innovación. Cabe destacar además la gran preocupación que en cuanto a la presentación y envase del producto se empieza a tener.

Con todo esto podemos señalar una serie de consideraciones del mercado portugués a tener en cuenta:

- La producción de aceite de oliva en Portugal es insuficiente para atender tanto al consumo interno como a la exportación.
- España es el principal proveedor de aceite de oliva de Portugal.
- La mayoría de las importaciones de aceite de oliva de Portugal son “a granel”.
- La comercialización del producto es un aspecto muy cuidado en el mercado Portugués.

Si tenemos en cuenta que nuestro objetivo es vender el aceite de oliva español como marca propia y observando que el mercado portugués es complicado para ello, al productor español le queda pocas alternativas.

1. Buscar el nicho de mercado más óptimo. La empresa española no puede abarcar todos los segmentos de la comercialización, por eso es necesaria una buena estrategia de comercialización, la cual debe informar necesariamente que el aceite español es de calidad.

Podemos optar por el canal HORECA, la gran distribución, tiendas gourmet, etc. y a su vez hay que optar si nos posicionamos en calidad alta o baja. El problema es que hoy en día estos nichos de mercado son muy limitados, el canal gourmet, por ejemplo, tiene poco desarrollo, lo que es un serio inconveniente, aunque es previsible que vaya aumentando. Las tiendas “discount” siempre son una opción para el posicionamiento del aceite de oliva menos identificado. Tendremos mayor éxito si nos posicionamos como producto de calidad diferenciándonos en la variedad de la aceituna (el aceite portugués prácticamente es monovarietal), aunque se debe tener en cuenta los gustos del consumidor portugués para que el producto no sea una novedad desconocida.

2. Las grandes empresas españolas pueden optar por la compra de alguna gran marca portuguesa que además esté posicionada en el mercado brasileño y así introducir nuestro aceite en el mercado, creando una marca de aceite español ligada a la marca existente portuguesa. Esta opción puede que sea la más complicada por todo lo que conlleva y hoy en día las oportunidades en este sentido son pocas.

# I ■ INTRODUCCIÓN

## 1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

El objeto de análisis de este estudio es el aceite de oliva, dentro del sector de aceites y grasas comestibles. Más concretamente vamos a detenernos en la partida arancelaria TARIC 15.09

**TA 15.09** Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente.

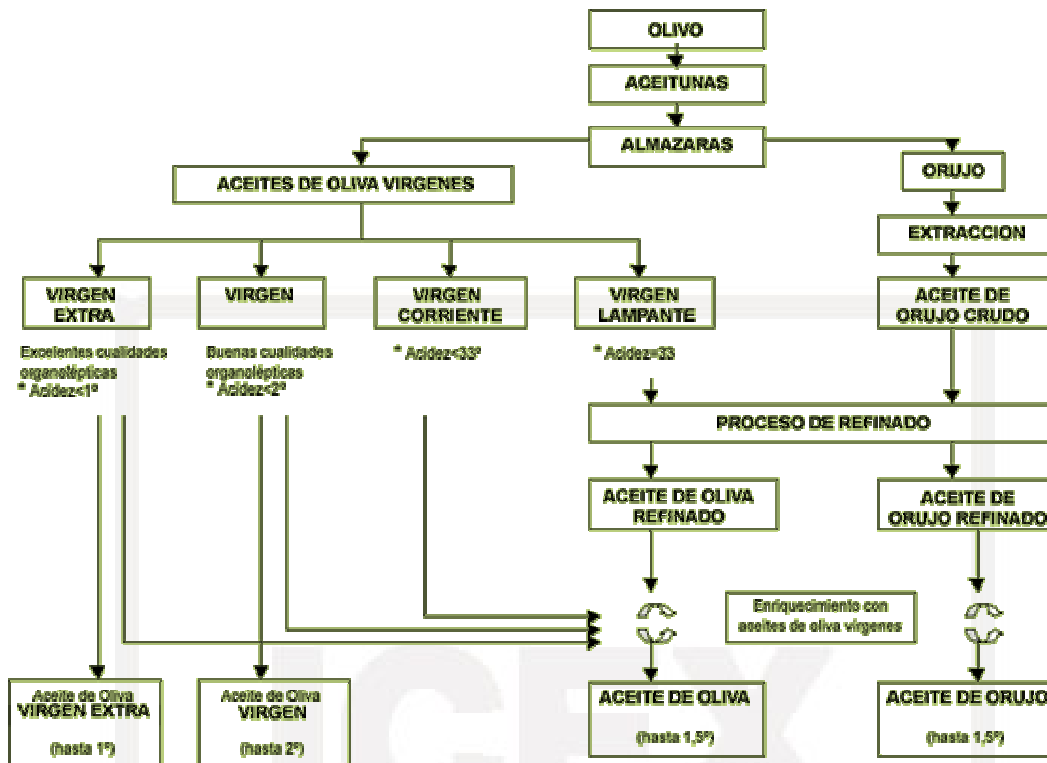
**TA 15.09.10** Aceite de oliva virgen y sus fracciones, pero sin modificar químicamente

**TA 15.09.90** Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente (exc. Virgen).

En la siguiente clasificación podemos observar los tipos de aceite de oliva existentes, así como su composición y el procedimiento seguido hasta su elaboración.

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

### TIPOS DE ACEITE DE OLIVA



NOTA: Desde el 01/11/03 y de acuerdo con la reglamentación comunitaria, desaparece la categoría denominada "aceite de oliva virgen corriente" y se modifican los límites máximos de acidez en las categorías virgen extra, virgen, aceite de oliva y aceite de orujo de acuerdo con el reglamento definido más abajo.

**(Reglamento (CE) nº 1638/98 y (CE) nº 1513/2001)**

#### **Aceites de oliva vírgenes**

Aceites obtenidos a partir del fruto del olivo únicamente por procedimientos mecánicos u otros procedimientos físicos, en condiciones que no ocasionen la alteración del aceite y que no hayan sufrido tratamiento alguno distinto del lavado, la decantación, el centrifugado y la filtración, con exclusión de los aceites obtenidos mediante disolvente, mediante coadyudante de acción química o bioquímica, o por procedimiento de reesterificación y de cualquier mezcla con aceites de otra naturaleza.



## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

---

- ***Aceite de Oliva Virgen Extra***

Aceite de oliva virgen cuya acidez libre, expresada en ácido oleico, no supera 0,8 g por cada 100 g y cuyas demás características son conformes a las establecidas para la categoría.

- ***Aceite de Oliva Virgen***

(en fase de producción y comercialización al por mayor podrá emplearse el término "fino")

Aceite de oliva virgen cuya acidez libre, expresada en ácido oleico, no supera 2 g por cada 100 g y cuyas demás características son conformes a las establecidas para la categoría.

- ***Aceite de Oliva Virgen Lampante***

Aceite de oliva virgen cuya acidez libre, expresada en ácido oleico, es superior a 2 g por cada 100 g y cuyas demás características son conformes a las establecidas para la categoría.

### **Aceite de oliva refinado**

Aceite de oliva obtenido mediante refinado de aceites de oliva vírgenes, cuya acidez libre, expresada en ácido oleico, no podrá ser superior a 0,3 g por 100 g y cuyas otras características son conformes a las establecidas para esta categoría.

### **Aceite de oliva - Contiene exclusivamente aceites de oliva refinados y aceites de oliva vírgenes**

Aceite de oliva constituido por una mezcla de aceite de oliva refinado y de aceites de oliva vírgenes distintos del lampante, cuya acidez libre, expresada en ácido oleico no podrá ser superior a 1 g por 100 g y cuyas demás características son conformes a las establecidas para la categoría.

De los mencionados anteriormente, solo el **Aceite de Oliva Virgen Extra**, el **Aceite de Oliva Virgen** y el **Aceite de Oliva** se presentan directamente al consumidor final. El **Aceite Lampante** por su parte, se comercializa solamente al por mayor.

En ocasiones, debido a condiciones climáticas desfavorables o deficiencias en el proceso de elaboración, los aceites de oliva vírgenes presentan un elevado grado de acidez o un sabor, color u olor defectuosos. Estos aceites, denominados **Aceites Vírgenes Lampantes**, deben pasar un proceso de refinado para corregir tales defectos. Gracias a este proceso, el grado de acidez se reduce y el color y olor defectuosos se eliminan. De esta forma se obtiene el **Aceite de Oliva Refinado**, un producto que conserva la estructura química del aceite de oliva pero que no tiene olor ni sabor. Este producto no se comercializa, sino que se le incorpora una cierta cantidad de **Aceite de Oliva Virgen Extra o Virgen** que le aportará aroma y sabor. De esta forma se obtiene la categoría de aceite denominada **Aceite de oliva**.

# II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

## 1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

### 1.1. Tamaño de la oferta

Con el objetivo de intentar aportar una solución para la introducción del aceite de oliva español en el mercado portugués, debemos, en primer lugar, estudiar este mercado y sus características para entender mejor nuestras posibilidades de éxito.

Vamos a estudiar las características de la oferta de nuestro producto, no solo a nivel nacional sino también a nivel europeo y mundial para identificar a nuestros posibles competidores.

La Unión Europea es el mayor productor mundial de aceite de oliva con el 79,8 % de la producción total.

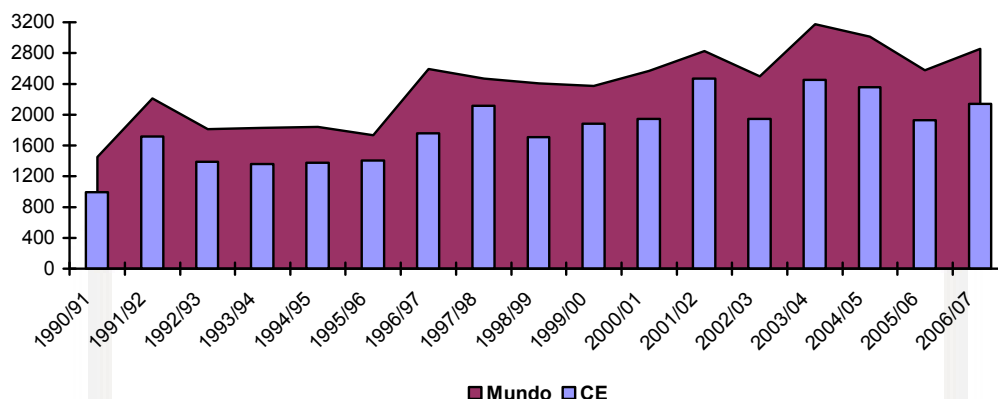
Dentro de la UE la producción de aceite se concentra en los países mediterráneos, siendo España el mayor productor con 1.108.700 toneladas en la campaña 2006/2007, seguido de Italia con 603.000 tn, Grecia con 370.000 tn y Portugal con 48.000 tn.

En los últimos años la producción de aceite de oliva ha aumentado en la UE, como decimos, España está a la cabeza con una producción media de 1.101.700 tn en los últimos 6 años, lo que supone el 49,8 % de la producción europea y el 39,7 % de la producción mundial. Mientras que Portugal, en estos últimos años alcanzó una producción media de 35.400 tn, lo que equivale al 1,6 % de la producción europea y al 1,2 % de la producción mundial total.

En la siguiente tabla podemos observar la evolución en la producción de aceite de oliva en la Comunidad Europea y su aportación a la producción mundial.

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

### Evolución en la producción aceite de oliva CE-Mundo (1990-2007)



Fuente: COI

Como vemos, el total de la producción mundial de aceite de oliva, siempre ha estado directamente relacionada con la producción de los países de la CE. Por esto, nosotros no vamos a centrar en nuestros posibles competidores europeos, sin olvidar a los países del mediterráneo o algunos otros que en estos últimos años han tomado importancia en la producción del aceite de oliva (Argentina, Australia)

En la siguiente tabla podemos ver la evolución de la producción de los principales países productores de aceite de oliva de la UE.

### PRODUCCIÓN ACEITE DE OLIVA EN LA UE 2000 - 2007

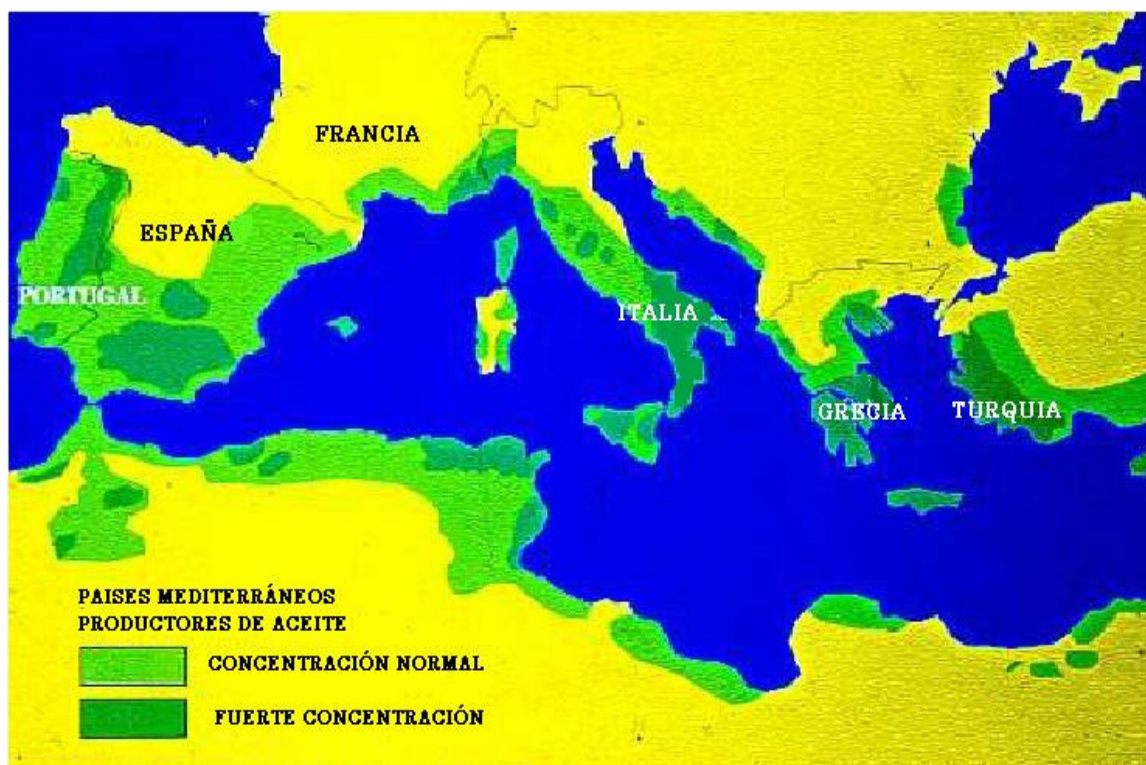
TONELADAS PRODUCIDAS							
PAÍSES	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
ESPAÑA	973.700	1.411.400	861.100	1.412.000	989.800	826.900	1.108.700
ITALIA	509.000	656.700	634.000	685.000	879.000	636.500	603.000
GRECIA	430.000	358.300	414.000	308.000	435.000	424.000	370.000
PORTUGAL	24.600	33.700	28.900	31.200	41.200	29.100	48.000

Fuente: International Olive Oil Council

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

---

Pero antes de Portugal podemos encontrar otros países que tienen una mayor producción de aceite de oliva, como son Túnez, Turquía, Siria, Algeria o Marruecos, con lo que podemos observar que casi la totalidad de la producción de aceite de oliva mundial (más del 90 %) está concentrada en los países del mediterráneo.



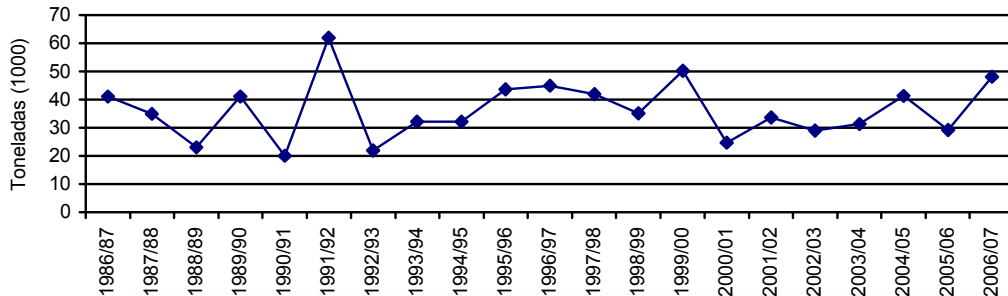
*Fuente: Elaboración propia*

En el caso de Portugal, en la campaña 2006/2007 la producción nacional alcanzó las 48.000 toneladas, lo que supone un aumento del 65,5 % respecto a la campaña 2005/06, donde se alcanzaron 29.000 toneladas.

No podemos olvidar que Portugal sufrió un estancamiento en su producción durante los años 60-90 pero actualmente ya está muy recuperado como podemos concluir de los datos observados.

En la siguiente gráfica podemos observar la evolución en la producción de aceite de oliva en Portugal durante los últimos 20 años, y como ésta se ha mantenido más o menos estable a partir de mediados los 90.

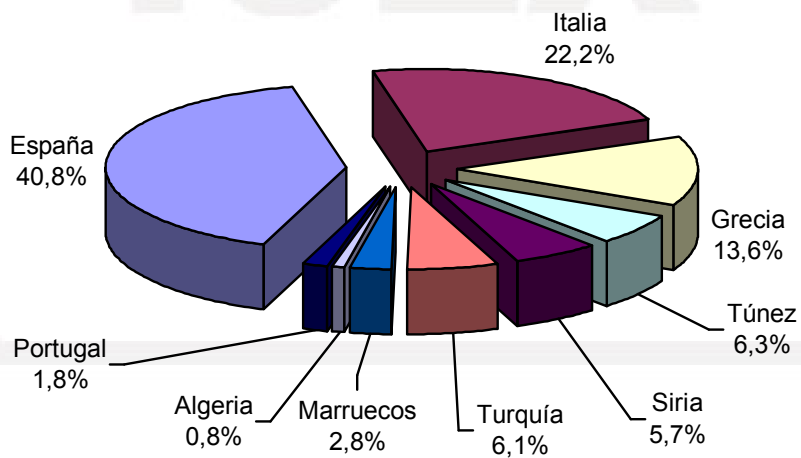
## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL



Fuente: COI, INE, Casa do Azeite

Como podemos observar, en esta última campaña Portugal ha aumentado notablemente su producción, lo que la convierte en el octavo mayor productor mundial de aceite de oliva con un 1,8 % de la producción de los 10 mayores productores del mundo.

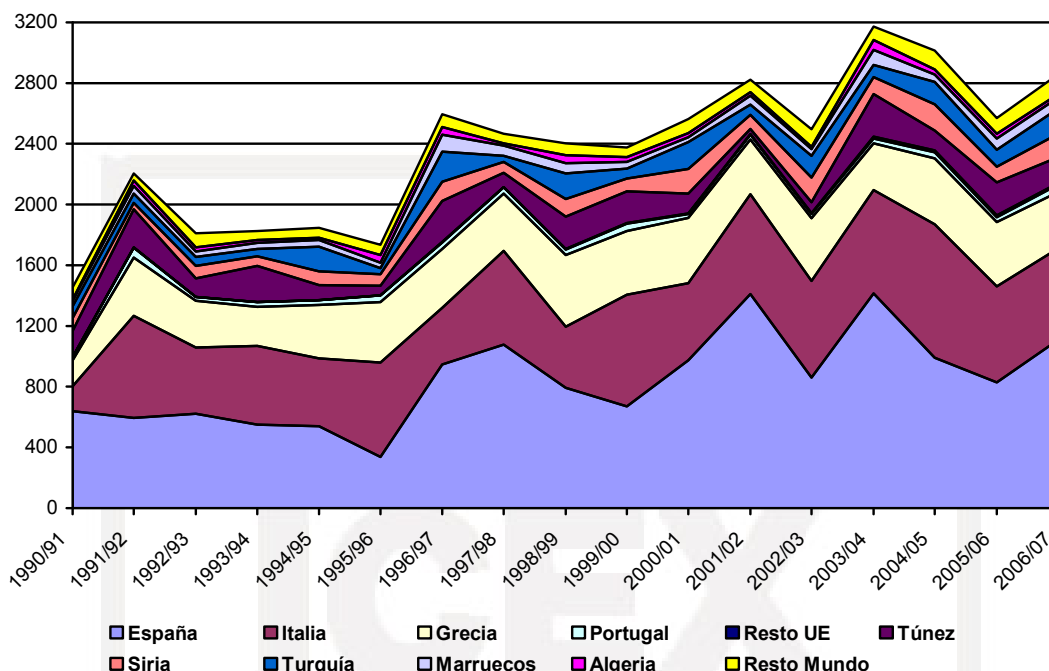
### PRINCIPALES PAÍSES PRODUCTORES 2006/2007



Fuente: International Olive Oil Council

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

### APORTACIÓN PRINCIPALES PRODUCTORES ACEITE DE OLIVA EN LA PRODUCCIÓN MUNDIAL 1990-2007 (Mil toneladas)



Fuente: Internacional Olive Oil Council

Sin embargo, Portugal adelanta a otros muchos países con una mayor producción en cifras de consumo; éste, en los últimos años, llega incluso a duplicar a la producción, por lo que la importación de aceite de oliva juega un papel primordial en la economía portuguesa, ya que la producción nacional no es suficiente para abarcar el consumo interno y las exportaciones.

Esto conlleva un acentuado déficit comercial que no se ve compensado por el aumento progresivo en la producción, ya que el consumo interno y las exportaciones también están aumentando significativamente.

Por esto, Portugal es uno de los principales países importadores de aceite de oliva, y en su gran mayoría estas importaciones provienen de España, importando el aceite de oliva a granel para su posterior consumo como aceite portugués, bien mediante las exportaciones (sobre todo a Brasil) o bien mediante el consumo interno.

Debido a esto, lo que intentaremos es dar una posible solución para promocionar el aceite de oliva español como tal en Portugal y el consiguiente aumento en el consumo del mismo.

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

---

### Tamaño de la oferta

	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	Variac. Periodo
<b>PRODUCCIÓN TOTAL (t)</b>	<b>28.900</b>	<b>31.200</b>	<b>41.200</b>	<b>29.100</b>	<b>48.000</b>	<b>66,09%</b>
<b>Importaciones (t)</b>	48.190	57.283	55.870	57.875	60.976	26,53%
<b>Exportaciones (t)</b>	18.873	17.450	20.788	21.852	21.417	13,48%
<b>Saldo Comercial (t)</b>	-29.317	-39.833	-35.082	-36.023	-39.559	
<b>Consumo aparente</b>	<b>58.217</b>	<b>71.033</b>	<b>76.282</b>	<b>65.123</b>	<b>87.559</b>	<b>50,40%</b>

Fuente: INE, COI

Como vemos en la anterior tabla, en los últimos 5 años la producción ha aumentado notablemente, si bien esta variación en el periodo se debe básicamente al aumento en esta última campaña (65% más que la anterior). Pero otra variable que ha aumentado de manera significativa es el consumo aparente, que en estos momentos duplica la producción. Por consiguiente las importaciones también han aumentado en casi un 30% para poder asumir el aumento en el consumo interno. Las exportaciones portuguesas de aceite de oliva podemos decir que se han mantenido estables en los últimos 5 años, con el consiguiente aumento en el déficit comercial.

Con esto, podemos concluir que la producción nacional no es suficiente para satisfacer la demanda, la cual es asumida principalmente con importaciones, en su mayoría, de aceite de oliva español, por lo que ofrece una oportunidad para los productores españoles a la hora de dar salida a su aceite. La manera de hacerlo la estudiaremos más tarde, si bien es cierto que lo más idóneo no es la forma adoptada hasta el momento, ventas a granel.

## 1.2. Análisis de los componentes de la oferta

### A. Producción

#### I. Zonas de Producción

En 1954, el patrimonio oleícola portugués se componía de 570.000 has. de olivar, diseminado prácticamente por todo el territorio, a excepción de algunas zonas costeras o de mayor altitud. El éxodo rural provocado por el desarrollo industrial y la estrecha dependencia de la olivicultura respecto de la mano de obra desencadenaron, a partir de los años sesenta, un proceso de decadencia de la producción, hasta el punto de que en 1995 la superficie olivarrera era de sólo 340.000 ha., cantidad que se ha mantenido constante hasta estos últimos años, calculándose en 38 millones el número de olivos existentes.

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

---

Se pasó así de las 122.000 tn. de aceite de oliva de 1953, que fue un buen año de producción, a la media actual de 40.000 t. En términos económicos, el aceite de oliva representa el 6% del valor de la producción vegetal agraria de Portugal.

Región	Superficie (ha)	Superficie (%)
Alentejo	150.000	44%
Trás-os-Montes	70.000	21%
Beira-Interior	60.000	18%
Ribatejo e Oeste	40.000	12%
Resto	20.000	6%
<b>TOTAL</b>	<b>340.000</b>	<b>100%</b>

Debido sobre todo a su gran rusticidad, el olivo se encuentra en las regiones más al interior del país, que coinciden con las zonas más desfavorecidas. Las tres principales regiones de producción son: el Alentejo, Trás-os-Montes y Beira Interior.

La superficie media de las explotaciones olivareras es de 1,86 ha. Solamente en el Alentejo los olivares ocupan superficies más importantes (5,4 ha.). Dado que no se dispone de un catastro, es difícil proceder a la caracterización del olivar; aun así puede afirmarse que predomina el olivar tradicional en el que la densidad media de plantación oscila entre 80 y 100 árboles por hectárea.

El olivar portugués está compuesto fundamentalmente por la variedad **“galega”**, que representa cerca del 80% del total de variedades.

Esta variedad se caracteriza por una fuerte tendencia a la vecería y una gran facilidad de multiplicación a través de la madera de poda. Sus frutos, de un tamaño mediano a pequeño, son muy resistentes al desprendimiento por vibración y poseen un escaso contenido en materia grasa (16-18%), pero producen aceites de oliva finos de alta calidad y con una gran estabilidad.

Se encuentra difundida por todo el país, con mayor presencia en las regiones de Ribatejo e Oeste, Beira Interior y el Alentejo.

En **Trás-os-Montes**, las variedades que predominan son la *“cobrançosa”*, la *“madural”*, la *“cordovil”* y, para uso de mesa, la *“verdeal”* y la *“negrinha”*.

En **Beira Interior**, además de la *“galega”* predominan la *“cordovil”* y la *“bical”* (utilizadas para mesa y molino) y la *“carrasquinha”*.



## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

---

En el **Alentejo**, la región más representativa de la olivicultura portuguesa, predominan en su parte norte las variedades “*azeiteira*” y “*conserva*” de Elvas (mesa) y la “*redondil*”, “*carras-quenha*” y “*cordovil*” (molino), además de la “*galega*”. En su parte sur, la “*galega*” comparte su dominio con la “*cordovil*” y la “*verdeal*”.

La reducción del patrimonio oleícola se ha traducido en una regresión constante de la producción de aceite de oliva hasta el inicio de la década de los 80. De las 78.000 t. producidas de media en la década de los 50 se pasó a 47.000 t. en los años 70, lo que en parte se debió a la creciente competencia de los aceites de semillas durante esa misma época.

A partir de la década de los 80, la producción media se estabilizó en torno a las 40.000 t. Cabe destacar que, en los últimos años, se han producido cambios positivos en el sector, gracias al interés de los agricultores por las nuevas plantaciones intensivas de olivar (cerca de 15.000 h. de 1987 a 1996), a la mejora cualitativa de los aceites de oliva producidos, así como a la creación de seis regiones de Denominación de Origen Protegido.

Hoy en día, Portugal consume aproximadamente 80.000 t/año de aceite de oliva y exporta de 15.000 a 20.000 t/año. Pero la producción nacional cubre poco más del 50% de las necesidades totales de abastecimiento (100.000 t.)

### II. Localización de las zonas de producción

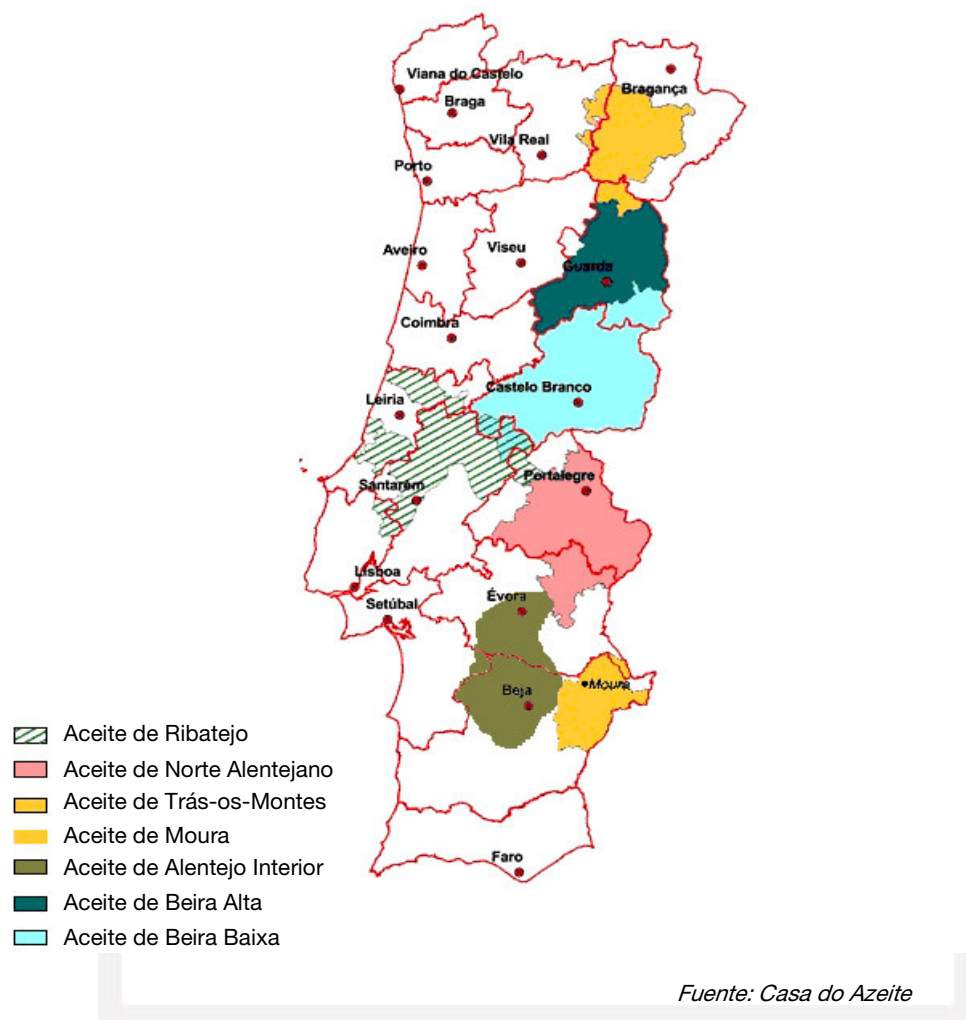
Como podemos observar en el siguiente gráfico, las zonas principales de producción de aceite de oliva en Portugal están localizadas en el interior; tan solo podemos encontrar un tipo de aceite de oliva en la zona más cercana al litoral, que es el aceite de Ribatejo. Los demás aceites son producidos en zonas del interior que se extienden desde el norte (Trás-os-Montes) hasta casi el sur de Portugal (Alentejo Interior).

En la actualidad existen seis Denominaciones de Origen Protegidas para los aceites producidos en Portugal:

- DOP Azeite de Moura
- DOP Azeite de Trás-os-Montes
- DOP Azeite do Alentejo Interior
- DOP Azeite do Norte Alentejano
- DOP Azeites da Beira Interior
- DOP Azeites do Ribatejo

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

### Localización de las principales zonas de producción del aceite de oliva



A continuación vemos las principales características del aceite producido en cada una de las Denominaciones de Origen existentes:

#### **Azeite de Moura**

“Aceite con olor y sabor a fruta que le son dados por las variedades Galega y Verdeal, de color amarillo verdoso”.

La Denominación de Origen Protegida “Azeite de Moura” se encuentra consagrada por el conocimiento desde tiempos inmemoriales. No es por casualidad que el pueblo diga: “Tan fino como el aceite de Moura”. Por otro lado es en Moura donde se encuentra un antiquísimo

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

molino de varas que demuestra la antigüedad e importancia de la aceituna y del aceite en esta zona.

Variedades de aceituna producida: verdial, cordovil y galega.

### **Azeite de Trás-os-Montes**

"Es un aceite equilibrado, con olor y sabor a fruta fresca, a veces almendrado, y con una sensación notable de dulzor, verde, amargo y picante."

La Denominación de Origen "Azeite de Trás-os-Montes" se encuentra consagrada por la tradición olivarera de la zona, ya que se cultivan olivos desde tiempos inmemoriales. La plantación de olivos en Mirandela y su término debe datar de la primera mitad del s. XVI, pues ya el Dr. João de Barros, dice en su Geografía, "...y muy poco hace que allí se plantaron los primeros olivos, y ahora hay mucho aceite en la tierra."

Variedades de aceituna producidas: verdial, trasmontana, madural, cobrançosa y cordovil.

### **Azeite do Alentejo Interior**

Se designa por Aceite de Alentejo Interior - DO, al líquido aceitoso que se extrae por procesos mecánicos de los frutos de las variedades apropiadas de la especie *Olea europea sativa* Hoffg Link, provenientes de olivos localizados en el Alentejo Interior. Las variedades apropiadas son la Galega vulgar, presente en una proporción mínima del 60%, la Cordovil de Serpa y/o Cobrançosa, presentes en una proporción máxima del 40%. Son toleradas otras variedades en un máximo del 5%, con exclusión absoluta de las variedades Picual y Maçanilha. Este aceite de oliva presenta un color amarillo dorado o verdoso, aroma frutado suave de aceituna madura y/o verde y otras frutas, como la manzana o el higo, y presenta también una gran sensación dulce.

La región conocida por Alentejo Interior se caracteriza por condiciones climáticas muy particulares que, producen un ambiente natural y privilegiado para el desarrollo del olivo que, encuentra aquí una gama de suelos variada pero todos ellos ricos en calcio y potasio, que tienen bastante influencia en su porte y producción.

### **Azeite do Norte Alentejano**

"Los aceites son ligeramente espesos, frutados, de color amarillo oro, con leves reflejos verdosos".

La Denominación de Origen Protegida "Azeite do Norte Alentejano" se encuentra consagrada por su tradición culinaria regional y su conocimiento desde tiempos inmemoriales.

Variedades de aceituna producida: blanqueta, cobrançosa.

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

### **Azeites da Beira Interior**

“El Aceite de la Beira Interior tiene color amarillo claro levemente verdoso, con aroma a aceituna y sabor a fruta”.

La Denominación de Origen Protegida se encuentra consagrada por los trabajos iniciados hace varios años en el ámbito del COI.

### **Azeites do Ribatejo**

“Los aceites de oliva virgen extra del Ribatejo son aceites ligeramente espesos, frutados, de color amarillo oro, a veces ligeramente verdosos”.

La Denominación de Origen Protegida “Azeites do Ribatejo” se encuentra consagrada por el uso, ya que se tiene conocimiento del cultivo del olivo desde tiempos inmemoriales, y a los estudios sobre su producción y consumo, que se remontan a los siglos XII y XIII.

Variedad de aceituna producida: lentisca.

El uso de la Denominación de Origen obliga a que los aceites sean producidos de acuerdo con las reglas estipuladas en el cuaderno de especificaciones, lo cual incluye variedades de aceituna, condiciones de recolección y transporte de la aceituna a la almazara, condiciones de trabajo y características del producto final.

Sólo pueden beneficiarse del uso de la DOP los aceites que, cumpliendo todas las condiciones estipuladas se presenten en el comercio debidamente acondicionados en embalajes de origen. La rotulación del envase debe cumplir con los requisitos de la legislación específica de los aceites, mencionando también la Denominación de Origen. En el embalaje debe aparecer la marca de certificación estipulada por la respectiva entidad certificadora.

## **B. Importaciones**

En relación con las importaciones, en la campaña 2006/2007 se registraron entradas de aceite de oliva por un total de 60.976 toneladas, lo que supuso en valor, 208.098.000 euros; esto representó un aumento del 5,36% en cantidad y del 24,7% en valor, respecto a la campaña 2005/2006.

En la siguiente tabla podemos observar la evolución de las importaciones de aceite de oliva frente a las exportaciones durante las últimas 5 campañas; podemos ver que las importaciones siempre han sido muy superiores a las exportaciones, lo que conlleva un elevado déficit comercial; y en los 5 últimos años estas importaciones han aumentado en un porcentaje bastante mayor que las exportaciones

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

### Evolución de las importaciones frente a las exportaciones (2002-2007)

	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	Var. 06/07-05/06	Var. Periodo
<b>Importaciones (t)</b>	<b>48.190</b>	<b>57.283</b>	<b>55.870</b>	<b>57.875</b>	<b>60.976</b>	<b>5,36%</b>	<b>26,53%</b>
<b>Exportaciones (t)</b>	<b>18.873</b>	<b>17.450</b>	<b>20.788</b>	<b>21.852</b>	<b>21.417</b>	<b>-1,99%</b>	<b>13,48%</b>
<b>Saldo (t)</b>	<b>-29.317</b>	<b>-39.833</b>	<b>-35.082</b>	<b>-36.023</b>	<b>-39.559</b>	<b>9,82%</b>	<b>34,94%</b>

Fuente: INE, Estacom

Como vemos, las importaciones triplican a las exportaciones, y si las comparamos con la producción nacional vemos que se importa bastante más que lo que se produce. Aquí tenemos una buena oportunidad de introducir nuestro producto, además que como veremos más adelante, la mayoría de estas importaciones tienen su origen en España.

A continuación, vamos a analizar el origen de las importaciones por países durante los 5 últimos años, así como la cuota de importación que ocupa cada país. Estos valores son dados de miles de euros, ya que la fuente consultada (estacom) no disponía de estos datos en cantidad (tn).

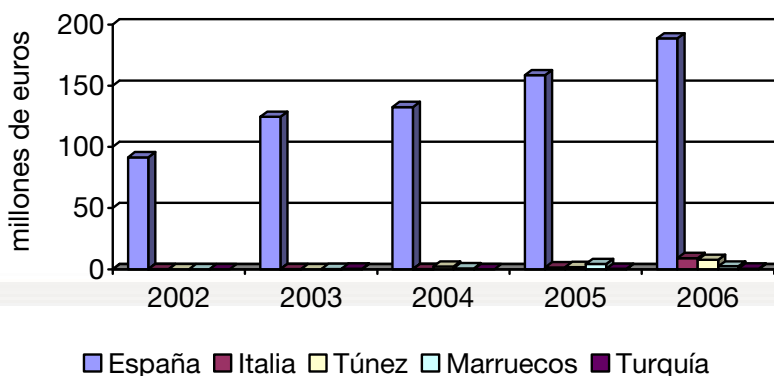
### Evolución Importaciones de Aceite de Oliva por origen Top 10 (miles de euros)

	2002	2003	2004	2005	2006	% Var. 2002-2006	Cuota importación 2006
<b>ESPAÑA</b>	<b>91.354</b>	<b>124.502</b>	<b>132.502</b>	<b>158.622</b>	<b>188.676</b>	<b>106,5%</b>	<b>90,7%</b>
ITALIA	8	33	29	1.397	9.022	112675,0%	4,3%
TUNEZ			2.209	1.655	7.665	363,1%	3,7%
MARRUECOS		173	629	4.250	2.254	1202,9%	1,1%
TURQUIA		410		346	377	-8,0%	0,2%
BRASIL				235	51	-78,3%	0,0%
FRANCIA	104	30	31	156	45	-71,2%	0,0%
PAISES BAJOS				2	7	250,0%	0,0%
SUDAFRICA					1		0,0%
<b>TOTAL TOP 10</b>	<b>91.466</b>	<b>125.148</b>	<b>135.400</b>	<b>166.663</b>	<b>208.098</b>	<b>24,9%</b>	<b>100,0%</b>
<b>TOTAL MUNDO</b>	<b>91.571</b>	<b>127.255</b>	<b>135.890</b>	<b>166.887</b>	<b>208.098</b>	<b>24,7%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Estacom

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

Evolución Importaciones Top 5 (02-06)



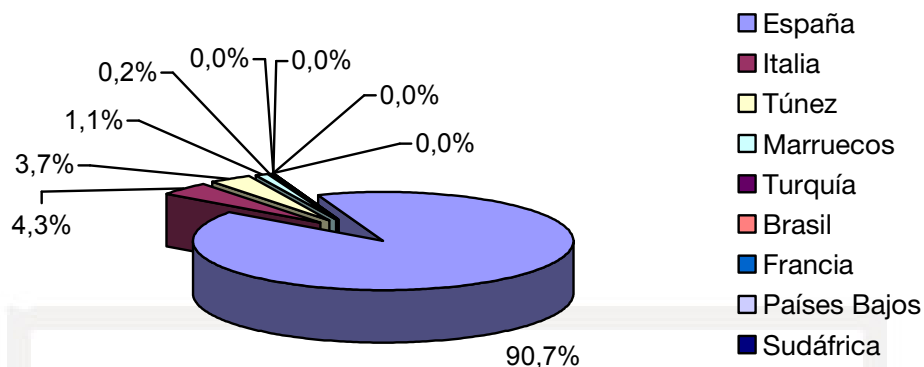
Fuente: INE, Estacom

Como podemos observar, las importaciones portuguesas de aceite de oliva proceden casi en su totalidad de España, alcanzando una cuota del 90,7% del total de las importaciones; además, en los últimos 5 años, éstas han ido aumentando de manera notable, con una tasa de crecimiento de más del 100% desde el año 2002 hasta el 2006, siempre hablando en términos de valor. Después de España encontramos a Italia, con una cuota muy inferior, apenas el 5%, aunque cabe destacar el gran aumento del valor de las importaciones en el último año respecto al anterior. Estos 2 países son los principales proveedores de aceite de oliva para Portugal, aunque también podemos encontrar otros como Túnez, Marruecos y Turquía, pero ya con unas cuotas insignificantes.

Por esto, como venimos diciendo, España es el principal proveedor de aceite de oliva para Portugal, lo que supone una oportunidad para comercializar nuestro aceite, aunque debemos estudiar la forma más idónea de hacerlo, ya que como hemos dicho, la mayoría (sino la totalidad) de estas importaciones se componen de ventas a granel, lo cual no es lo más correcto para comercializar el aceite español, ya que nuestro objetivo es obtener el máximo beneficio y no solo en términos económicos, sino también en conseguir que el aceite español sea conocido como tal, y se comercialice en todo el mundo con nuestra marca.

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

Top 10 Importaciones 2006



Fuente: INE, Estacom

Como vemos, las importaciones en Portugal son muy importantes para cubrir el consumo interno y las exportaciones. Si analizamos las importaciones a nivel mundial, vemos que Portugal ocupa el séptimo puesto en el ranking de los mayores países importadores, lugar importante si tenemos en cuenta el número de habitantes, siendo Italia el país que más importa aceite de oliva, con España ocupando la cuarta plaza. Esto convierte a Portugal como un país claramente importador de aceite de oliva.

Top 10 Países Importadores aceite de oliva (miles de euros)

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>ITALIA</b>	1.046.447	1.081.193	1.326.073	1.337.970	<b>1.453.619</b>
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	487.272	481.920	600.698	719.829	<b>808.732</b>
<b>FRANCIA</b>	221.613	234.733	253.134	291.871	<b>380.266</b>
<b>ESPAÑA</b>	18.871	81.709	140.002	219.204	<b>281.979</b>
<b>REINO UNIDO</b>	89.630	115.502	148.680	167.021	<b>214.079</b>
<b>ALEMANIA</b>	120.832	113.283	141.454	170.626	<b>210.756</b>
<b>PORTUGAL</b>	91.571	127.255	135.890	166.887	<b>208.098</b>
<b>JAPON</b>	107.231	102.948	112.786	126.742	<b>141.880</b>
<b>AUSTRALIA</b>	70.327	70.587	87.596	89.370	<b>125.783</b>
<b>CANADA</b>	61.104	64.126	76.993	95.211	<b>116.191</b>

Fuente: Estacom, INE

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

Observamos que los primeros puestos lo ocupan países que por tradición, economía y tamaño son los importadores principales en este sector, pero también cabe señalar la aparición de países que en los últimos años han aumentado notablemente las importaciones, como Japón, Australia y Canadá, mercados muy atractivos hoy en día para el aceite de oliva.

### C. Exportaciones

Si atendemos ahora a las exportaciones portuguesas, vemos que la gran mayoría de las mismas van dirigidas a Brasil, si bien para dar cobertura a estas exportaciones, Portugal debe importar una cantidad cercana al doble. Aún así, Portugal sigue siendo un exportador importante a nivel mundial, si atendemos a la producción nacional. Esto, como decimos, es debido a la importancia de las importaciones, lo que conlleva un alto déficit comercial.

A continuación se analizan los principales destinos de las exportaciones portuguesas de aceite de oliva y su evolución en los últimos 5 años, así como la cuota de exportación de cada país. Estos datos, como decimos, vienen en miles de euros según la fuente consultada (Estacom-ICEX).

#### Evolución Exportaciones de Aceite de Oliva por destino Top 10 (miles de euros)

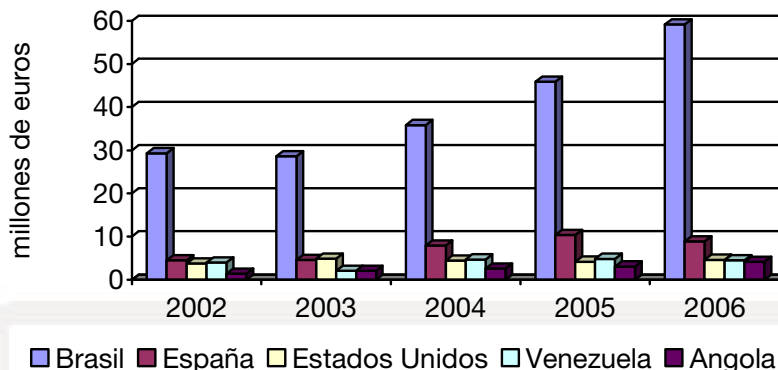
	2002	2003	2004	2005	2006	% Var. 2002-2006	Cuota exportación 2006
BRASIL	29.308	28.546	35.853	45.862	59.168	101,9%	63,0%
<b>ESPAÑA</b>	<b>4.549</b>	<b>4.599</b>	<b>7.955</b>	<b>10.355</b>	<b>8.827</b>	<b>94,0%</b>	<b>9,4%</b>
ESTADOS UNIDOS	3.745	4.894	4.444	4.143	4.628	23,6%	4,9%
VENEZUELA	3.943	2.035	4.700	4.844	4.506	14,3%	4,8%
ANGOLA	1.415	2.061	2.569	3.028	4.082	98,1%	4,3%
CABO VERDE	1.430	1.527	2.067	1.938	2.153	50,6%	2,3%
CANADA	1.036	1.098	1.469	1.609	1.639	58,2%	1,7%
COREA DEL SUR		3		459	1.599		1,7%
MOZAMBIQUE	398	693	770	788	1.067	168,1%	1,1%
REINO UNIDO	128	137	291	372	990	673,4%	1,1%
<b>TOTAL TOP 10</b>	<b>45.952</b>	<b>45.593</b>	<b>60.118</b>	<b>73.398</b>	<b>88.659</b>	<b>92,9%</b>	<b>94,4%</b>
<b>TOTAL MUNDO</b>	<b>49.896</b>	<b>49.193</b>	<b>64.419</b>	<b>77.247</b>	<b>93.917</b>	<b>88,2%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Estacom, INE



## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

Evolución Exportaciones Top 5 (2002-2006)



Fuente: INE, Estacom

Como vemos en los anteriores gráficos, el destino de la mayoría de las exportaciones portuguesas de aceite de oliva es el mercado brasileño, alcanzando una cuota del 63% del total de las exportaciones portuguesas con un valor de casi 60 millones de euros. Durante los últimos 5 años, estas exportaciones a Brasil han aumentado en más del 100%, manteniéndose este incremento año tras año.

Lejos de las exportaciones con destino a Brasil, encontramos como siguientes destinos España con más del 9%, Estados Unidos y Venezuela con casi el 5% y después vendrían países africanos como Angola, Cabo Verde o Mozambique.

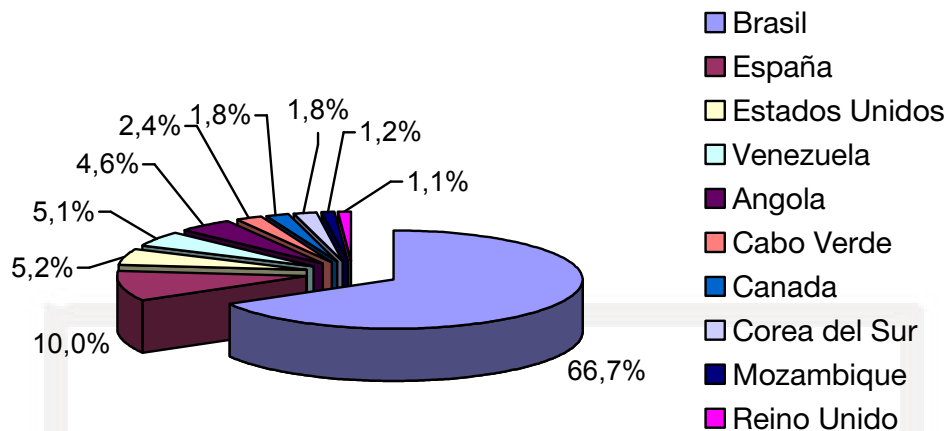
Cabe también destacar el importante aumento de las exportaciones de aceite de oliva a Reino Unido, con más del 300% en el último año respecto al anterior, y al aparición de Corea del Sur en los 2 últimos años.

Estos datos nos sirven de mucha utilidad si tenemos en cuenta que estas exportaciones son cubiertas con las importaciones analizadas anteriormente, y que como vimos proceden casi en su totalidad de España, por lo que es muy probable que un porcentaje elevado del aceite exportado por Portugal, en su mayoría a Brasil, sea aceite español importado previamente y que se comercializa después con marca portuguesa.

Esto nos lleva de nuevo a que el fabricante español debe cambiar el modo de vender su producto a Portugal, ya que no está aprovechando la oportunidad de comercializar su aceite de la manera más eficaz, ya no sólo con Portugal, sino como estamos viendo, con un mercado tan extenso e importante como el brasileño.

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

### Top 10 Exportaciones 2006



Fuente: INE, Estacom

Como podemos observar, el mercado brasileño es el principal receptor del aceite proveniente de Portugal, pasando a un segundo plano mercados como el español, estadounidense, venezolano, etc.

Como vemos en la siguiente gráfica, Portugal, aún no siendo uno de los principales productores de aceite de oliva, ocupa un lugar importante en el ranking de los mayores países exportadores de aceite. Esto es debido, como venimos diciendo, por una parte, a las importaciones, las cuales duplican la producción, y por otra parte al carácter comercializador de los portugueses, que aprovechan cualquier oportunidad para dar salida a su producto de la manera más rentable posible, lo cual choca con la prioridad hacia sus productos que demuestran a la hora de consumir.

### Top 10 Países Exportadores aceite de oliva (miles de euros)

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>ESPAÑA</b>	1.387.202	1.250.998	1.593.750	1.578.857	<b>1.740.275</b>
<b>ITALIA</b>	860.818	868.669	1.038.465	1.221.468	<b>1.353.598</b>
<b>TUNEZ</b>	41.143	83.833	440.499	278.555	<b>532.173</b>
<b>GRECIA</b>	239.601	374.914	149.883	379.503	<b>475.453</b>
<b>TURQUÍA</b>	51.374	134.454	90.607	196.851	<b>142.032</b>
<b>PORTUGAL</b>	52.592	51.322	62.367	74.892	<b>96.067</b>
<b>MARRUECOS</b>	2.056	1.347	52.773	58.590	<b>90.594</b>
<b>SIRIA</b>	4.931	48.326	46.544	83.479	<b>75.555</b>
<b>ARGENTINA</b>	18.297	20.122	14.767	37.581	<b>51.146</b>
<b>FRANCIA</b>	23.313	20.361	29.709	31.838	<b>38.124</b>

Fuente: Estacom, INE

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

Los principales países exportadores de aceite de oliva, coinciden con los principales países productores, o lo que es lo mismo los países del mediterráneo. España está a la cabeza seguida de cerca por Italia y Túnez, que ha desbancado a Grecia del tercer lugar. Portugal ocupa la sexta plaza y es importante señalar el notable aumento acontecido en las exportaciones de aceite de oliva en Argentina, país que a partir de ahora será conveniente tener en cuenta.

### **2. ANÁLISIS CUALITATIVO**

#### **2.1. Producción**

La disminución del patrimonio oleico se caracterizó por una disminución constante de la producción de aceite de oliva hasta comienzos de los años 80. Se pasó de 78.000 toneladas de media en los años 50 a 47.000 toneladas después de los años 70. A partir de los años 80, la producción media se situó alrededor de las 40.000 toneladas.

En los años siguientes se dieron una serie de cambios positivos en la caracterización del sector gracias al interés de los agricultores por las nuevas plantaciones intensivas de olivares (cerca de 15.000 ha de 1987 a 1998), a la mejora cualitativa del aceite producido y al reconocimiento de 6 regiones como Denominación de Origen Protegida.

Las necesidades de aprovisionamiento (consumo interno + exportaciones) son demasiado elevadas para la producción nacional, la cual apenas cubre el 37% de esas necesidades. Por eso, la cantidad y la calidad de la producción debe aumentar en un futuro próximo, no solo por las nuevas plantaciones, sino por la adopción de técnicas de extracción más adecuadas, desde la plantación de olivos hasta la producción del aceite, pasando por la extracción y el stock.

Los rendimientos medios de los olivos, expresados en Kg por árbol, ha aumentado notablemente en los últimos años (más del 40%), pasando de 7,5 Kg/árbol en la campaña 1998/99, a 10,5 Kg/árbol en 2005/06. Los rendimientos medios del aceite, en porcentaje, se han mantenido prácticamente estables durante este periodo, pasando del 14,5% durante los años 90 al 13,8% en las últimas campañas.

Según estimaciones del INE, la producción de aceite de oliva en Portugal en la campaña 2007/2008 podrá caer cerca de un 25%. Las condiciones climáticas desfavorables tanto en la época de la floración de los olivos como en la fase de la formación de los frutos, son responsables del notable descenso.

No obstante, las nuevas áreas de cultivo del olivo, sobretudo en el Alentejo, pueden ayudar a compensar la quiebra en el rendimiento prevista para esta campaña. Fueron plantadas mas de 30 mil hectáreas de olivar en tierras alentejanas en los últimos tres años. Cerca de la mitad de esta área corresponde a inversiones españolas, que según datos de la Casa do Azeite, ya pasa la cantidad de 120 millones de euros, excluyendo la adquisición de tierras para el cultivo del olivo.

# III ■ ANÁLISIS DEL COMERCIO

## 1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

### 1.1. Canales de distribución

Si bien se observan problemas en la producción, en general debe concluirse que la comercialización del aceite es un aspecto muy cuidado en Portugal.

La estrategia de posicionamiento ha sido la de categorizar a este producto como un signo de identidad portuguesa, así como, y sobre todo, saludable. Se puede señalar que se ha redescubierto el valor nutricional del aceite y de sus innumerables beneficios para la salud, así como de aspectos relacionados con estilos de vida más saludables, y como baluarte de la dieta mediterránea.

A pesar de casi solamente producir y comercializar una variedad (galega), la oferta de marcas y de formatos es muy rica, además de muy cuidada. Las marcas son todas portuguesas, a pesar de que como se señaló, el contenido es, en su mayoría, aceite español a granel.

Los canales de distribución del aceite de oliva son los hipermercados, supermercados, cash&carry, tiendas de gourmet, canal Horeca y no podemos olvidar las ventas a granel. Ya que gran parte de las compras a España se realiza directamente a productores, (Ventas a granel).

La mayor parte de la distribución del aceite de oliva se lleva a cabo en los hipermercados y los supermercados, los cuales poseen la mayor cuota de mercado en el sector. Éstos están recogidos de los principales grupos comerciales existentes en Portugal, los más importantes son:

#### - ALISUPER – EXPLORAÇÃO DE SUPERMERCADOS DO ALGARVE

Se trata de un grupo que posee 70 supermercados y cerca de 250 puntos de venta de proximidad, distribuidos por todo el Algarve y el Alentejo. La central de compras se encuentra en la sede de ALICOOP, que es la empresa del grupo que se dedica a la distribución al canal minorista directo, a través de una red propia comercial y a través de 3 centros de “Cash and Carry”, en los que también se dirigen al Canal HORECA.

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

### **- CARREFOUR PORTUGAL, S.A.**

Filial portuguesa del grupo francés. En Portugal poseen 9 hipermercados. La mayor parte de los cuadros directivos de esta empresa son españoles, venidos de CARREFOUR ESPAÑA.

### **- CNR – CENTRAL NACIONAL RETALHISTA**

Se trata de la mayor central de compras para minoristas de alimentación y sectores anexos de todo Portugal. Gestionan las compras de sus asociados en conjunto para conseguir mejores precios y luego distribuyen los productos entre sus asociados. Entre sus asociados hay supermercados de gran tamaño (caso de AC SANTOS), pero también medias y pequeñas superficies, incluso un gran número de tiendas pequeñas de proximidad. La relación de los supermercados asociados se puede encontrar en su página de internet ([www.cnr.pt](http://www.cnr.pt)) dentro del apartado “quem somos”, subapartado “associados”. En la actualidad ascienden a más de 300 puntos de venta. A partir del año 2002 han comenzado a explotar una cadena de tiendas por el sistema de “Cash and Carry” con marca la marca CNR.

### **- COMPANHIA PORTUGUESA DE SUPERMERCADOS (GRUPO AUCHAN)**

Importante Grupo de distribución que gestiona en Portugal los Hipermercados JUMBO y los Supermercados PÃO DE AÇÚCAR. Cuenta en 2006 con 15 hipermercados JUMBO (Aveiro, Castelo Branco, Vila Nova de Familação, Vila Real, Vila Nova de Gaia (Área Metropolitana de Oporto), Maia, Gondomar, Alfragide (Área Metropolitana de Lisboa), Alverca, Cascais, Coimbra, Figueira da Foz, Almada, Faro y Setubal) y 2 supermercados Pão de Açúcar (Santo Tirso y Amoreiras-Lisboa) y 14 tiendas BOX, lo que totaliza un área de ventas de más de 125.000 m<sup>2</sup> en Portugal y genera trabajo para unas 6.500 personas. En 2003 sus ventas alcanzaron 1.145 millones de Euros. Ya han proyectado la apertura de otros dos hipermercados JUMBO en Portugal: uno en Amadora (Área Metropolitana de Lisboa) y Torres Vedras. A partir de julio de 2006, esta cadena es quien se va a encargar de negociar las compras con los proveedores de otras dos cadenas de supermercados regionales: SUPERMERCADOS ULMAR y SUPERMERCADOS AC SANTOS, pasando también a gestionar los stocks de productos (más de 10.000 referencias) de estas dos empresas.

### **- DIA PORTUGAL SUPERMERCADOS, S.A.**

Cadena de descuento, originariamente española, comprada actualmente por el GRUPO CARREFOUR. Se instaló en Portugal en 1993 con la marca de supermercados DIA y en 1998 compró la cadena MINIPREÇO al grupo francés AUCHAN, pasando a adoptar en todos sus supermercados esta marca. Actualmente distribuye desde dos centros diferentes situados, uno en el norte (Oporto) y otro en el sur (Lisboa) para las 341 tiendas MINIPREÇO que posee en el país, de las cuales 286 son propias y las otras 55 en sistema de franquicia.

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

### **- COOPLEC NORTE, CRL – GRUPO LECLERC**

Grupo francés que gestiona la marca LECLERC y que cuenta, por tanto, con 11 supermercados de esta denominación en Portugal.

### **- EL CORTE INGLÉS**

El Corte Inglés se instaló en Portugal a finales del año 2001 y actualmente cuenta ya con dos centros comerciales, uno de ellos (el más antiguo) en Lisboa, y otro en el centro de Vila Nova de Gaia (Área Metropolitana de Oporto), inaugurado en Mayo de 2006. Existe la previsión de la apertura de otros nuevos grandes almacenes en el Área Metropolitana de Lisboa, en el municipio de Oeiras y ya se está comenzando a buscar localización para otra nueva unidad en el centro de Oporto. Además, a comienzos del 2004 han abierto un SUPERCOR en las cercanías de Cascais (Quinta da Beloura), zona de alto poder adquisitivo y a principios del 2007 se prevé la apertura de otro en Lisboa en la zona de la Expo 98. Por lo tanto se trata de una empresa en clara expansión en Portugal, lo cual es una buena noticia para los productos españoles, porque es la vía de entrada más simple para la distribución en Portugal. Además, el Clube del gourmet de estos establecimientos se ha transformado en la principal referencia como punto de venta de este tipo de productos en Portugal. En la actualidad una parte de las compras se realizan desde la central de compras de España, tanto en nombre de la filial de Portugal, como en nombre de la matriz española vendiéndose luego estos productos a Portugal. Sin embargo otra parte de las compras se efectúan ya desde la propia filial portuguesa. La intención es que este sistema de compras desde Portugal acabe siendo el principal.

### **- JERÓNIMO MARTINS-DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS DE CONSUMO, LDA.**

Jerónimo Martins es un holding bajo cuya órbita se encuentra buena parte de la distribución de alimentos y otros artículos de consumo directo para el hogar en Portugal: tiene el control accionario de la cadena de supermercados PINGO DOCE, con unos 180 puntos de venta, y de los hipermercados FEIRA NOVA (28 hipers). Controla asimismo, en la rama mayorista, la cadena de “cash and carry” RECHEIO (25 establecimientos). Todos ellos a su vez están asociados a los UNIARME. Cada una de estas tres cadenas de distribución posee departamento comercial propio y, por ello, realizan independientemente sus compras, a pesar de que se encuentren en la propia sede corporativa del grupo arriba recogida.

### **- LIDL & CIA. PORTUGAL**

Empresa filial del gran grupo de distribución alemán SCHWARTZ, que posee en Portugal más de 130 tiendas diseminadas por todo su territorio. Se trata de tiendas tipo “hard discount”. Es un grupo que está en expansión en Portugal.

### **- MODELO CONTINENTE, S.G.P.S. (Grupo SONAE)**

Perteneciente al GRUPO SONAE, la mayor corporación de empresas de Portugal y encuadrada en su Área de Distribución, estamos ante el primer grupo de la distribución minorista

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

en Portugal. A través de su filial MODELO, S.G.P.S. gestiona 3 redes de puntos de venta minoristas: la cadenas de hipermercados "CONTINENTE" (18 establecimientos en las principales ciudades del país con un área media de 9.000 m<sup>2</sup>), la cadena de grandes supermercados MODELO (77 establecimientos en 2006 en ciudades de media dimensión y con una superficie media de 2.000 m<sup>2</sup>; a los que hay que sumar 5 supermercados en régimen de franquicia en las Islas Azores) y la cadena de supermercados de proximidad MODELO BONJOUR, dirigida fundamentalmente a los grandes centros urbanos (25 tiendas repartidas entre las áreas metropolitanas de Lisboa y Oporto, con una media de 800 m<sup>2</sup>). Además, el Área de SONAE DISTRIBUCIÓN abarca otras banderas de puntos de venta minorista especializados.

Estos son los principales grupos de la gran distribución en Portugal, con sus respectivos hipermercados y supermercados, pero también encontramos otras firmas que son las que distribuyen las principales marcas de los aceites de oliva más vendidos, como Oliveira da Serra, Herdade do Esporão, etc. ; algunas de estas firmas son: **FIMA, SOVENA, MANUEL SERRA.**

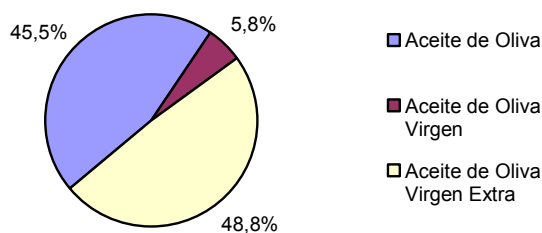
### 1.2. Esquema de la distribución

En el año 2006, el mercado de aceites de oliva representó un total de más de 1.800 millones de euros, lo que representa un aumento del 1,15% frente al año anterior, aunque en volumen presenta una reducción del 1% frente al 2005, con 395.000 litros, según datos de la consultora AC Nielsen.

En relación a 2007 las ventas de aceite de oliva subieron un 2,1%, pero en valor descendieron un 3,8%. También en términos de fidelidad, los consumidores portugueses son menos fieles a las marcas, habiendo crecido el peso de las marcas de distribuidores. Esto confirma que el precio es un factor muy importante en la decisión de compra.

En las siguientes gráficas se observan los datos sobre los tipos de aceite más comercializados, así como los grados de acidez y el volumen de los envases que más se distribuyen en el mercado portugués.

#### Segmentación del Mercado Nacional de Aceite de Oliva

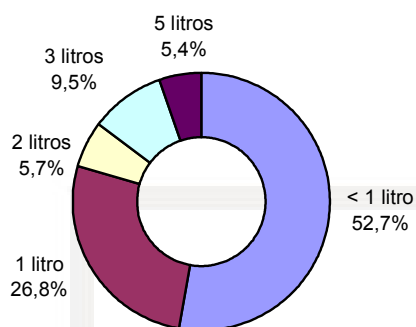


Fuente: Revista Super Market

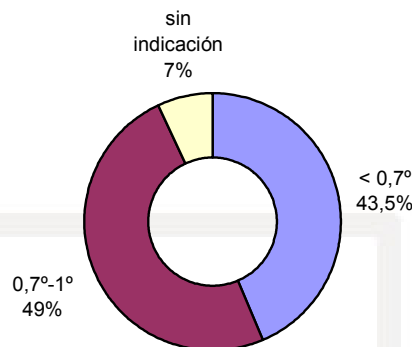
## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

### Segmentación del Mercado Nacional de Aceite de Oliva por capacidad y por su grado de acidez

#### Capacidad %



#### Acidez %



Fuente: Revista Super Market

Según la Casa do Azeite, en 2006 el volumen de mercado interno de aceite de oliva embotellado distribuido correspondió a 17,83 mil toneladas de aceite de oliva corriente, 17,82 mil toneladas de aceite de oliva virgen extra y 2,45 mil toneladas de aceite de oliva virgen, lo que equivale a un total de 38,11 mil toneladas de aceite de oliva, aunque a estos valores se deben sumar de 15 a 20 mil toneladas que corresponden a auto-consumo.

En relación a la capacidad de los envases, vemos que los envases de aceite de oliva que más se distribuyen son los que están por debajo de 1 litro, entre ellos la botella de 0,75 L es la más comercializada, aunque también podemos encontrar envases de 0,50 L y 0,25L

En cuanto a la acidez de los aceites, vemos que en Portugal se distribuyen más los aceite de 0,7 a 1 grado, aunque últimamente la tendencia es a comercializar aceites más suaves.

En relación a las principales firmas de fabricantes de aceite de oliva en Portugal, observamos la cuota de mercado que ocupan y quiénes son los principales fabricantes. Podemos observar que FIMA y SOVENA destacan delante de otros.

Conforme a la cuota de mercado de las marcas propias de los grandes grupos distribuidores, encontramos en primer lugar la cadena Minipreço/Día, con una cuota del 17,7% en el último año, seguido de Lidl, Continente y Jumbo, con cuotas de 15,3%, 9,3% y 11% respectivamente.



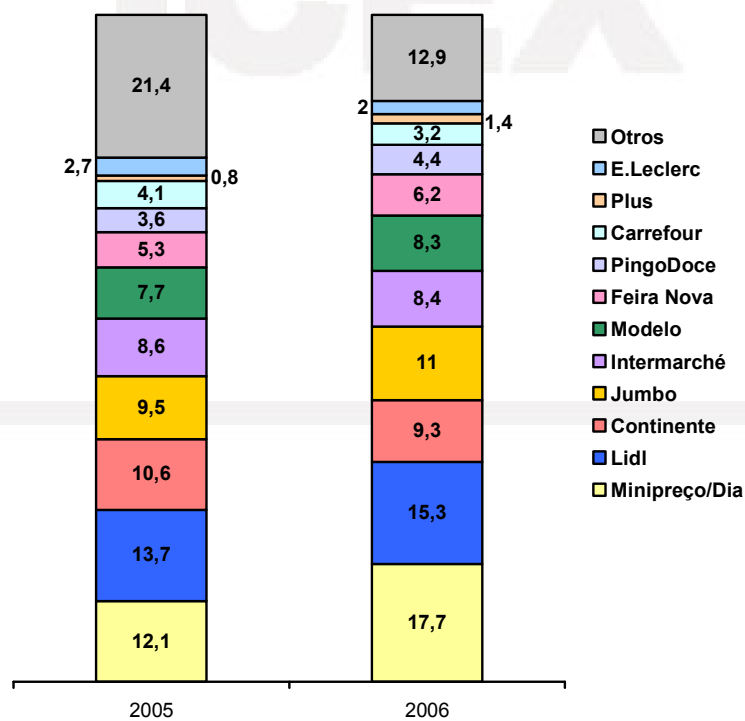
## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

### Cuota de mercado principales fabricantes aceite de oliva envasado

	Valor %	Volumen %
<b>Aceite embotellado</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
FIMA	23,9	21
SOVENA	15,2	14,1
MANUEL SERRA	8,1	7,1
TOTAL MARCAS CADENA	32,7	35,7
OTROS FABRICANTES	20,2	22,2

Fuente: HiperSúper

### Cuota de Mercado de Marcas Propias de Aceite de Oliva



Fuente: HiperSúper

### **1.3. Principales distribuidores**

Los principales distribuidores, tanto de canal HORECA, tiendas Gourmet, como Hipermercados y Supermercados los podemos encontrar con sus direcciones y demás datos de interés en el apartado 2 del capítulo Anexos.

## **2. ANÁLISIS CUALITATIVO**

### **2.1. Estrategias para el contacto comercial**

Al tratarse de un mercado relativamente pequeño, las empresas suelen nombrar un representante para Oporto (zona norte) y otro para Lisboa (zona centro y sur), no siendo necesario en principio contratar a más personas.

Lo más aconsejable es desplazarse a Portugal, aprovechando la celebración de una feria, en una visita de prospección, y contactar con importadores, distribuidores o agentes. La selección de un representante exige por parte de la empresa una visita al país que le permita conocer en profundidad el sector y, posteriormente, concretar los contactos personales dentro del mercado.

A la hora de establecer un contacto comercial, hay que tener en cuenta los siguientes aspectos prácticos:

1. Se debe extremar el tratamiento en las relaciones personales. En Portugal no es normal el tutearse.
2. La puntualidad es un factor muy importante. Los portugueses son muy puntuales y valoran mucho este factor.
3. A pesar de que el portugués no tiene demasiadas dificultades para entender el castellano, nunca está de más pedir disculpas por no hablar su lengua antes de comenzar cualquier conversación. En cualquier caso siempre es muy recomendable y muy valorado el conocimiento del idioma.
4. La estrategia de penetración en este mercado se basa fundamentalmente en el precio, con una tendencia cada vez mayor hacia la calidad y sofisticación.
5. Portugal es el país con mayor endeudamiento de la UE. Se aconseja que se asegure el cobro.
6. No habiendo en Portugal Colegio Oficial de Agentes Comerciales, la búsqueda de los mismos se deberá realizar a través de otros medios, como asistencia a ferias, mailing, etc.
7. En Portugal se funciona con horario europeo. A la hora de establecer reuniones, debe tenerse en cuenta que el almuerzo comienza entre las 12:30 y las 13:00. La hora local es una menos que en España.

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

8. Es importante contactar con las asociaciones sectoriales, ya que en Portugal el asociacionismo está muy presente en el mundo empresarial.

### **2.2. Condiciones de acceso**

Desde que Portugal es miembro de la UE en 1986 se sigue la legislación arancelaria y normas de desarrollo de la Unión Europea, lo que significa que, en principio, todo producto comercializado en España no debería tener ninguna barrera arancelaria y no arancelaria para entrar en el mercado portugués.

La introducción de mercancías originarias de los países miembros de la UE o procedentes de países terceros que se encuentren en libre práctica en dichos Estados no está sujeta a restricciones cuantitativas ni a licencias. Tampoco lo está la expedición de mercancías portuguesas a los Estados miembros de la UE. La introducción de mercancías originarias de otros países comunitarios y los que están en el espacio libre europeo, está exenta del pago de aranceles. Las mercancías procedentes de terceros países quedan sujetas a los derechos del Arancel Comunitario.

La importación de productos agrarios procedentes de países terceros se realiza en régimen de libertad comercial, sin restricciones nacionales ni comunitarias al respecto.

### **2.3. Promoción y publicidad**

Como indicamos en puntos anteriores, la promoción del aceite de oliva en Portugal está muy cuidada en los últimos años, con importantes inversiones en publicidad para dar a este producto una imagen de salud y de bienestar.

La estrategia de posicionamiento ha sido la de categorizar a este producto como un signo de identidad portuguesa, así como, y sobre todo, saludable. Se puede señalar que se ha redescubierto el valor nutricional del aceite y de sus innumerables beneficios para la salud, así como de aspectos relacionados con estilos de vida más saludables, y como baluarte de la dieta mediterránea.

Actualmente es posible tener acceso a diferentes propuestas a distintos precios, mediante la calidad y el embalaje en que es comercializado. De hecho, es posible verificar que la segmentación del mercado no solo se dio a nivel producto, sino también a nivel de “packaging”, donde la oferta ha pasado de la tradicional referencia en vidrio a formatos en PET (2L, 3L y 5L) y a la introducción del Tetra Brick en el mercado (1L). También se ha extendido la segmentación a nuevos a nuevos formatos más allá de la tradicional oferta en botella de vidrio de 0,75L, tanto para el consumo doméstico como para los profesionales de la restauración, necesitados de formatos adecuados a su actividad comercial.

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

Es así que hoy en día podemos encontrar una amplia gama de aceite de oliva en el mercado portugués, que va desde el aceite de oliva corriente (mezcla de aceite de oliva virgen y refinado) hasta el aceite de oliva virgen extra “tradicional”, pasando por una multitud de referencias que se distinguen por el paladar, cantidades producidas, tipo y modo de producción, año de producción o introducción de hierbas aromáticas y condimentos (Orégano, Tomillo, Estragón, Pimienta, etc.).

A continuación podemos ver algunos ejemplos de la innovación en formatos y tipos de aceite de oliva.



### 2.4. Tendencias de la distribución

El sistema de distribución portugués ha venido registrando un proceso de transformación intenso en los últimos 20 años, más visible en el comercio minorista que en el mayorista. Los cambios ocurridos han tenido un fuerte impacto en las relaciones entre pequeñas y grandes empresas y entre comerciantes independientes y cadenas, motivando el apareamiento a finales de los años 80 de una nueva legislación en materia de licencias comerciales y, más tarde nuevas reglas sobre los horarios de funcionamiento de los horarios comerciales.

La estructura del comercio minorista se caracteriza todavía por un elevado número de pequeñas empresas de carácter familiar que en vista de la proliferación de las grandes cadenas se están viendo obligadas a la especialización y modernización, con vistas a su adaptación a los cambios del mercado. No obstante este proceso ha ido ocurriendo de forma desigual en en los diferentes sectores del comercio minorista.

La composición del comercio mayorista es bastante diversificada, no obstante dos de sus subsectores, bienes alimenticios y otros bienes de consumo representan el 50% de su volumen de ventas y otro tanto en términos de empleo total. En lo que se refiere al peso en el número total de empresas, éste no es tan significativo ya que buena parte de ellas están dominadas por los Agentes comerciales, subsector de reducida dimensión empresarial y con frecuencia constituido por empresas en nombre individual.

Las nuevas formas de distribución han ido rompiendo con los patrones tradicionales de localización y organización espacial del comercio. Los principios de la centralidad y proximidad que durante años han organizado espacialmente la actividad comercial, han dado lugar a la accesibilidad y facilidad de circular, con lo cual la periferia de los grandes centros urbanos es claramente el emplazamiento más favorable a la localización de las grandes superficies.

El surgimiento de las grandes superficies en Portugal, tanto en el formato "hipermercado" como en el de "centro comercial" tiene sus primeros reflejos en el marco legislativo en 1989 con la publicación del Decreto Ley nº 190/89 en el que se establecían reglas específicas de licenciamiento de las denominadas "grandes superficies comerciales". Posteriormente éste se ha visto sustituido por el Decreto Ley Nº: 218/97, vigente en la actualidad, que sustituye la denominación "gran superficie" por la de "unidad comercial de dimensión relevante", en la que el concepto de dimensión no se basa solamente en el área de venta considerada aisladamente sino que abarca el área de venta acumulada del conjunto de establecimientos pertenecientes a un mismo grupo o empresa.

También en Portugal se ha asistido a un crecimiento de las tiendas de "discount". Portugal es de los países de la UE el que ha registrado un mayor crecimiento de este tipo de tiendas en los últimos 5 años ya que la cuota de mercado en el año 1995 representaba el 6,1% y a finales del 2000 alcanzaba ya el 9,5%.

# IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

## 1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

### 1.1. Factores sociodemográficos

Portugal cuenta con una superficie total de 91.831 km<sup>2</sup> (88.790 km<sup>2</sup> Portugal Continental; 2.247 km<sup>2</sup> Archipiélago de las Azores y 794 km<sup>2</sup> Archipiélago de Madeira).

A 31 de diciembre de 2005, la población residente en Portugal se estimó en 10.569.592 individuos.

La principal causa del crecimiento de la población, a semejanza de lo que viene ocurriendo desde 1994, fue el saldo migratorio positivo (0,45%) ya que el saldo natural permaneció bajo (0,07%). En los últimos años la inmigración ha cobrado importancia, sobretodo la procedente de los países de Europa del Este, de Brasil, de China y de Santo Tomé y Príncipe.

La población portuguesa sigue creciendo aunque a un ritmo más lento siendo que las características principales de la evolución demográfica reciente son: la baja tasa de fecundidad y mortalidad infantil, el aumento de la esperanza de vida y las fuertes corrientes migratorias, que tienden a disminuir pero aún conservan un peso del 90% en el crecimiento de la población.

El comportamiento de estos flujos migratorios, determinará el grado de envejecimiento del país, ya que el mantenimiento de la tasa de fecundidad a niveles inferiores al de la sustitución de las generaciones, parece irreversible.

En la siguiente tabla se pueden encontrar los principales indicadores sociales que nos darán una primera idea del tamaño del mercado portugués.

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

### Indicadores de población en Portugal

Población Total (2005)	10.569.592
Tasa de crecimiento anual población	0,40%
Distribución por sexo	
Hombres	48,42%
Mujeres	51,57%
Distribución por edades	
0 - 14 años	15,50%
15 - 64 años	67,30%
más de 65 años	17,20%
Densidad demográfica	114,7 hab/km <sup>2</sup>

### Población principales ciudades

Municipio	Población
Lisboa	2215319
Porto	1812325
Braga	856171
Setúbal	837696
Aveiro	730372
Leiria	475662
Coimbra	437086

Fuente: Informe País (Ofecomes Lisboa)

### 1.2. Factores económicos

A principios del corriente decenio, Portugal sufrió un periodo de desaceleración de la actividad económica que culminó en la recesión de 2003. Pese a la recuperación registrada en 2004, el año 2005 volvió a caracterizarse por una ralentización de la actividad económica, más acentuada durante el primer semestre.

La economía portuguesa deberá registrar una recuperación gradual de su crecimiento, basado sobretudo en el dinamismo de la inversión y de las exportaciones, previéndose que a partir de 2008 se retome la trayectoria de convergencia hacia los niveles medios de crecimiento de la UE.

A lo largo del 2006, una progresiva aceleración de la actividad se asentó inicialmente en el dinamismo de las exportaciones, impulsadas por un fuerte crecimiento de los mercados externos. Para el 2007 y el 2008 se prevé una disminución de las exportaciones en línea con una evolución de la búsqueda de los principales mercados de destino. Esta evolución está asociada a una significativa recuperación de la inversión privada, mientras que el consumo privado registrará una aceleración moderada en línea con una evolución del rendimiento disponible. El gasto público en consumo e inversión mantuvo las tasas de crecimiento aproximadamente nulas. En un contexto de reducción de los mercados de destino de las exportaciones, de mantenimiento de los precios del petróleo en niveles históricamente elevados y de un creciente déficit de la balanza de rentas, este modelo de crecimiento, a pesar de contemplar una evolución en el gasto de las familias y de las Administraciones Públicas, apenas deberá permitir una disminución gradual de las necesidades de financiación externa de la economía portuguesa.

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

---

La proyección para la tasa de inflación apunta para que el crecimiento de los precios disminuya a lo largo de los próximos años, después del fuerte aumento registrado en el 2006. La reducción de la tasa de inflación está en larga medida relacionada con la estabilización admitida por el precio del petróleo, después del fuerte crecimiento registrado en los últimos años.

De acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística, la estructura económica portuguesa a finales de 2005 era la siguiente: un 2,9% del valor añadido bruto era generado por el sector primario; 18,3 % se originaba en el sector industrial y energético; la participación del sector de la construcción era del 6,3 % y la de servicios el 72,5 %. Al igual que en otros países, las variaciones habidas desde la adhesión a la CE reflejan una pérdida de peso del sector agrario e industrial a favor del sector servicios y de la construcción. No obstante, hasta 1991, el sector industrial tuvo una evolución favorable traducida en tasas de variación positivas de su valor añadido bruto, sobre todo gracias a la inversión extranjera en sectores como la electrónica, papel y automoción.

Portugal al igual que otros países europeos ha ido aumentando durante los últimos 25 años la participación del sector terciario en su economía. En consecuencia, el sector agrícola y pesquero que tenía en los años 60 un peso del 24% del PIB, ha reducido este porcentaje al 2,9% en el año 2005. No obstante este sector todavía ocupa una buena parte de la población alcanzando el 11,8% en dicho año.

Se está produciendo una intensificación del inevitable ajuste estructural del sector a partir de una mayor dimensión de las explotaciones y de avances tecnológicos si bien con evidentes disparidades sub-sectoriales y regionales. Las regiones más dinámicas son el Ribatejo y la zona Oeste. Una de las razones de la debilidad de este sector se deriva de la reducida dimensión de las explotaciones.

En el marco de la PAC, se están desarrollando en Portugal una serie de medidas integradas dentro de la denominada Política Agrícola Nacional – PAN. Los objetivos de dichas medidas tienden a dotar al país de un sector agrícola desarrollado, competitivo y de calidad, haciendo hincapié en la vertiente social del sector.

### PIB por componente del gasto

	Valor (millones de euros)	%
Consumo privado	96.534	4,6
Consumo público	31.034	5,7
Formación bruta de capital fijo	32.875	0,3
Exportación de bienes y servicios	42.072	3,2
Importación de bienes y servicios	55.119	5,6
PIB a precios corrientes	147.395	100

Fuente: Informe País (Ofecomes Lisboa)



## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

### Naturaleza de la economía

#### Actividad económica

##### Población por sectores

Agricultura	11.8%
Industria	19.3%
Construcción	10.8%
Servicios	58.1%

Tasa de paro: 7.6%

##### Precios: (Variación respecto al año anterior)

Precios al por mayor	4.1%
Precios al consumidor	2.3%

Déficit/Superávit público -6.0%

Fuente: Informe País (Ofecomes Lisboa)

### 1.3. Distribución de la renta disponible

#### Evolución de la cuota porcentual de las áreas del gasto de consumo privado

	1999		2001		2003		2004	
	UE25	Portugal	UE 25	Portugal	UE 25	Portugal	UE 25	Portugal
Alimentación y bebidas no alcohólicas	13,1%	17,0%	12,9%	17,0%	12,8%	17,0%	12,4%	*
Bebidas alcohólicas y tabaco	3,8%	3,8%	3,7%	3,7%	3,7%	3,8%	3,6%	*
Ropa y calzado	6,5%	7,9%	6,3%	7,7%	6,0%	7,9%	5,8%	*
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	20,7%	12,9%	20,7%	13,0%	21,2%	13,5%	22,3%	*
Accesorios, equipamiento doméstico, mant. Vivienda	6,8%	7,5%	6,7%	7,2%	6,5%	7,1%	6,4%	*
Salud	3,3%	4,7%	3,2%	4,8%	3,4%	4,9%	3,5%	*
Transportes	14,0%	15,8%	13,6%	15,0%	13,4%	13,7%	13,8%	*

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

Comunicaciones	2,4%	2,4%	2,7%	2,9%	2,8%	2,8%	2,8%	*
Ocio y cultura	9,7%	6,3%	9,6%	6,3%	9,6%	6,6%	9,7%	*
Educación	1,0%	1,2%	1,0%	1,2%	1,0%	1,2%	0,9%	*
Restaurantes y hoteles	8,5%	10,2%	8,8%	10,5%	8,8%	10,8%	8,0%	*
Bienes y servicios diversos	10,4%	10,4%	10,8%	10,7%	10,8%	10,7%	11,0%	*

Fuente: INE

\* Estos datos no estaban disponibles en el momento de la elaboración, según información del INE

La cuota porcentual que representa cada componente del gasto no ha sufrido grandes cambios en los últimos años.

Vemos que en los últimos años el gasto en **Alimentación y bebidas** estaba bastante por encima de la media de la UE con más de 4 puntos porcentuales, lo que nos da a entender que el gasto en el sector de la alimentación sigue siendo importante en el mercado portugués.

### 1.4. Situación política

En los años que siguieron al golpe de 1974 (la llamada Revolución de los Claveles), Portugal experimentó tensiones revolucionarias, hasta establecerse finalmente como democracia constitucional. Los cinco órganos principales de la política portuguesa son: el Primer Ministro y el Consejo de Ministros, la Asamblea de la República y la Judicatura, cuyo máximo tribunal es el Supremo Tribunal de Justicia.

El presidente de la República se elige para un periodo de cinco años por sufragio directo universal; también es comandante y jefe de las fuerzas armadas. Los poderes presidenciales incluyen designar al Primer Ministro y al Consejo de los Ministros, cuyo presidente debe ser propuesto de acuerdo con los resultados electorales por la asamblea.

Dirige el gobierno un Primer Ministro, que nombra al Consejo de Ministros. Este primer ministro debe presentar ante la Asamblea su programa de gobierno. Si la asamblea aprueba el programa por una mayoría de diputados confirma el gobierno en cargo.

La Asamblea de la República es un parlamento unicameral integrado por hasta 230 diputados, elegidos por sufragio universal según un sistema de representación proporcional, los diputados tienen un mandato de 4 años, a menos que el presidente disuelva la asamblea y convoque nuevas elecciones.

Las últimas elecciones legislativas fueron celebradas el 20 de febrero de 2005. La participación fue del 65% y los resultados fueron los siguientes:

- Partido Socialista, 45% y 120 diputados.
- Partido Social Demócrata, 28,7% y 72 diputados.

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

- Coalición Democrática Unitaria (Partido Comunista Portugués – Partido Ecológico – Los Verdes), 7,6% y 14 diputados.
- Partido Popular, 7,3% y 12 diputados.
- Bloque de Izquierda, 6,4 y 8 diputados.

El Consejo del Estado es un organismo consultivo presidencial y está compuesto por seis funcionarios civiles importantes, cualquier presidente anterior elegido desde 1976, cinco miembros elegidos por la asamblea y cinco seleccionados por el presidente.

El Tribunal Supremo de Justicia es el tribunal de apelación. Hay tribunales especializados, como los tribunales militares, administrativos y fiscales. Un Tribunal Constitucional de 9 miembros sanciona la constitucionalidad de la legislación.

### **1.5. Legislación**

Portugal es miembro de la Unión Europea, lo que hace que su legislación esté armonizada con el resto de los países miembros.

Respecto al sector del aceite, la legislación vigente se puede consultar en el apartado de Anexos.

## **2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

Los ingresos medios por habitante en Portugal son los más bajos de Europa Occidental, y las perspectivas de crecimiento tampoco son elevadas (un 1,1% anual hasta el 2010). La tasa de inflación aumenta más que los salarios, y así, el poder adquisitivo se reduce. A pesar de esto y del elevado endeudamiento de las familias, las intenciones de consumir superan a las de ahorrar.

La tasa de ahorro bruta de las familias (en porcentaje del ingreso bruto) es de 11,4% en Portugal, frente al 10,6% de España, o al 15,4% de Hungría.

La mayoría de los portugueses manifiesta mayor propensión al consumo que al ahorro.

En relación a las intenciones de consumo, viajes y ocio ocupan (como en años anteriores) el primer lugar en el ranking.

Sin embargo, existen muchas disparidades regionales, tanto en ingresos como en perspectivas de consumo y ahorro.

El litoral presenta los niveles de ingresos más elevados, con el Algarve (15,76%) y Lisboa (19,71%). Oporto tiene un nivel de ingresos por habitante elevado (13,51%).

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

---

Lisboa y Oporto son las ciudades más consumistas, mientras que en el Algarve existe una mayor propensión al ahorro. Aún así, cada región tiene unas preferencias de consumo/gasto distintas.

### Perfil general del consumidor portugués

Destacamos la reducción del tamaño de las familias, el número de hogares de solteros o de parejas sin hijos aumenta, la concentración de la población joven en los núcleos urbanos más importantes; y empieza a surgir, como hemos visto, un consumidor que valora más los componentes intangibles como el diseño, la imagen, la calidad, el servicio, etc.

<b>Nº de hogares</b>	<b>3.727.760</b>
<b>Nº de individuos por hogar</b>	<b>2,6</b>
<b>Edad</b>	
Menos de 34 años	21,1
De 35 a 49 años	49,1
Mayor de 50 años	29,8
<b>Clase social</b>	
Alta y Media-Alta	15,1
Media	29,0
Media-Baja	39,0
Baja	17,0
<b>Presencia de hijos</b>	
Sin hijos	71,1
Hijos < 5 años	14,9
Hijos entre 6 y 15 años	14,0
<b>Nº componentes</b>	
1 o 2 personas	47,5
3 personas	26,0
4 personas o más	26,5
<b>Lugar de residencia</b>	
Hasta 2.000 habitantes	36,8
De 2.001 a 10.000 habitantes	12,2
Más de 10.001 habitantes	16,5
Áreas metropolitanas	34,5

*Fuente: TNS worldpanel "O consumidor português"*

Como hemos visto en apartados anteriores, el consumo de aceite de oliva en Portugal es compensado con las importaciones, ya que la producción nacional no es suficiente para cubrir el consumo interno y las exportaciones.

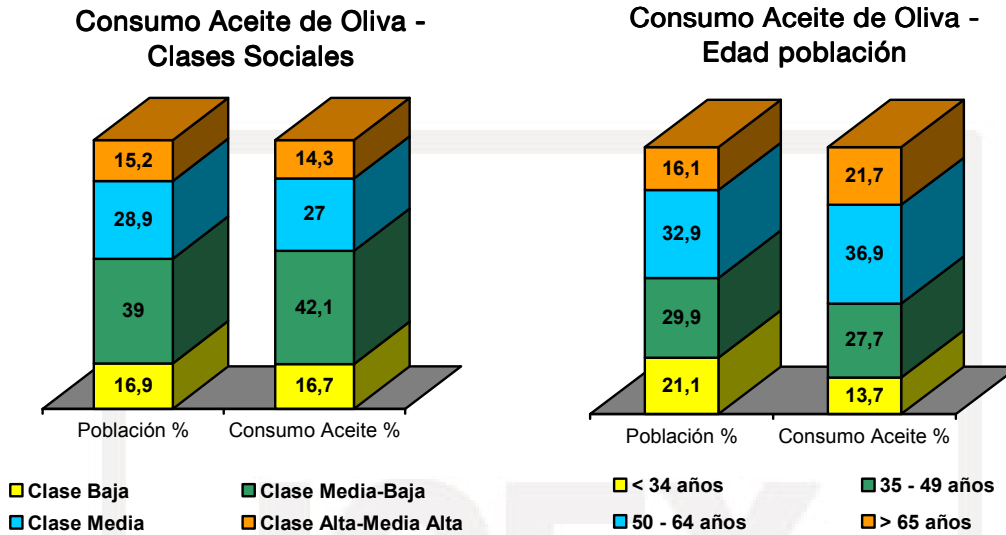
El consumidor portugués es sensible al precio, pero últimamente también le importa la calidad y la presentación del producto.

Este modelo de consumidor solamente consume aceite portugués, ya que sigue siendo muy proteccionista, y le cuesta mucho comprar un aceite proveniente de otro país.

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

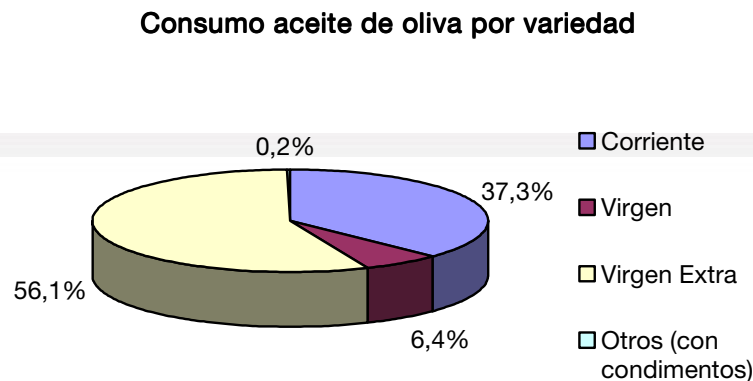
Debemos tener esto en cuenta, ya que como dijimos, la mayoría del aceite portugués procede de España y posteriormente es comercializado como aceite portugués.

En los siguientes gráficos se observa el consumo de aceite de oliva dependiendo de la clase social y de la edad del consumidor portugués.



Fuente: Revista HiperSuper

A continuación podemos ver el consumo de aceite de oliva dependiendo del tipo de aceite (corriente, virgen, virgen extra, otros)



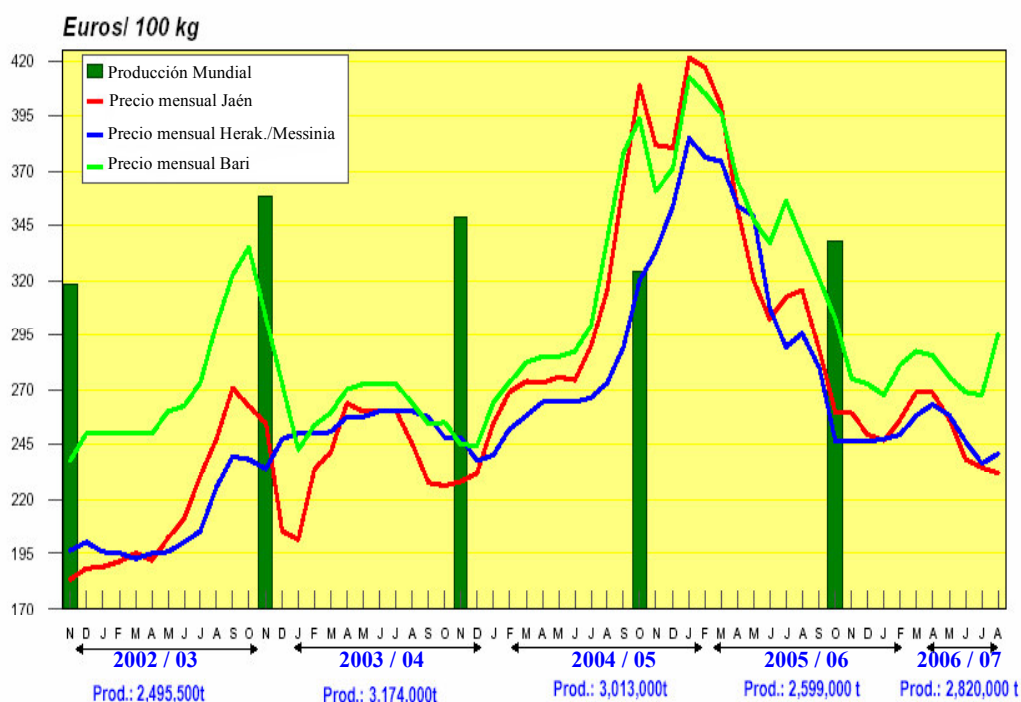
Fuente: Revista Grandeconsumo

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

Como decimos, el consumidor portugués es bastante susceptible al precio de los productos, en el caso del aceite de oliva, éste viene dado por el precio del mercado, el cual se fija teniendo en cuenta los precios de los principales productores mundiales (España, Italia y Grecia).

En las siguientes tablas podemos observar la evolución de los precios del aceite de oliva virgen extra, durante los cinco últimos años, de los principales productores.

### Evolución en los precios de productores aceite virgen extra

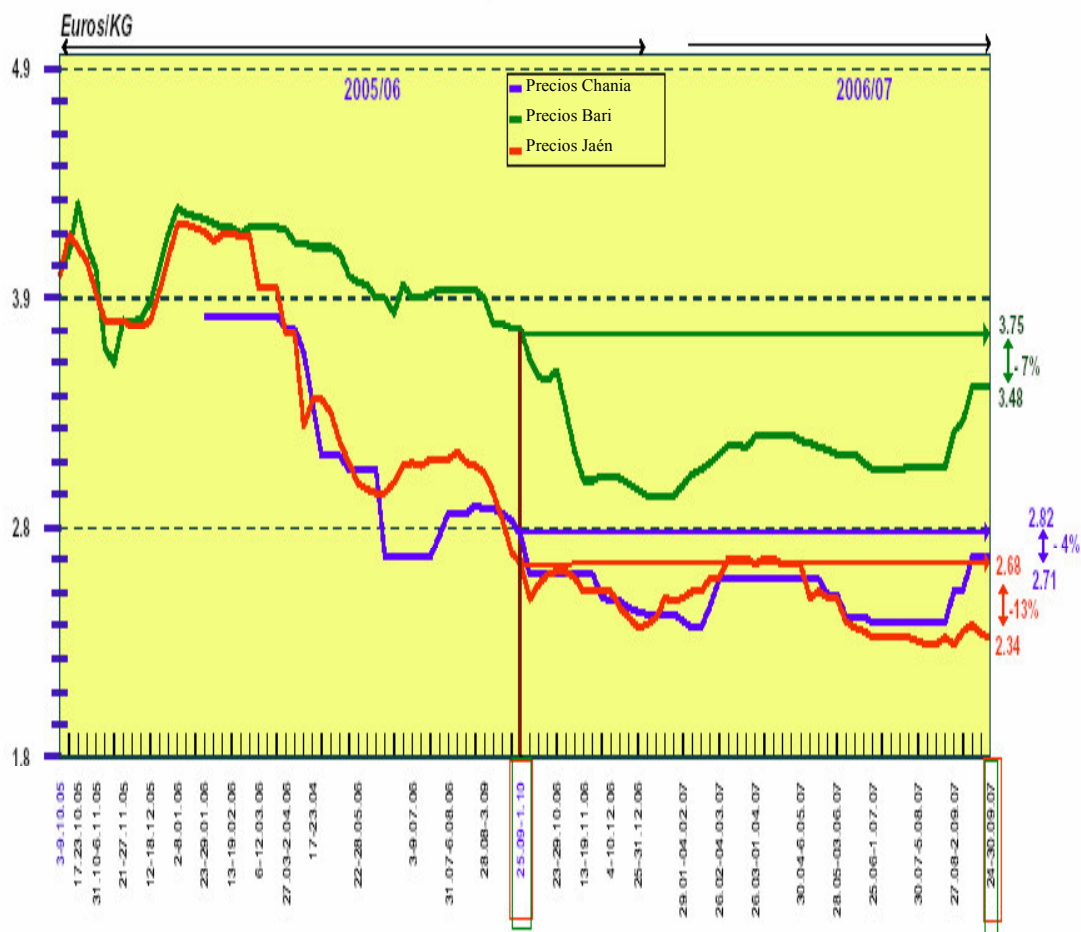


Podemos observar la evolución de los precios del aceite de oliva virgen extra (analizado por ser la variedad más consumida en Portugal) durante los 5 últimos años, viendo que a finales del 2004 y principios del 2005 se produjo un notable aumento en el precio del mismo, alcanzando valores que hasta ese momento no se habían dado (4,2 €/kg), debido principalmente a que esa temporada fue muy escasa en producción por la sequía acontecida en toda Europa, lo que repercutió en el precio del aceite.

En los últimos años, el precio se ha normalizado debido a las buenas cosechas en términos de producción, fijándose actualmente en torno a 2,4-2,6 €/kg.

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

### Evolución Precios Semanales Aceite de Oliva virgen extra 2005/06 - 2006/07



En esta gráfica podemos observar la evolución de los precios semanalmente durante las dos últimas campañas, viendo que se ha producido una notable disminución desde la campaña 2005/2006, estabilizándose en este último año en torno a los 3€/kg.

La mayor variación se ha dado en el precio del aceite de oliva virgen extra de Jaén, con una variación del 13% en el último año. Podemos comprobar que el precio de los principales productores está a la par, notándose que el precio dado por el aceite italiano es sensiblemente más alto que el español y el griego, los cuales están emparejados.

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

### Estudio de campo

Con el objetivo de establecer una estrategia de entrada para el aceite de oliva español, se procedió a analizar el precio medio, así como la oferta en formato, de los principales distribuidores de aceite de oliva (El Corte Inglés, Continente-Grupo Sonae y Jumbo-Grupo Auchan). Para ello se analizó el aceite de oliva corriente y el aceite de oliva virgen extra, ya que como vimos en apartados anteriores son los dos tipos de aceite más consumidos por la sociedad portuguesa.

#### Aceite de oliva corriente

EL CORTE INGLÉS				
Marca	Tipo	Envase	Precio u.	Precio €/l
El Corte Inglés	0,4°	Cristal 1 L	3,79 €	3,79 €
Gallo	Oliva	Cristal 0,75 L	2,49 €	3,32 €
Carbonel	0,4°	Cristal 1 L	3,89 €	3,89 €
Oliveira da Serra	Clásico	Pet. 3 L	10,49 €	3,50 €
Oliveira da Serra	Tradición	Cristal 0,75 L	2,39 €	3,19 €
Oliveira da Serra	Clásico	Brik 1 L	3,85 €	3,85 €
Oliveira da Serra	Selección Afrutado	Cristal 0,75 L	3,39 €	4,52 €

CONTINENTE (GRUPO SONAE)				
Marca	Tipo	Envase	Precio u.	Precio €/l
É	Refinado	Pet. 1 L	2,59 €	2,59 €
Gallo	1°	Cristal 0,75 L	2,49 €	3,32 €
Gallo	1°	Pet. 2 L	6,65 €	3,33 €
Gallo	1°	Lata 0,50 L	1,99 €	3,98 €
Oliveira da Serra	1°	Cristal 0,75 L	2,39 €	3,19 €
Oliveira da Serra	Culinario	Pet. 3 L	9,56 €	3,19 €
Serrata	1°	Pet. 3 L	11,56 €	3,85 €
Serrata	1°	Cristal 0,75 L	2,89 €	3,85 €

JUMBO (GRUPO AUCHAN)				
Marca	Tipo	Envase	Precio u.	Precio €/l
Auchan	Tradicional	Cristal 1L	3,59	3,59
Castelo Moura	Tradicional	Cristal 0,75 L	3,29	4,39
Gallo	Tradicional	Cristal 0,75 L	2,49	3,32
Oliveira da Serra	Tradicional	Cristal 0,75 L	1,99	2,65
Oliveira da Serra	Tradicional	Pet. 3 L	10,99	3,66
Polegar	Tradicional	Cristal 1 L	3,09	3,09
Serrata	Tradicional	Cristal 0,75 L	2,66	3,55



## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

### Aceite de oliva virgen extra

EL CORTE INGLÉS				
Marca	Tipo	Envase	Precio u.	Precio €/l
El Corte Inglés	Virgen Extra	Pet. 5 L	20,80 €	4,16 €
El Corte Inglés	Virgen Extra	Cristal 1 L	4,09 €	4,09 €
Herdade do Esporão	Virgen Extra	Cristal 3 L	18,95 €	6,32 €
Herdade do Esporão	Virgen Extra	Cristal 0,75 L	4,99 €	6,65 €
Gallo	Virgen Extra	Cristal 0,75 L	3,49 €	4,65 €
Gallo	Virgen Extra	Lata 0,50 L	2,09 €	4,18 €
Gallo	Virgen Extra	Cristal 2 L	7,89 €	3,95 €
Oliveira da Serra	Virgen Extra	Cristal 0,75 L	2,85 €	3,80 €
Oliveira da Serra	Virgen Extra (Canela)	Cristal 0,25 L	2,19 €	8,76 €
Oliveira da Serra	Virgen Extra (Limón)	Cristal 0,25 L	2,19 €	8,76 €
Oliveira da Serra	Virgen Extra (Aceitunas)	Cristal 0,25 L	2,19 €	8,76 €
Oliveira da Serra	Virgen Extra Gourmet 0,3º	Cristal 0,50 L	3,68 €	7,36 €
Herdade da Calada	Virgen Extra	Cristal 0,50 L	4,85 €	9,70 €
Casal das Relvas	Virgen Extra	Cristal 0,50 L	3,25 €	6,50 €
Ouro D'elvas	Virgen Extra	Cristal 3 L	14,95 €	4,98 €
Ouro D'elvas	Virgen Extra	Cristal 0,75 L	4,35 €	5,80 €
Carbonel	Virgen Extra	Cristal 0,75 L	3,75 €	5,00 €
Moura Cooperativa	Virgen Extra	Pet. 5 L	19,95 €	3,99 €
Ficalho	Virgen Extra	Pet. 3 L	17,50 €	5,83 €
Val D'ondel Bio DOP	Virgen Extra (Ecológico)	Cristal 0,50 L	5,60 €	11,20 €
Reliquia da Vidigueira	Virgen Extra	Cristal 0,50 L	3,85 €	7,70 €

CONTINENTE (GRUPO SONAE)				
Marca	Tipo	Envase	Precio u.	Precio €/l
Herdade do Pinheiro	Virgen Extra	Cristal 0,50 L	3,99 €	7,98 €
São Bruno	Virgen Extra	Cristal 0,50 L	5,89 €	11,78 €
Gallo	Virgen Extra 0,7º	Lata 0,50 L	2,09 €	4,18 €
Gallo	Virgen Extra Clásico	Cristal 0,25 L	1,09 €	4,36 €
Gallo	Virgen Extra Biológico	Cristal 0,75 L	4,09 €	5,45 €
Vilanova	Virgen Extra	Pet. 5 L	21,99 €	4,40 €
É	Virgen Extra	Cristal 0,75 L	2,29 €	3,05 €
Tal	Virgen Extra	Pet. 3 L	9,16 €	3,05 €
Herdade do Esporão	Virgen Extra 0,7º	Cristal 0,75 L	5,29 €	7,05 €
Herdade do Esporão	Virgen Extra Alentejo 0,7º	Cristal 3 L	19,99 €	6,66 €
Ouro d'Elvas	Virgen Extra 0,7º	Cristal 3 L	13,99 €	4,66 €
Casa Grande	Virgen Extra 0,2º	Cristal 0,50 L	5,29 €	10,58 €
Oliveira da Serra	Virgen Extra 0,7º	Cristal 0,75 L	2,89 €	3,85 €
Benecol	Virgen Extra	Cristal 0,50 L	5,49 €	10,98 €
Alfandagh	Virgen Extra Biológico 0,2º	Cristal 0,50 L	6,69 €	13,38 €

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

JUMBO (GRUPO AUCHAN)				
Marca	Tipo	Envase	Precio u.	Precio €/l
Capao	Virgen Extra Reserva	Cristal 0,75 L	3,69 €	4,92 €
Auchan	Virgen Extra (Ajo, Orégano, Pimienta, Tomillo)	Cristal 0,25 L	1,89 €	7,56 €
Cartuxa	Virgen Extra	Cristal 0,50 L	7,75 €	15,50 €
Gallo	Virgen Extra	Cristal 0,75 L	2,99 €	3,99 €
Gallo	Virgen Extra	Lata 0,50 L	2,19 €	4,38 €
Ourogal	Virgen Extra	Pet. 2 L	13,90 €	6,95 €
Oliveira da Serra	Virgen Extra Clásico Intenso	Cristal 0,75 L	2,89 €	3,85 €
Benecol	Virgen Extra	Cristal 0,50 L	5,39 €	10,78 €
Castelo Moura	Virgen Extra	Cristal 0,75 L	3,59 €	4,79 €
Cristal	Virgen Extra Gourmet	Cristal 0,25 L	2,99 €	11,96 €
Cristal	Virgen Extra Gourmet DOP Ribatejo	Cristal 0,25 L	3,49 €	13,96 €
Grão Mestre	Virgen Extra	Cristal 0,75 L	4,89 €	6,52 €
Lusitanea	Virgen Extra	Cristal 0,75 L	5,75 €	7,67 €
Polegar	Virgen Extra Clásico	Pet. 3 L	9,89 €	3,30 €
Quinta de Cabriz	Virgen Extra	Cristal 0,50 L	5,29 €	10,58 €
Serrata	Virgen Extra Selección	Cristal 0,75 L	3,11 €	4,15 €
Ybarra	Virgen Extra	Cristal 0,50 L	2,69 €	5,38 €
Herdade Esporão	Virgen Extra Especial	Cristal 0,75 L	5,09 €	6,78 €

Como podemos observar, los principales puntos de venta dispones de mayor oferta en aceite de oliva virgen extra, donde hay variedad de marcas, envases y tamaños. El envase con una mayor oferta sigue siendo la botella de vidrio de 0,75 L, aunque últimamente podemos encontrar una mayor variedad, desde la botella de vidrio de 0,25 L, hasta el envase en PET de 2L, 3L y 5L. También se pueden encontrar aceites de oliva “especiales”, con condimentos (orégano, tomillo, estragón, etc.), gourmet, etc. Por supuesto la mayoría de aceites ofertados corresponden a aceites portugueses, encontrándose apenas un par de marcas españolas: Carbonel e Ybarra.

En cuanto a los aceites portugueses (como decimos la mayoría) la mayor oferta corresponde a las principales marcas: Gallo, Oliveira da Serra o Herdade do Esporão; disponiendo de una gran gama en cuanto a envases y tipos de formatos.

### **3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL**

Como decimos, Portugal es un productor pequeño de aceite de oliva aunque es un importante consumidor. Este consumo interno es compensado con las importaciones, que como vimos en apartados anteriores proceden en su mayoría de España. Por este motivo una cantidad importante del aceite de oliva que se puede encontrar en Portugal es aceite español, sin embargo es comercializado como aceite portugués.

Por esto, es difícil encontrar marcas españolas en el mercado, tan solo un par de ellas en tiendas especializadas (delicatessen o gourmet) y en El Corte Inglés (principal entrada de los productos españoles en el mercado portugués).

El consumidor portugués desconoce totalmente el aceite de oliva español, a pesar de que seguramente el aceite que compra en el supermercado sea español. Lo único que le importa es consumir un aceite de calidad y que sea portugués, ya que como indicamos en apartados anteriores, sigue siendo muy proteccionista a la hora de comprar.

Por estas razones, nuestro objetivo es dar a conocer el aceite de oliva español como tal, y que se consuma y se compre como un producto de calidad diferenciada al aceite portugués.



ICEX

# V ■ ANEXOS

### 1. INFORMES DE FERIAS

Fil. Feria internacional de Lisboa [www.fil.pt](http://www.fil.pt)

**ALIMENTARIA** es la feria mas importante del Sector Agroalimentario que se celebra cada dos años en Lisboa. [www.alimentaria-lisboa.com](http://www.alimentaria-lisboa.com)

**EXPOLIDER**, donde se encuentran las principales empresas el sector Ecológico, entre ellas del aceite de oliva [www.expolider.pt](http://www.expolider.pt)

**HOREXPO** (FIL-Lisboa) Salón Internacional de Hostelería, Restauración y Vending. [www.horexpo.com](http://www.horexpo.com)

**ALIMENTAÇÃO** (Exponor-Porto) Feria de Alimentación. [www.exponor.pt](http://www.exponor.pt)

**HOTELMAQ** (Exponor-Porto) Feria de equipos, productos y servicios para Hostelería y canal HORECA. [www.exponor.pt](http://www.exponor.pt)

**GOURMET** (Exponor-Porto) Feria de productos gourmet. [www.exponor.pt](http://www.exponor.pt)

**EXPOALIMENTA** (Exposalão-Batalha) Feria de Hostelería y Restauración. [www.exposalao.pt](http://www.exposalao.pt)

Toda la información sobre estas ferias se puede encontrar en los informes de las mismas en la página del ICEX. [www.icex.es](http://www.icex.es)

## **2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS**

### **Associação Nacional de Lagares de Azeite-Anazei**

COIMBRA - SÉ NOVA

Rua Brasil 153-C Coimbra

3030 COIMBRA

Telefone: 239 701 386

Fax: 239 715 370

### **Casa do Azeite-Associação do Azeite de Portugal**

LISBOA - SÃO SEBASTIÃO DA PEDREIRA

Rua Castilho 69-r/c-E Lisboa

1250-068 LISBOA

Telefone: 213 841 810

Fax: 213 861 970

e-mail: geral@casadoazeite.pt

Web: <http://www.casadoazeite.pt>

### **CEPAAL - Centro de Estudos e Promoção do Azeite**

Praça Gago Coutinho, nº 2

7860-010 MOURA - Portugal

Tel: 285 250 990

Fax: 285 250 991

<http://www.azeitesdoalentejo.com>

[direccao\\_cepaaal@azeitesdoalentejo.com](mailto:direccao_cepaaal@azeitesdoalentejo.com)

[cepaaal@azeitesdoalentejo.com](mailto:cepaaal@azeitesdoalentejo.com)

## **PRINCIPALES DISTRIBUIDORES E IMPORTADORES**

### **Alberto Mário Carvalho dos Santos**

distribuidor

Ribeira Moinho

3350-101 Vila Nova de Poiares

Tel 239421129 Fax 239422474

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

---

### **Aperitivos Sanzé**

distribuidor

R Projectada-Zona Industrial

Apartado 3

7370-999 Campo Maior

Tel 268699171

Fax 268699173

www.sanze.pt

sanze@mail.telepac.pt

### **Barod-Importação e Exportação, Lda**

importador

R Belavista 59-Loja-A

Apartado 1052

2401-801 Leiria

Tel 244829270

Fax 244829271

### **Cava-Cooperativa Agrícola de Viana do Alentejo, Crl**

distribuidor

Estr Portel

Apartado 51

7090 Viana do Alentejo

Tel 266953105

### **Cidacel-Comércio e Indústria de Azeites Central Lousanense, SA**

importador

Videira

3200-048 Foz de Arouce

Tel 239990520

Fax 239993387

### **Comed Lda**

importador

R Serpa Pinto 658

4250-465 Porto

Tel 936367520

comedmachado@bol.com.br

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

R Airosa 19,2º-Traz

4250-020 Porto

Tel 936367520

### **Cooperativa Agrícola de Moura e Barrancos, Crl**

distribuidor

R Forças Armadas 9

7860-034 Moura

Tel 285250720

Fax 285251631

cooperativamourabarrancos@clix.pt

### **Cooperativa dos Olivicultores de Vila Nova de Foz Côa, Crl**

distribuidor

Av Dr Artur Saraiva Aguilár

5150-644 Vila Nova de Foz Côa

Tel 279768080

Fax 279762164

### **Fernando Seco Sucrs, Lda**

distribuidor

R António Batalha Reis 16

2560-308 Torres Vedras

Tel 261313784

Fax 261313098

azeite-santarem@jp.pt

### **Lazeite-Sociedade Comercial de Azeites do Lumiar, Lda**

distribuidor

Estr Pisa Pimenta 17

Charneca Lumiar

1750-221 Lisboa

Tel 217570312

Fax 217581308

lazeite@mail.telepac.pt

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

**Manuel José Sousa Pinto Vilela**

distribuidor

R Luz 3

Cheires

5070-342 Sanfins do Douro

Tel 259686085

**Mendes Carvalho-Importação e Exportação, Lda**

importador

Pq Dr França 23

7220-372 Portel

Tel 266612101

Fax 266612101

**Nunes & Elias**

distribuidor

R Loureiros

5335-119 Rebordelo

Tel 278369152

**Oleave-Óleos do Ave, Lda**

distribuidor

Av Dr Carlos Pinto Ferreira 725

4480-665 Vila do Conde

Tel 252646975

Fax 252646975

Formariz

4480-854 Vila do Conde

Tel 252646976

Fax 252646975

**Penazeites-Azeites Tradicionais, Lda**

importador

Zona Industrial 39

6090 Penamacor

Tel 277390050

Fax 277394781



## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

### **Ramiro Augusto do Vale, SA**

distribuidor

Pq Industrial Coimbrões Lt-69/70

Coimbrões

3500-886 Viseu

Tel 232470280

Fax 232425680

rav.sa@mail.telepac.pt

### **Sabores do Campo, Lda**

distribuidor

R Francisco Manuel Cardoso 23

7100-026 Arcos Etz

Tel 965833603

info@saboresdocampo.pt

### **Vatel-Companhia de Produtos Alimentares, SA**

distribuidor

Qtª Figueira

2615-735 Sobralinho

Tel 219518420

Fax 219518439

sal@vatel.pt

Qtª Ribeira

Adémia

3020 Coimbra

Tel 239431567

Fax 239432099

Av Francisco Sá Carneiro 130/50-Zona Industrial Maia I-Sector 8-Gemunde

4475-132 Maia

Tel 229478446

Fax 229478449

R Operários Conserveiros

Apartado 58

8700-407 Olhão

Tel 289710160 Fax 289710169

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

**Vineves-Trading, Lda**

importador

Estr Nacional 356

Apartado 161

2496-908 Fátima

Tel 249534040

Fax 249534383

Vineves@vineves.pt

### IMPORTADORES DEL CANAL GOURMET

#### **1.000 PALADARES – PRODUTOS ALIMENTARES, LDA.**

Rua do Campo Alegre, 498-A

4150-170 – Porto – Portugal

Telefax: 00351-226099069

E-mail: 1000paladares@1000paladares.com.pt

Web: www.1000paladares.com.pt

Gerente: Sra. Joana Lencastre

E-mail: joana.lencastre@1000paladares.com.pt

Móvil: 00351-968425954 / 919772527

#### **A COLMEIA DO MINHO, S.A.**

Quinta da Cucena

2840-577 – Aldeia de Paio Pires – Seixal – Portugal

Tel.: 00351-212279020

Fax: 00351-212279025

E-mail geral@acolmeiadominho.com.pt

Web: www.acolmeiadominho.com.pt

Director General: Sr. Antônio Jacinto

E-mail: jjacinto@acolmeiadominho.com.pt

Director Comercial: Sr. Paulo Jacinto

E-mail: pjacinto@acolmeiadominho.com.pt

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

### **A LOJA DA PRAÇA**

Praça Dom Afonso V, 55-E – Cristo-Rei

4150-024 – Porto – Portugal

Tel.: 00351-226173224 / 226173225 / 226173226

Fax: 00351-226164088

Móvil: 00351-917558077

E-mail: geral@lojadapraça.pt

Web: www.lojadapraça.pt

Directora: Sra. Isabel Sottomayor

### **ALCIONE-COMÉRCIO ALIMENTAR UNIPESSOAL, LDA.**

Urbanização Industrial do Pateiro – Lote 7

8400-651 – Parchal – Lagoa – Portugal

Tel.: 00351-282405080 / 917199391

Fax: 00351-282461649 / 282405089

E-mail: geral@alcione.pt / alcione@mail.telepac.pt

Web: www.alcione.pt

Director General: Sr. António Rocha

E-mail: antonio.rocha@alcione.pt

Departamento Comercial: Sra. Isabel Montanha

E-mail: isabel.montanha@alcione.pt

Departamento de Marketing: Sr. José Ribeiro

E-mail: jose.ribeiro@alcione.pt

### **ANA MACHADO UNIPESSOAL, LDA.**

Rua da Bela, 691

4445-343 – Emersinde – Portugal

Tel.: 00351-229691294

Fax: 00351-229691294

Móvil: 00351-919811019

E-mail: info@anamac.com / comercial@anamac.com

Web: www.anamac.com

Socia Gerente: Sra. Ana Machado

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

### **ANO 2000-PRODUTOS ALIMENTARES, LDA.**

Zona Industrial da Maia I – Rua C – Lote 127

4470-459 – Maia – Portugal

Tel.: 00351-229439450

Fax: 00351-229483241

E-mail: info@ano2000.com

Web: www.ano2000.com

### **DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA**

Apartado 2.027

4476-909 – Avioso – Santa Maria – Maia – Portugal

Administrador: Sr. Adélio Pereira

E-mail: adelio.pereira@ano2000.com

### **BIMBI-IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO, LDA.**

Centro Empresarial do Ral – Armazem 4 – Vila Verde

2710-693 – Terrugem SNT – Sintra – Portugal

Tel.: 00351-219605360

Fax: 00351-219605369

E-mail: bimbi@mail.telepac.pt

Web: www.bimbi.com.pt

Gerente: Sra. Teresa Coelho

E-mail: teresa.bimbi@mail.telepac.pt

### **CANOVA & CAVALLIN-PRODUTOS ALIMENTARES E BEBIDAS, LDA.**

#### **LUSITÁLIA**

Rua Fernando Palha, 50/52 – Sala 102 – Poço do Bispo

1950-132 – Lisboa – Portugal

Tel.: 00351-218620163

Fax: 00351-218620225

Móvil: 00351-918736095

E-mail: lusitalia@gmail.com

Web: www.lusitalia.com.pt

Director General: Sr. Mirco Cavallin

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

E-mail: cavallin@esoterica.pt

### **CHÁ QB - EDUARDO INÁCIO CACHOLA**

Rua Silva de Carvalho 116 – Campo de Ourique

1250-257 – Lisboa – Portugal

Tel.: 00351-213870945

Fax: 00351-213870945

E-mail: cha.qb@netcabo.pt

Web: www.cha-qb.com

Director: Sr. Eduardo Inácio Cachola

Móvil: 00351-965026406

Asistente: Dona Maria

### **CHOCOLANDIA-IMPORTAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE CHOCOLATES, LDA.**

Travessa de Pinto Correia, 14

1495-698 – Cruz Quebrada-Dafundo – Oeiras – Portugal

Tel.: 00351-214142882 / 213867237

Fax: 00351-214150795

Directora: Dona Manuela

Móvil: 00351-917573675

### **COMECAR-SOCIEDADE DISTRIBUIDORA DE PRODUTOS ALIMENTARES, LDA.**

Rua Andrade Corvo, 19/19-A

2610-020 – Buraca – Amadora – Portugal

Tel.: 00351-214707500

Fax: 00351-214718093 / 214718093

E-mail: geral@comecar.com.pt

Socio Gerente: Sr. Augusto Alexandre

Móvil: 00351-969022417

Asistente: Sra. Susana Brito

### **DHC-COMÉRCIO DE PRODUTOS ALIMENTARES, LDA.**

Avenida Doutor Luís Sá, 9 – Zona Industrial da Abrunheira – Parque Montserrat

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

2710-022 – Sintra – Portugal

Tel.: 00351-214535449 / 214535457

Fax: 00351-214 535 569

E-mail: geral@dhc.pt

Web: www.dhc.pt

Directora Comercial: Sra. Carla Martins

E-mail: carlateixeira@dhc.pt

Responsable de Compras: Sra. Ana Paula Teixeira

E-mail: anapaula@dhc.pt

### **DIETIMPORT-IMPORTAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS NATURAIS, S.A.**

Rua 1º de Dezembro, 45 – 3º-Dto.

1249-057 – Lisboa – Portugal

Tel.: 00351-210306000

Fax: 00351-210306012

E-mail: marketing@dietimport.pt

Web: www.dietimport.pt

Assistente Importación: Sra. Isa Reis

E-mail: importacao@detimport.pt

### **EKO VIVENDI, LDA.**

Rua Casal das Palmeiras – Rogel – Malveira

2665-412 – Santo Estevão das Galés – Mafra – Portugal

Tel.: 00351-219861589

Fax: 00351-219668030

E-mail: info@kapaverde.com

Web: www.kapaverde.com

Directora: Sra. Susanne Mertin Koewitsch

### **EL CLUB DEL GOURMET DE EL CORTE INGLÉS**

### **EL CORTE INGLÉS-GRANDES ARMAZÉNS DE LISBOA, S.A.**

Av. António Augusto de Aguiar, 31

1069-413 – Lisboa – Portugal

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

Tel.: 00351-213711701

Fax: 00351-213832142

E-mail: sac@elcorteingles.pt

Web: www.elcorteingles.pt

Responsable Clube do Gourmet: Sr. Carlos Jorge

E-mail: carlos\_jorge@elcorteingles.pt

### **ERVAS E COISAS-COMÉRCIO E DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTARES, LDA.**

Rua Castillo, 1 – 2º Dto.

1250-066 – Lisboa – Portugal

Tel.: 00351-214114016

Fax: 00351-214114016

E-mail: ervasecoisas@sapo.pt

Directora: Sra. Isabel Mathias

E-mail: im.ervasecoisas@sapo.pt

Móvil: 00351-966348204

Asistente: Sra. María Amorim

### **ESTABELECIMENTOS TEÓFILO FONTAÍNHAS NETO-COMÉRCIO E INDÚSTRIA, S.A.**

Rua João de Deus, 57/73

8375-127 – São Bartolomeu de Messines – Silves – Portugal

Tel.: 00351-282333330

Fax: 00351-282339322 / 282333347

E-mail: teofilo@mail.telepac.pt

Director Comercial: Sr. José Gois de Carvalho

Director Financiero: Dr. Augusto Ramos

Asistente: Dona Carla

### **FAROVINHOS-COMÉRCIO E DISTRIBUIÇÃO GERAL, S.A.**

Rua do Jornal Correio do Sul, 28-C

8009-004 – Faro – Lisboa

Tel.: 00351-289805582 / 289805583

Fax: 00351-289805584

Móvil: 00351-917599916

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

E-mail: geral@farovinhos.pt

Web: www.farovinhos.pt

Directora General: Sra. Carla Cardoso Westwood

E-mail: carla.westwood@farovinhos.pt

### **FIM DE BOCA, LDA.**

Rua Monte da Estação, 365

4300-346 – Porto – Portugal

Tel.: 00351-225104635 / 225188924

Fax: 00351-225188926

E-mail: geral@fimdeboca.pt

Web: www.fimdeboca.pt

Directora General: Sra. Sara de Oliveira

E-mail: saradeoliveira@fimdeboca.pt

Asistente: Dona Marta Graça

### **FRESBOM-PRODUTOS ALIMENTARES, LDA.**

Rua da Junqueira, 484 – 2º Esq

1300-341 – Lisboa – Portugal

Tel.: 00351-213616670

Fax: 00351-213620199

E-mail: fresbom@clix.pt

Directora General: Sra. Marisol Rodríguez

E-mail: fresbom.produtos@clix.pt

Móvil: 00351-917237962

### **FRUTOGAL-INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PRODUTOS ALIMENTARES, LDA.**

Rua da Junqueira, 200 – Porta 14 – Santa Maria de Belem

1300-346 – Lisboa – Portugal

Tel.: 00351-213610380

Fax: 00351-213610382 / 213632842

E-mail: frutogal.saf@mail.telepac.pt

Director Comercial: Sr. Carlos Fernandes



## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

E-mail: frutogal.com@mail.telepac.pt

Móvil: 00351-966898803

Responsable Compras Importación: Sr. José Gafanho

E-mail: frutogal.imp@mail.telepac.pt

### **FUMADIS – PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTARES, LDA.**

Doca Pesca de Pedrouços – Edifício dos Armadores – Armazém 13 – Belém

1400-038– Lisboa – Portugal

Tel.: 00351-213030088 / 213030089

Fax: 00351-213014201

E-mail: eduardovieira1@sapo.pt

Web: www.fumadis-lda.com

Socio Gerente: Sr. Eduardo Vieira

E-mail: eduardo@fumadis-lda.com

Móvil: 00351-919355499

Asistente: Dona Tatiana

Asistente: Dona Eunice Ribeiro

### **GAMIMIMO PRODUTOS ALIMENTARES, LDA.**

Rua do Morgado, 6 – Papagovas

2530-437 – Lourinhã – Portugal

Telefax: 00351-261422169

E-mail: choco.patrick@sapo.pt

Director: Sr. Patrick Mignot

Móvil: 00351-917575637

### **GLOBAL GOURMET - PRODUTOS ALIMENTARES, LDA.**

Azinhaga da Torre do Fato, 7-B – Escritorio 2

1600-009 – Lisboa – Portugal

Tel.: 00351-217151329

Fax: 00351-217157809

E-mail: info@eglobalgourmet.com

Web: www.eglobalgourmet.com

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

Director General: Sr. Sérgio Tomás da Silva

Asistente: Dona Amélia

### **GODOY & INÁCIO, LDA.**

Quinta da Alouzela – Ribeira de São João

2040-512 – Rio Maior – Portugal

Tel.: 00351-262919012

Fax: 00351-262919012

E-mail: mail@godoyinacio.com

Web: www.godoyinacio.com

Directora General: Sra. Francine Godoy

E-mail: francine.godoy@godoyinacio.com

Móvil: 00351-912392764

### **IFG-INTERFOOD GOURMET, COMERCIO PRODUTOS ALIMENTARES, UNIPessoal, LDA.**

Estrada de Circunvalação, 29

7830-322 – Serpa – Portugal

Tel.: 00351-284549745

Fax: 00351-284549745

E-mail: interfood.gourmet@sapo.pt

Director: Sr. João Costa

### **JOSE LUIS PIRES & PIRES - COM. PRODUTOS ALIMENTARES, LDA.**

Rua da Venezuela, 35-A/B – Benfica

1500-618 – Lisboa – Portugal

Tel.: 00351-217112630

Fax: 00351-217154553

E-mail: comercial@gardunha.net

Web: www.gardunha.net

Director: Dr. José Figueiredo

Asistente: Sra. Helena Marcos

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

### **KOOKIDEA - PRODUTOS ALIMENTARES, LDA.**

Av. da Liberdade, 249 – 1º Piso

1250-143 – Lisboa – Portugal

Tel.: 00351-213622735

Fax: 00351-213622735

E-mail: kookidez@gmail.com

Director General: Sr. Frederico Pereira

### **LEONARDO'S - DISTRIBUIÇÃO ALIMENTAR, LDA.**

Entre Ladeiras, 33

9700-552 – São Mateus da Calheta – Angra do Heroísmo – Ilha Terceira – Ilhas dos Açores – Portugal

Tel.: 00351-295213825

Fax: 00351-295214046

E-mail: leonardos.com@mail.telepac.pt

Director Comercial: Sr. Nuno Tavares

DIRECCIÓN SR. TAVARES EN LISBOA:

Apartado 19020

1991-901 – Lisboa – Portugal

Tel.: 00351-218937000

Fax: 00351-218937009

E-mail: n.tavares@mail.telepac.pt

### **M. JONSSON-IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO, UNIPESSOAL, LDA.**

Rua Tenente Valadim, 252 – Habitação 91 – Lordelo Do Ouro

4100-476 – Porto – Portugal

Tel.: 00351-226065285

Fax: 00351-226065285 / 226007180

E-mail: manuelajonsson@geral.com

Directora General: Sra. Manuela Jönsson

E-mail: manuelajonsson@gmail.com

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

### **MARTINS & COSTA, LDA.**

Rua Pereira Henriques, 6-12

1950-242 – Lisboa – Portugal

Tel.: 00351-218620940

Fax: 00351-218620949

E-mail: [geral@martinsecostasa.com](mailto:geral@martinsecostasa.com) / [compras@martinsecostasa.com](mailto:compras@martinsecostasa.com) / [administracao@martinsecostasa.com](mailto:administracao@martinsecostasa.com)

Web: [www.martinsecostasa.com](http://www.martinsecostasa.com)

Director General: Sr. Rui Sousa Fernandes

Directora Comercial: Dra. Zita Fernandes

Directora de Marketing: Dra. Rita Fernandes

E-mail: [marketing@martinsecostasa.com](mailto:marketing@martinsecostasa.com)

### **MUNDO GOURMET-DISTRIBUIÇÃO ALIMENTAR, LDA.**

Rua Ferreira Borges, 88-A

1350-133 – Lisboa – Portugal

Tel.: 00351-213904164

Fax: 00351-213904164

E-mail: [mundogourmet@clix.pt](mailto:mundogourmet@clix.pt)

Director: Sr. Eduardo Fonseca

### **MUSSUBI, LDA. – LOJA DO CHA**

Rua Dr. Orlando de Oliveira, 7

3800-004 – Aveiro – Portugal

Tel.: 00351-234421052

Fax: 00351-234421052

E-mail: [info@lojadocha.com](mailto:info@lojadocha.com)

Web: [www.lojadocha.com](http://www.lojadocha.com)

Socia Gerente: Sra. Gabriela Faria

### **NAZAR-REPRESENTAÇÕES E DISTRIBUIÇÃO, LDA.**

Av. Comendador Ferreira de Matos, 401 – 2º – Sala 206

4450-124 – Matosinhos – Portugal

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

Tel.: 00351-229381060

Fax: 00351-229381067

E-mail: formulawine@mail.telepac.pt

Gerente: Sr. João Almeida

Móvil: 00351-919356037

Asistente: Sr. Ricardo Cervino

### **NOVOS CÉUS-TRADING E REPRESENTAÇÕES, S.A.**

Rua do Salitre, 135 – 1º-A

1250-198 – Lisboa – Portugal

Tel.: 00351-213532624

Fax: 00351-213154816

E-mail: nceus@sapo.pt

Director: Sr. Gino Mario Belli (italiano)

Móvil: 00351-963158824

### **NTR-DISTRIBUIÇÃO-SOCIEDADE DE COMÉRCIO E DISTRIBUIÇÃO, LDA.**

Vales da Pedrulha – Pavilhão 4

3020-027 – Coimbra – Portugal

Tel.: 00351-239494951

Fax: 00351-239494715

E-mail: ntrchoco@hotmail.com

Web: www.ntr.pa-net.pt

Director: Sr. Thierry Rodrigues

Móvil: 00351-965866045

### **NUTRIMASTER UNIPESSOAL, LDA.**

Rua das Andresas, 88 – 4º Andar – Porta 5

4100-050 – Porto – Portugal

Tel.: 00351-226065285

Fax: 00351-226065285 / 226007180

E-mail: nutrimaster@gmail.com

Directora General: Sra. Catherina Jönsson

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

### **NUTS & SPICES**

Av. Pinhal de Caldas, 66 – Verdizela  
2855-609 – Corroios – Seixal – Portugal  
Tel.: 00351-210190838  
E-mail: nutsespices@hotmail.com  
Web: www.nutsespices.com  
Director: Sr. José Geada  
Móvil: 00351-932455147  
E-mail: jose.geada@netvisao.pt

### **OIL & VINEGAR PORTUGAL**

Rua Dom Jerónimo Osório, 11 – 1º Andar  
1400-119 – Lisboa – Portugal  
Tel.: 00351-213004000  
Fax: 00351-213010603  
E-mail: oil.vinegar@netcabo.pt  
Web: www.azeitevinagre.com  
Responsable Portugal y España: Sra. Isabel Isaac

### **PLAYERS, LDA.**

Avenida do Loureiro, 124  
2775-599 – Carcavelos – Cascais – Portugal  
Tel.: 00351-214573439  
Fax: 00351-214573439  
E-mail: master.players@gmail.com  
Director Comercial: Sr. Pedro Araújo

### **PROVIDA-PRODUTOS NATURAIS, LDA.**

Rua da Esperança, 39, Raposeiras  
2725-505 – Mem Martins – Sintra – Portugal  
Tel.: 00351-219677770  
Fax: 00351-219270902  
E-mail: info@providanatural.com / info@provida.pt

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

Web: [www.providanatural.com](http://www.providanatural.com) / [www.provida.pt](http://www.provida.pt)

Director Comercial: Sr. Tiago Sousa

E-mail: [t.sousa@provida.pt](mailto:t.sousa@provida.pt)

### **RAMAZZOTTI, S.A.**

Edificio Ramazzotti

Av. do Forte, 6/6A

2790-072 – Carnaxide – Oeiras – Portugal

Tel.: 00351-214258200

Fax: 00351-214186000

E-mail: [comercial@ramazzotti.pt](mailto:comercial@ramazzotti.pt) / [import@ramazzotti.pt](mailto:import@ramazzotti.pt) / [marketing@ramazzotti.pt](mailto:marketing@ramazzotti.pt)

Web: [www.ramazzotti.pt](http://www.ramazzotti.pt)

Director Comercial y de Marketing: Dr. Miguel Azevedo

E-mail: [miguel.azevedo@ramazzotti.pt](mailto:miguel.azevedo@ramazzotti.pt)

Responsable de Compras de Importación: Dra. Fátima Rodrigues

E-mail: [import@ramazzotti.pt](mailto:import@ramazzotti.pt)

Responsable Ventas Centro Sur y Azores: Sr. Luis Xavier

E-mail: [xavier@ramazzotti.pt](mailto:xavier@ramazzotti.pt)

Responsable Ventas Norte: Sr. Vitor Costa

E-mail: [vitorrc@ramazzotti.pt](mailto:vitorrc@ramazzotti.pt)

Responsable Ventas Algarve y Madera: Sr. Jorge Aleixo

E-mail: [aleixo@ramazzotti.pt](mailto:aleixo@ramazzotti.pt)

Responsable Ventas Centro Norte: Sr. Manuel Pinto

E-mail: [evaristo@ramazzotti.pt](mailto:evaristo@ramazzotti.pt)

### **ROJOO, LDA.**

Rua Luís Figueirôa de Albuquerque, 6

9060-182 – Funchal – Ilha da Madeira – Portugal

Tel.: 00351-291235459

Fax: 00351-291235459

E-mail: [chocolate@zotter.pt](mailto:chocolate@zotter.pt)

Web: [www.zotter.pt](http://www.zotter.pt)

Directora: Maria João Barros

Móvil: 00351-965243129

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

### **RÔTÍ DEGUSTATION**

Travessa das Campinas, 41  
4100-146 – Porto – Portugal  
Tel.: 00351-226170445  
Fax: 00351 229480272  
E-mail: rotidegustation@mail.telepac.pt  
Web: www.rotidegustation.com  
Director de Compras: Sofia Carvalho Neto

### **SÁ & LEAL, LDA.**

Av. Dom Pedro V, 111  
1250-093 – Lisboa – Portugal  
Tel.: 00351-213467011  
Fax: 00351-218496945  
E-mail: sa-leal@sapo.pt  
Director. Sr. Paulo Leal  
Móvil: 00351-919011443

### **SINDAL-SOCIEDADE INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO E MARKETING, LDA.**

Zona Industrial de Vilamoura Lt. 6-I – 1/38  
8125-000 – Vilamoura – Quarteira – Portugal  
Tel.: 00351-289321031  
Fax: 00351-289321034  
E-mail: sindal@sapo.pt  
Director: Sr. Meter Whitaker  
Jefe de Ventas: Sr. Paulo Duarte  
Asistente: Sra. Ana Pereira

### **SOGENAVE-SOCIEDADE GERAL DE ABASTECIMENTOS À NAVEGAÇÃO E INDÚSTRIA HOTELEIRA, S.A.**

Rua da Garagem 10 - Carnaxide  
2799-502 – Carnaxide – Oeiras – Portugal  
Tel.: 00351-210420000 / 214172713 / 214166715



## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

Fax: 00351-214188120 / 214166716 / 214188120

Web: [www.sogenave.pt](http://www.sogenave.pt)

E-mail: [sogenave@sogenave.pt](mailto:sogenave@sogenave.pt)

Director Comercial: Sr. Domingos Peixoto

E-mail: [domingos.peixoto@sogenave.pt](mailto:domingos.peixoto@sogenave.pt)

Director Compras Carnes y Pescados y Compras Internacionales: Sr. Rodrigo Silva

E-mail: [rodrigo.silva@sogenave.pt](mailto:rodrigo.silva@sogenave.pt)

Secretaria. Dona Sandra Ciríaco

Tel.: 00351-210420048

Director Compras Aves: Sr. Jorge Lopes

E-mail: [jorge.lopes@sogenave.pt](mailto:jorge.lopes@sogenave.pt)

Director Compras Bacalao: Sr. Adão Rocha

E-mail: [adao.rocha@sogenave.pt](mailto:adao.rocha@sogenave.pt)

### **STUDIO WINE-TRADING E REPRESENTAÇÕES, LDA**

Rua do Molhe, 610

4150-500 – Porto – Portugal

Tel.: 00351-225321466 / 225321467

Fax: 00351-225321468

E-mail: [mail@studiowine.pt](mailto:mail@studiowine.pt) / [studiowine@sapo.pt](mailto:studiowine@sapo.pt)

Web: [www.studiowine.pt](http://www.studiowine.pt)

Director: Sr. José Pinto Espanhol

Móvil: 00351-961221840

### **TYRUS-TRANSFORMAÇÃO, COMERCIALIZAÇÃO E MARKETING DE PRODUTOS ALIMENTARES, LDA.**

Rua do Papagaio, 22 – Alcoitão

2646-140 – Alcabideche – Cascais – Portugal

Tel.: 00351-214600102

Fax: 00351-214692042

E-mail: [geral@tyrus.pt](mailto:geral@tyrus.pt)

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA:

Apartado 85

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

2646-901 – Alcabideche – Cascais – Portugal

Administrador: Sr. Makram Abi Aad

E-mail: makram\_abi-aad@tyrus.pt

Director Comercial: Sr. António Varandas

E-mail: antonio\_varandas@tyrus.pt

Asistente: Sra. Ana Fernández

### **UNIDISTRIBUIÇÃO-PARTICIPAÇÕES E INVESTIMENTOS, LDA.**

Rua da Escola – Lote 874 – Vale da Figueira

2695-583 – São João da Talha – Portugal

Tel.: 00351-219554500

Fax: 00351-219553334

E-mail: unidis94@mail.telepac.pt

Director: Sr. Rui Tayobe

Asistente: Dona Alda:

### **URZE – DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS DE AGRICULTURA BIOLÓGICA, LDA.**

CCI 6501 – Torrual – Passil

2890-111 – Alcochete – Portugal

Tel.: 00351-212319083

Fax: 00351-212319084

E-mail: info@urzebiologica.com

Web: www.urzebiologica.com

Socio Gerente: Sr. Joaquim Alves

E-mail: joaquim@urzebiologica.com

### **UVA-VINHO E COISAS II - DISTRIBUIÇÃO, IMP. E. BEBIDAS ,P. ALIM. A. M. DECORAÇÃO, LDA.**

Rua de Sousa Aroso, 540-544

4450-287 – Matosinhos– Portugal

Tel.: 00351-229364360

Fax: 00351-229364361

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

E-mail: [distribuicao@vinhoecoisas.pt](mailto:distribuicao@vinhoecoisas.pt) / [vinhoecoisas@mail.telepac.pt](mailto:vinhoecoisas@mail.telepac.pt) / [geral@uvaportugal.com](mailto:geral@uvaportugal.com)

Web: [www.vinhoecoisas.pt](http://www.vinhoecoisas.pt)

Gerente: Dr. José Espirito Santo

E-mail: [jose.espiritosanto@vinhoecoisas.pt](mailto:jose.espiritosanto@vinhoecoisas.pt)

Director de Compras: Sr. José Teles

E-mail: [jose.teles@vinhoecoisas.pt](mailto:jose.teles@vinhoecoisas.pt)

Responsable Área Gourmet: Sr. Miguel Grijó

E-mail: [miguel.grijo@vinhoecoisas.pt](mailto:miguel.grijo@vinhoecoisas.pt)

Móvil: 00351-969842625

Asistente: Sra. Sônia Fontes

E-mail: [sonia.fontes@vinhoecoisas.pt](mailto:sonia.fontes@vinhoecoisas.pt)

### **VICTUS GOURMET**

Rua de São Bento, 283 – 2º Andar

1250-219 – Lisboa – Portugal

Tel.: 00351-219416321

Fax: 00351-219416320

E-mail: [info@victusgourmet.com](mailto:info@victusgourmet.com)

Web: [www.victusgourmet.com](http://www.victusgourmet.com)

Socio Director: Sr. Tomás Ribeiro

E-mail: [tomasribeiro@vicrusgourmet.com](mailto:tomasribeiro@vicrusgourmet.com)

Móvil: 00351-913648458

### **3. BIBLIOGRAFÍA**

#### DIRECCIONES DE INTERNET UTILIZADAS:

Casa do azeite [www.casadoazeite.pt](http://www.casadoazeite.pt)

Azeite [www.infoazeite.net](http://www.infoazeite.net)

Federação das Indústrias Portuguesas Agro-Alimentares - [www.fipa.pt](http://www.fipa.pt)

ACACSA - Agência de Controlo das Ajudas Comunitárias ao Sector do Azeite

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL

---

E-mail: [acacsa@acacsa.min-agricultura.pt](mailto:acacsa@acacsa.min-agricultura.pt)

<http://www.olivais.com>

<http://europa.eu.int/comm/agriculture/prom/olive/medinfo/index.htm>

Conselho Oleícola Internacional (COI), [www.internationaloliveoil.org](http://www.internationaloliveoil.org)

<http://www.mundoaceite.com>

CEPAAL - Centro de Estudos e Promoção do Azeite <http://www.azeitesdoalentejo.com>

<http://www.asoliva.com>

Oil & Vinegar <http://oilvinegar.cidadevirtual.pt>

Olivicultura & azeite <http://www.confagri.pt/PoliticaAgricola/Sectores/OliviculturaAzeite/>

World Trade Atlas

Instituto Nacional de Estatística de Portugal <http://www.ine.pt>

Instituto de Comercio Exterior Português <http://www.icep.pt>

Base de datos GUIAO <http://www.guianet.pt>

Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas <http://www.min-agricultura.pt>

Códigos TARIC arancelarios <http://www.taric.es>

Intranet ICEX <http://www.icex.es>

### REVISTAS UTILIZADAS EN EL ESTUDIO:

#### **Distribuição hoje**

Rua barão de Sabrosa 165 A

1900-088 Lisboa

Tel: 218 110 100

Fax: 218 140 044

[assinaturas@aje.pt](mailto:assinaturas@aje.pt)

[www.aje.pt/dh](http://www.aje.pt/dh)

#### **Revista Super Market**

Circular Sur do Bairro da Encarnação, 2-B

1800-135 Lisboa

Tel: 218 522 130

## **EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PORTUGAL**

---

Fax: 218 522 131

rsmarket@mail.telepac.pt

### **Hiper Super Ditrribuição e Produção em Revista**

Beloura Office Park ,Edifício 7, 1

2710-444 Sintra

Tel: 219 245 410

Fax: 219 241 605

Email: [hipersuper@net.sapo.pt](mailto:hipersuper@net.sapo.pt)

### **Revista Oleo, Tecnipublicaciones**

Avda. de Manoteras, 44 • 3ª Planta 28050 Madrid

Tel: 91 297 20 00 |

Fax:91 297 21 54

Atención al cliente: 902 999 829

[www.tecnipublicaciones.com](http://www.tecnipublicaciones.com)

### **Grande Consumo**

Rua André Gouveia, A F-I

1750-027 Lisboa

Tel: 217 543 870

Fax: 217 543 879

[geral@nolimite.pt](mailto:geral@nolimite.pt)

## LEGISLACIÓN VIGENTE

260

DIÁRIO DA REPÚBLICA — I SÉRIE-A

N.º 11 — 14 de Janeiro de

### MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, DESENVOLVIMENTO RURAL E PISCAS

#### Decreto-Lei n.º 16/2004

de 14 de Janeiro

O Regulamento (CE) n.º 1019/2002, da Comissão, de 13 de Junho, veio estabelecer, ao nível do comércio a retalho, normas de comercialização do azeite e do óleo de bagaço de azeitona, definidos nos termos do Regulamento n.º 136/66/CEE, do Conselho, de 22 de Setembro, que estabelece uma organização comum de mercado no sector das matérias gordas, com a redacção que lhe foi dada pelo Regulamento (CE) n.º 1513/2001, do Conselho, de 23 de Julho.

O Regulamento (CE) n.º 1964/2002, da Comissão, de 4 de Novembro, veio alterar a data de aplicabilidade do Regulamento (CE) n.º 1019/2002, da Comissão, de 13 de Junho, a fim de conceder aos operadores um prazo suficiente para se adaptarem às novas condições de embalagem e rotulagem do azeite.

As novas normas de comercialização compreendem regras específicas de rotulagem que completam as previstas na Directiva n.º 2000/13/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de Março, a qual procedeu à consolidação das normas comunitárias relativas à rotulagem, apresentação e publicidade dos géneros alimentícios.

A Directiva n.º 2000/13/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de Março, na ordem jurídica interna corresponde ao Decreto-Lei n.º 560/99, de 18 de Dezembro, relativo à rotulagem, apresentação e publicidade dos géneros alimentícios destinados ao consumidor final.

O Decreto-Lei n.º 32/94, de 5 de Fevereiro, estabeleceu um novo regime para as gorduras e óleos comestíveis, tendo sido posteriormente regulamentado pela Portaria n.º 928/98, de 23 de Outubro, que fixou as características a que devem obedecer as gorduras e os óleos vegetais destinados à alimentação humana e as condições a observar na sua obtenção ou tratamento, bem como as regras da sua comercialização e, ainda, pela Portaria n.º 246/2000, de 4 de Maio, que definiu as características do azeite e do óleo de bagaço de azeitona destinados ao consumidor final, as condições a observar na sua obtenção e tratamento, bem como diversas regras sobre a sua comercialização.

As novas normas de comercialização para o azeite e óleo de bagaço de azeitona fixadas pelo Regulamento (CE) n.º 1019/2002, da Comissão, alterado pelo Regulamento (CE) n.º 1964/2002, da Comissão, de 4 de Novembro, e pelo Regulamento (CE) n.º 1176/2003, da Comissão, de 1 de Julho, impõem alterações às normas nacionais de comercialização fixadas pela Portaria n.º 246/2000, de 4 de Maio, alterações que implicam a sua revogação.

Por razões técnicas, importa manter em vigor as normas nacionais relativas à obtenção e tratamento do azeite e do óleo de bagaço de azeitona da Portaria n.º 246/2000, de 4 de Maio, ora revogada, razão pela qual as mesmas passam a fazer parte do articulado deste diploma.

Estas normas nacionais foram, a seu tempo, notificadas à Comissão nos termos do Decreto-Lei n.º 58/2000, de 18 de Abril, que transpôs a Directiva n.º 98/34/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 22 de Junho,

alterada pela Directiva n.º 98/48/CE<sup>2004</sup>, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de Julho, relativa a um procedimento de informação no domínio das normas e regulamentações técnicas e das regras relativas aos serviços da sociedade da informação.

O Regulamento (CE) n.º 1019/2002, da Comissão, de 13 de Junho, alterado pelo Regulamento (CE) n.º 1964/2002, da Comissão, de 4 de Novembro, e pelo

Regulamento (CE) n.º 1176/2003, da Comissão, de 1 de Julho, prevê um sistema de controlo da veracidade das menções de rotulagem, permitindo a criação de um regime de aprovação das empresas cujas instalações de acondicionamento se encontrem sediadas no seu território, sendo obrigatória essa aprovação para as menções relativas às designações de origem.

Com o presente diploma cumpre-se o determinado no artigo 9.º do Regulamento (CE) n.º 1019/2002, da Comissão, de 13 de Junho, indicam-se os organismos que farão o controlo da sua aplicação e ainda o regime de sanções aplicáveis em caso de incumprimento das suas disposições.

Contudo, o Regulamento (CE) n.º 1176/2003, da Comissão, de 1 de Julho, alterou o artigo 12.º do Regulamento (CE) n.º 1019/2002, diferindo a entrada em vigor da alínea c) do artigo 5.º para 1 de Novembro de 2004, por se encontrarem em curso trabalhos de investigação sobre novos métodos de avaliação organolépticas, com vista a alargar o número de atributos positivos dos azeites virgens, sendo ainda necessário que os organismos internacionais incumbidos dessa tarefa testem na prática tais métodos.

Assim, estando pendentes os referidos trabalhos de investigação e consequentes testes, considerou-se prudente não permitir, desde já, a utilização de menções relativas às características organolépticas.

Assim:

Nos termos da alínea a) do n.º 1 do artigo 198.º da Constituição, o Governo decreta o seguinte:

#### Artigo 1.º

##### Objecto

O presente diploma implementa, a nível nacional, o Regulamento (CE) n.º 1019/2002, da Comissão, de 13 de Junho, relativo às normas de comercialização do azeite, alterado pelo Regulamento (CE) n.º 1964/2002, da Comissão, de 4 de Novembro, e pelo Regulamento (CE) n.º 1176/2003, da Comissão, de 1 de Julho, e estabelece as condições a observar na obtenção e tratamento do azeite e do óleo de bagaço de azeitona.

#### Artigo 2.º

##### Definições e denominações

Para efeitos do presente diploma, as definições e denominações do azeite e do óleo de bagaço de azeitona são as previstas no anexo do Regulamento (CE) n.º 136/66/CEE, do Conselho, de 22 de Setembro, que estabelece uma organização comum de mercado, alterado pelo Regulamento (CE) n.º 1513/2001, do Conselho, de 23 de Julho.

#### Artigo 3.º

##### Matérias-primas

O azeite e o óleo de bagaço de azeitona devem ser

de obtenção, apresentar características que os tornem próprios para o consumo, apresentarem-se em conveniente estado de conservação e estar isentos de substâncias ou matérias estranhas à sua normal composição, de microrganismos patogénicos ou de substâncias destes derivados em níveis susceptíveis de prejudicarem a saúde do consumidor.

#### Artigo 4.º

##### Obtenção e tratamento

1 — Na extração e depuração do azeite são admitidas as seguintes operações tecnológicas:

- a) Lavagem e moenda da azeitona;
- b) Batedura e aquecimento da massa;
- c) Extração apenas por processos físicos de acção mecânica e de tensão superficial;
- d) Depuração, mediante operações de decantação, lavagem, filtração e centrifugação.

2 — O azeite pode ser refinado mediante as seguintes operações:

- a) Desacidificação, por neutralização dos ácidos gordos livres com soluções alcalinas ou por destilação selectiva com solvente adequado, em ambiente rarefeito, para separação dos ácidos gordos livres;
- b) Descoloração com adsorventes inertes ou membranas;
- c) Desodorização, pela passagem de vapor de água ou outros gases inertes, em ambiente rarefeito.

3 — O azeite virgem lampante só pode ser utilizado para fins comestíveis depois de refinado.

4 — O azeite refinado só pode ser usado para a obtenção do tipo comercial de azeite, ou como matéria-prima para outras indústrias.

#### Artigo 5.º

##### Práticas proibidas

É proibida:

- a) A mistura, no estado líquido, de azeite com outros óleos comestíveis, ainda que com outros ingredientes, mesmo que em suspensão, independentemente da denominação de venda, com excepção do óleo de bagaço de azeitona;
- b) A obtenção ou tratamento do azeite simultaneamente com outros óleos não comestíveis;
- c) A existência nos estabelecimentos de obtenção e tratamento de azeite de produtos ou aparelhos destinados a operações não previstas no presente diploma, nomeadamente a esterificação em que haja adição de glicerol ou de outros álcoois, e de substâncias que tenham função de auxiliar tecnológico cujo emprego não seja permitido nos termos deste diploma.

##### Azeites e óleo de bagaço de azeitona destinados ao consumidor final

Nos termos do artigo 3.º do Regulamento (CE) n.º 1019/2002, da Comissão, de 13 de Junho, alterado pelo Regulamento (CE) n.º 1964/2002, da Comissão,

de 4 de Novembro, e pelo Regulamento (CE) n.º 1176/2003, da Comissão, de 1 de Julho, destinam-se ao consumidor final as seguintes categorias:

- a) Azeite virgem extra;
- b) Azeite virgem;
- c) Azeite — contém azeite refinado e azeite virgem;
- d) Óleo de bagaço de azeitona.

#### Artigo 7.º

##### Características

Os azeites e o óleo de bagaço de azeitona obedecem às características estabelecidas no Regulamento (CEE) n.º 2568/91, de 11 de Julho, e respectivas alterações, relativo às características dos azeites e do óleo de bagaço de azeitona, bem como aos métodos de análise relacionados.

#### Artigo 8.º

##### Métodos de análise

Para efeito de verificação das características dos azeites e do óleo de bagaço de azeitona, são utilizados os métodos de preparação de amostra e de análise definidos no Regulamento (CEE) n.º 2568/91, de 11 de Julho, e respectivas alterações.

#### Artigo 9.º

##### Aditivos

Os aditivos admitidos na obtenção de azeite e do óleo de bagaço de azeitona são os que se encontram fixados na legislação relativa aos aditivos alimentares.

#### Artigo 10.º

##### Contaminantes

A presença de substâncias contaminantes no azeite e óleo de bagaço de azeitona encontra-se fixada em legislação relativa a contaminantes.

#### Artigo 11.º

##### Auxiliares tecnológicos

1 — Na obtenção e tratamento do azeite refinado é admitida a utilização dos auxiliares tecnológicos constantes do anexo I ao presente diploma.

2 — Na obtenção do azeite virgem é permitida a utilização de talco como auxiliar tecnológico na extração.

#### Artigo 12.º

##### Acondicionamento

1 — O acondicionamento do azeite e do óleo de bagaço de azeitona destinados ao consumidor final obedece ao disposto no artigo 2.º do Regulamento (CE) n.º 1019/2002, da Comissão, de 13 de Junho, alterado pelo Regulamento (CE) n.º 1964/2002, da Comissão, de 4 de Novembro, e pelo Regulamento (CE) n.º 1176/2003, da Comissão, de 1 de Julho, podendo as embalagens de azeite e de óleo de bagaço de azeitona atingir a capacidade máxima de 25 l, quando destinadas aos restaurantes, hospitais, cantinas e similares.

2 — O material em contacto com o azeite e com o óleo de bagaço de azeitona deve ser impermeável, inerte e inócuo em relação ao conteúdo e garantir uma adequada conservação, conforme previsto na legislação relativa aos materiais destinados a entrar em contacto com os géneros alimentícios.

## Artigo 13.º

### Rotulagem

1 — A rotulagem do azeite e do óleo de bagaço de azeitona destinados ao consumidor final obedece ao disposto na legislação em vigor sobre rotulagem dos géneros alimentícios, observando-se, igualmente, o disposto nos artigos 3.º, 4.º, 5.º, 6.º e 9.º do Regulamento (CE) n.º 1019/2002, da Comissão, de 13 de Junho, alterado pelo Regulamento (CE) n.º 1964/2002, da Comissão, de 4 de Novembro, e pelo Regulamento (CE) n.º 1176/2003, da Comissão, de 1 de Julho.

2 — A rotulagem do azeite ou de óleo de bagaço de azeite não pode conter referências às características organolépticas dos respectivos produtos.

## Artigo 14.º

### Justificação das menções de rotulagem

Nos termos do artigo 7.º do Regulamento n.º 1019/2002, da Comissão, de 13 de Junho, alterado pelo Regulamento (CE) n.º 1964/2002, da Comissão, de 4 de Novembro, e pelo Regulamento (CE) n.º 1176/2003, da Comissão, de 1 de Julho, a pedido da Direcção-Geral de Fiscalização e Controlo da Qualidade Alimentar, adiante designada por DGFCQA, o interessado apresenta a justificação das menções de rotulagem referidas nos artigos 4.º, 5.º e 6.º do mesmo Regulamento.

## Artigo 15.º

### Pedido de verificação das menções de rotulagem

O pedido de verificação das menções de rotulagem feito ao abrigo do artigo 8.º do Regulamento (CE) n.º 1019/2002, da Comissão, de 13 de Junho, alterado pelo Regulamento (CE) n.º 1964/2002, da Comissão, de 4 de Novembro, e pelo Regulamento (CE) n.º 1176/2003, da Comissão, de 1 de Julho, é dirigido à DGFCQA, que procede em conformidade com a referida disposição regulamentar.

## Artigo 16.º

### Aprovação das empresas de acondicionamento

1 — As empresas que satisfaçam as condições exigidas no n.º 2 do artigo 9.º do Regulamento (CE) n.º 1019/2002, de 13 de Junho, alterado pelo Regulamento (CE) n.º 1964/2002, da Comissão, de 4 de Novembro, e pelo Regulamento (CE) n.º 1176/2003, da Comissão, de 1 de Julho, podem requerer a sua aprovação à direcção regional de agricultura da área onde se situam as respectivas instalações de acondicionamento.

2 — Após aprovação da empresa de acondicionamento efectuada nos termos do número anterior, a respectiva identificação alfanumérica é atribuída pelo Gabinete de Planeamento de Política Agro-Alimentar, adiante designado por GPPAA, a quem compete, a nível central, a coordenação e gestão do sistema de aprovação das empresas de acondicionamento.

3 — O GPPAA comunica à DGFCQA as identificações alfanuméricas que forem atribuídas às empresas de acondicionamento.

4 — A aprovação das empresas de acondicionamento é obrigatória para as menções relativas às designações de origem referidas no artigo 4.º do Regulamento (CE) n.º 1019/2002, de 13 de Junho, alterado pelo Regulamento (CE) n.º 1964/2002, de 4 de Novembro, e pelo Regulamento (CE) n.º 1176/2003, da Comissão, de 1 de Julho.

## Artigo 17.º

### Identificação alfanumérica das empresas

A identificação alfanumérica das empresas tem a seguinte constituição ordenada:

- 1) As letras PT identificam o Estado membro;
- 2) Os números que identificam as direcções regionais de agricultura são:

- a) 1 — Direcção Regional de Agricultura de Entre Douro e Minho;
- b) 2 — Direcção Regional de Agricultura de Trás-os-Montes;
- c) 3 — Direcção Regional de Agricultura da Beira Litoral;
- d) 4 — Direcção Regional de Agricultura da Beira Interior;
- e) 5 — Direcção Regional de Agricultura do Ribatejo e Oeste;
- f) 6 — Direcção Regional de Agricultura do Alentejo;
- g) 7 — Direcção Regional de Agricultura do Algarve;

- 3) As letras AZ/O identificam o produto;
- 4) O número sequencial.

## Artigo 18.º

### Colaboração de outras autoridades

A DGFCQA solicita, no âmbito do controlo previsto neste diploma, a colaboração de outras autoridades administrativas e policiais, sempre que entender necessário.

## Artigo 19.º

### Sanções

1 — Constitui contra-ordenação punível com coima, nos montantes mínimo de E 750 e máximo de E 3740 ou de E 44 890, consoante o agente da infração seja pessoa singular ou colectiva:

- a) A obtenção e tratamento do azeite por processos e operações tecnológicas diferentes dos previstos no artigo 4.º;
- b) A existência, nos estabelecimentos de obtenção e tratamento de azeite, de produtos ou aparelhos destinados a operações não previstas neste diploma;
- c) O fabrico ou a comercialização do azeite e do óleo de bagaço de azeitona que não obedeça às características legais exigidas pelo artigo 7.º;
- d) A utilização de aditivos, contaminantes e auxiliares tecnológicos não previstos nos artigos 9.º, 10.º e 11.º;



- e) A apresentação do azeite e do óleo de bagaço de azeitona ao consumidor final, bem como a restaurantes, hospitais, cantinas e similares, em embalagens de capacidades não permitidas pelo artigo 12.º;
- f) A utilização de materiais em contacto com o azeite e com o óleo de bagaço de azeitona em infracção ao disposto no n.º 2 do artigo 12.º;
- g) A falta, inexactidão ou deficiência das menções obrigatórias de rotulagem previstas nos artigos 6.º e 13.º;
- h) A não justificação das menções de rotulagem exigidas pelo artigo 14.º

2 — A tentativa e a negligência são puníveis.

## Artigo 20.º

### Sanções acessórias

1 — Consoante a gravidade da contra-ordenação e da culpa do agente podem ser aplicadas, cumulativamente com a coima, as seguintes sanções acessórias:

- a) Perda de objectos pertencentes ao agente;
- b) Interdição do exercício de profissões ou actividades cujo exercício dependa de título público ou de autorização ou homologação de autoridade pública;
- c) Privação do direito de subsídio ou benefício outorgado por entidades ou serviços públicos;
- d) Privação do direito de participar em feiras ou mercados;
- e) Encerramento do estabelecimento cujo funcionamento esteja sujeito a autorização ou licença de autoridade administrativa;
- f) Suspensão de autorizações, licenças e alvarás.

2 — As sanções referidas nas alíneas b) e seguintes do número anterior têm a duração máxima de dois anos contados a partir do trânsito em julgado da decisão condenatória.

## Artigo 21.º

### Autoridade competente

Sem prejuízo da competência atribuída por lei a outras autoridades policiais e fiscalizadoras, compete especialmente à DGFCQA assegurar a fiscalização do cumprimento das regras previstas neste diploma.

## Artigo 22.º

### Autuação, instrução e aplicação da coima

1 — O levantamento dos autos de contra-ordenação compete à DGFCQA, assim como às autoridades policiais e fiscalizadoras.

2 — A instrução dos processos de contra-ordenação compete à autoridade que levantar o auto de notícia ou, caso esta não tenha competência para o efeito, à DGFCQA.

3 — A aplicação das coimas e sanções acessórias compete ao director-geral de Fiscalização e Controlo da Qualidade Alimentar.

## Artigo 23.º

### Afectação do produto das coimas

O produto das coimas é distribuído da seguinte forma:

- a) 10% para a entidade que levanta o auto de notícia;
- b) 10% para a entidade que instrui o processo;
- c) 20% para a entidade que aplica a coima;
- d) 60% para os cofres do Estado.

## Artigo 24.º

### Direito subsidiário

1 — O presente regime não prejudica a aplicação do regime jurídico vigente em matéria de infracções antieconómicas e contra a saúde pública que consta do Decreto-Lei n.º 28/84, de 20 de Janeiro, com as alterações que lhe foram introduzidas pelos Decretos-Leis n.ºs 347/89, de 12 de Outubro, 6/95, de 17 de Janeiro, 20/99, de 28 de Janeiro, 162/99, de 13 de Maio, e 143/2001, de 26 de Abril, pelas Leis n.ºs 13/2001, de 4 de Junho, e 108/2001, de 28 de Novembro, e pelo Decreto-Lei n.º 81/2002, de 4 de Abril.

2 — Às contra-ordenações e sanções acessórias previstas neste diploma e em tudo que nele não se encontre especialmente regulado são aplicáveis as disposições do Decreto-Lei n.º 433/82, de 23 de Outubro, com as alterações que lhe foram introduzidas pelo Decretos-Leis n.ºs 356/89, de 17 de Outubro, 244/95, de 14 de Setembro, e 323/2001, de 17 de Dezembro, e pela Lei n.º 109/2001, de 24 de Dezembro.

## Artigo 25.º

### Norma revogatória

É revogada a Portaria n.º 246/2000, de 4 de Maio.

## Artigo 26.º

### Norma transitória

O disposto no n.º 2 do artigo 13.º vigora até 1 de Novembro de 2004.

## Artigo 27.º

### Entrada em vigor

O presente diploma entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação.

Visto e aprovado em Conselho de Ministros de 31 de Outubro de 2003. — José Manuel Durão Barroso — Maria Manuela Dias Ferreira Leite — Maria Teresa Pinto Basto Gouveia — Maria Celeste Ferreira Lopes Cardona — Carlos Manuel Tavares da Silva — Armando José Cordeiro Sevinate Pinto.

Promulgado em 22 de Dezembro de 2003.

Publique-se.

O Presidente da República, JORGE SAMPAIO.

Referendado em 30 de Dezembro de 2003.

## ANEXO I

**Auxiliares tecnológicos**

Na obtenção e tratamento das gorduras e óleos vegetais são admissíveis os seguintes auxiliares tecnológicos:

- 1 — Ácidos:
  - 1.1 — Ácido cítrico;
  - 1.2 — Ácido clorídrico;
  - 1.3 — Ácido fosfórico [triácido ou ortofosfórico (v. fórmula química no documento original)];
  - 1.4 — Ácido láctico;
  - 1.5 — Ácido sulfúrico;
  - 1.6 — Ácido tartárico.
- 2 — Bases:
  - 2.1 — Hidróxido de amónio;
  - 2.2 — Hidróxido de cálcio;
  - 2.3 — Hidróxido de magnésio;
  - 2.4 — Hidróxido de potássio;
  - 2.5 — Hidróxido de sódio.
- 3 — Sais:
  - 3.1 — Carbonatos de amónio, cálcio, magnésio, potássio e sódio;
  - 3.2 — Citratos de cálcio, potássio e sódio;
  - 3.3 — Cloretos de cálcio, magnésio, potássio e sódio (sal comum);
  - 3.4 — Fosfatos:
    - 3.4.1 — Monofosfatos (ortofosfatos):
      - Fosfato monocálcico (v. fórmula química no documento original) anidro ou com uma molécula de água;
      - Fosfato tricálcico (v. fórmula química no documento original) anidro;
      - Fosfato monopotássico (v. fórmula química no documento original) anidro;
      - Fosfato dipotássico (v. fórmula química no documento original) anidro;
      - Fosfato tripotássico (v. fórmula química no documento original) anidro e com uma ou duas moléculas de água;
      - Fosfato monossódico (v. fórmula química no documento original) anidro e com uma ou duas moléculas de água;
      - Fosfato dissódico (v. fórmula química no documento original) anidro e com duas moléculas de água;
      - Fosfato trissódico (v. fórmula química no documento original) anidro e com 1 ou 12 moléculas de água;
    - 3.4.2 — Difosfatos (pirofosfatos):
      - Difosfato dissódico (v. fórmula química no documento original) anidro ou com seis moléculas de água;
      - 8.3 — Gases raros não radioactivos.

Difosfato tetrassódico (v. fórmula química no documento original) anidro ou com 10 moléculas de água;

## 3.4.3 — Polifosfatos:

Trifosfato pentassódico (v. fórmula química no documento original);  
Sal de Graham (v. fórmula química no documento original).

3.4.4 — Hidrogenocarbonatos (bicarbonatos) de amónio, potássio e sódio;

3.4.5 — Lactatos de cálcio, potássio e sódio;

3.4.6 — Silicatos de sódio:

Silicato dissódico [metasilicato de sódio (v. fórmula química no documento original)] com uma ou nove moléculas de água;

Silicato tetrassódico [ortossilicato de sódio (v. fórmula química no documento original)];

Tetrasilicato tetrassódico [silicato de sódio (v. fórmula química no documento original)];

3.4.7 — Sulfatos de cálcio, magnésio, potássio e sódio.

4 — Agentes de clarificação:

4.1 — Adjuvantes de filtração, inertes;

4.2 — Argilas adsorventes, barro-de-espanha, bentonites, montmorilonite, caulino, terras descorantes naturais e activadas;

4.3 — Carvões não activados e activados;

4.4 — Enzimas pectolíticas (aplicáveis também como adjuvantes de extracção);

4.5 — Sílicas sintéticas;

4.6 — Para a activação de carvões e terra só pode ser empregada a acção do calor ou de ácidos indicados no n.º 1.

5 — Solventes — os solventes admissíveis no fabrico das gorduras e óleos vegetais são os fixados na legislação específica para os géneros alimentícios.

6 — Catalisadores:

6.1 — Para hidrogenação — cobre, crómio, manganésio, molibdénio, níquel, paládio e platina;

6.2 — Para interesterificação e transesterificação — amida de sódio, etilato de sódio, metilato de sódio e sódio metálico, sódio-glicerol e por enzimas.

7 — Tensioactivos — para o fraccionamento, utilizam-se como tensioactivos apenas:

7.1 — Decilsulfato de sódio;

7.2 — Dodecilsulfato de sódio (laurilsulfato de sódio).

8 — Gases — como gases inertes podem ser utilizados:

8.1 — Azoto;

8.2 — Dióxido de carbono;

