

## PERFIL DE MERCADO ACEITE DE OLIVA – JAPON

ProChile Tokio, Abril 2008

**PRODUCTO: ACEITE DE OLIVA**

**CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 150910**

**DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: ACEITE DE OLIVA**

**CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:**

1509.10 VIRGIN OLIVE OIL  
(1509.90 PURE OLIVE OIL)

**SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA**

**ARANCEL GENERAL:** Free – 0%

**OTROS IMPUESTOS:** Impuestos de Consumo CIF x 5%

**REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO**

Se aplican las siguientes regulaciones dependiendo del uso:

**<Importación como Alimento>**

**Food Sanitation Law**

Bajo las estipulaciones de esta norma, se debe presentar el documento, "Notification Form for Importation of Foods" junto con otros documentos requeridos (production process chart, ingredient composition sheet, etc. for processed food) a la Oficina de Cuarentena del puerto de entrada del producto.

Según el resultado del examen de estos documentos, se determina la necesidad de una inspección sanitaria en el área correspondiente.

El resumen de la ley se puede encontrar en el siguiente enlace (traducción en inglés):

<http://www.jetro.go.jp/en/market/regulations/pdf/food-e.pdf>

**<Importación como Producto Farmacéutico>**

**Pharmaceutical Affairs Law**

Al importar un producto como fármaco o como ingrediente para manufacturar productos farmacéuticos, esta ley requiere primero obtener una "licencia de importador". Generalmente también se requiere la "aprobación" para cada producto, pero el aceite de oliva ya está registrado en la "Japanese Pharmacopoeia" por lo que no se requiere aprobación en cada ocasión de ingreso.

El resumen de la ley en inglés se encuentra en el siguiente enlace:

[http://www5.cao.go.jp/otodb/english/houseido/hou/lh\\_02070.html](http://www5.cao.go.jp/otodb/english/houseido/hou/lh_02070.html)

Ambas leyes están bajo la jurisdicción de:

**"The Ministry of Health, Labour and Welfare" ([www.mhlw.go.jp](http://www.mhlw.go.jp))**

Al comercializar el aceite de oliva, se deben cumplir las siguientes normas;

<En ocasión de venta como alimento>

1. Food Sanitation Law\*
2. JAS Law\*: <http://www.jetro.go.jp/en/market/regulations/pdf/jas2007mar-e.pdf>
3. Measurement Law \*
4. Act Against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations
5. Health Promotion Law

<En ocasión de venta como producto farmacéutico>

1. Pharmaceutical Affairs Law
2. Act Against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations \*

#### \*ETIQUETADO

Conforme a las estipulaciones de las leyes marcadas anteriormente con un asterisco (\*), el aceite de oliva debe ser etiquetado en lengua japonesa. El etiquetado debe contener la siguiente información:

<En caso de ser importado como alimento>

1. Nombre del producto
3. Lista de ingredientes y de aditivos (si contuvieran)
4. Contenido neto
5. Fecha límite del consumo
6. Forma de preservación
7. País de origen
8. Nombre y dirección del importador

<En caso de ser importado como producto farmacéutico>

1. Nombre del producto
2. Contenido (peso, volumen, número de tabletas, etc.)
3. Número de manufactura o código
4. Nombre y dirección del fabricante o del importador

### **Ley "Positive List System for Agricultural Chemical Residues" (Sistema de la Lista Positiva)**

El 29 de mayo de 2006, entró en vigor una nueva ley sobre el Sistema de Lista Positiva para los restos de residuos químicos en productos alimenticios. El cambio consiste en que las 283 sustancias (250 plaguicidas y 33 medicamentos veterinarios) permitidas anteriormente con un límite de residuo máximo (MRLs) pasan a ser 799 (758 plaguicidas y 41 medicamentos veterinarios). El Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de Japón (MHLW) incluye en la lista 65 sustancias consideradas inofensivas que son parte del sistema.

Los productos que contengan 0.01ppm de sustancias químicas no mencionadas en la lista automáticamente se prohibirán su distribución.

<http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/positivelist060228/index.html>

**ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (CIF)****AÑO 2007**

<b>PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (KG)</b>	<b>MONTO (Miles US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>
ITALIA	8,631,627	58.303	57.89
ESPAÑA	6,316,639	32.231	32.00
TURQUIA	1,131,080	4.787	4.75
CHILE (16)	2,691	0.026	0.03
<b>SUBTOTAL</b>	<b>16,082,037</b>	<b>95.347</b>	<b>94.67</b>
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>16,705,818</b>	<b>100.721</b>	<b>100</b>

**AÑO 2006**

<b>PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (KG)</b>	<b>MONTO (Miles US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>
ITALIA	8,345,349	58.706	54.72
ESPAÑA	7,351,009	41.938	39.09
TURQUIA	679,596	3.259	3.04
CHILE (13)	4,380	0.033	0.03
<b>SUBTOTAL</b>	<b>16,380,334</b>	<b>103.936</b>	<b>96.88</b>
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>16,807,050</b>	<b>107.291</b>	<b>100</b>

**AÑO 2005**

<b>PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (KG)</b>	<b>MONTO (Miles US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>
ITALIA	9,337,168	55.232	58.15
ESPAÑA	7,634,816	34.105	35.90
GRECIA	267,772	1.630	1.72
CHILE (15)	3,462	0.024	0.03
<b>SUBTOTAL</b>	<b>17,243,218</b>	<b>90.991</b>	<b>95.80</b>
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>17,926,286</b>	<b>94.991</b>	<b>100</b>

Fuente: Japan Custom

## POTENCIAL DEL PRODUCTO.

A finales de la década del 90 se registró en Japón, un "boom" de la comida italiana y además se difundía la imagen del aceite de oliva como "healthy" (comida sana), lo que contribuyó a un aumento fuerte y rápido de la importación a partir de 1996, en que las exportaciones a Japón de aceite de oliva virgen crecieron en un 233% con respecto al período anterior, como se observa en el gráfico siguiente.



Con posterioridad, las exportaciones tuvieron una caída a partir de 1999, para luego empezar a crecer en forma sostenida hasta 2006, en que se registraron importaciones por valor de US\$ 107 Millones CIF.

Italia y España fueron los dos países que lideraron el crecimiento espectacular en 1996 apropiándose de un 95,6% del mercado. El otro país que tuvo también un gran crecimiento en 1996 fue Grecia, sin embargo su market share fue solamente de un 2,25%.

Es interesante destacar que en 2007 España ha registrado una caída de un 23,15% en sus exportaciones de aceite de oliva virgen a Japón, con respecto al año 2006.

Otros países que se han destacado fuertemente en sus exportaciones en el año 2007 han sido: Australia con un 11.073%, Israel con un 211%, Siria con un 179%, Portugal con 77%, Francia con 62%, Reino Unido con 61%, Turquía con 47%.

En términos de "market share", Italia sigue muy posicionado en el primer lugar a diciembre de 2007 con un 57,89%, y luego está España con un 32%, lo cual es una fuerte caída si se compara con el 39,09% de participación de mercado que tuvo a fines del 2006. Luego de Italia y España, que en conjunto tienen un 89,89% del mercado de aceite de oliva virgen en Japón, siguen Turquía y Grecia con 4,75% y 2,17% respectivamente. El caso de Turquía hay que destacarlo, puesto que a partir del año 2006 ha desplazado a Grecia al cuarto lugar entre los países proveedores de este producto en el mercado japonés.

El país que ha tenido el mayor crecimiento en sus exportaciones de aceite de oliva virgen a Japón, tal como se ha mencionado anteriormente, es Australia, lo que le ha permitido pasar desde una participación de mercado de un 0,01% en el año 2006 a un 1,29% en el 2007.

Si comparamos la situación a fines de 2007 con respecto al año 1996, se observa claramente que Italia ha consolidado su posicionamiento en el mercado, e incluso ha aumentado su participación en éste. Por otro lado, España, que es el otro gran competidor de Italia, ha ido perdiendo terreno y ha permitido que nuevos proveedores entren al mercado y de paso le quiten parte de la porción que antes tenía en el mercado japonés.

Está claro que el aceite de oliva en Japón, se asocia esencialmente con la comida italiana, reforzado todo esto por la gran cantidad de restaurantes italianos. España por su parte ha sentido la fuerte competencia de Italia y ha bajado su cobertura de mercado, debido al factor imagen del aceite de oliva que se asocia con Italia, y por otro lado por no tener una gran cantidad de restaurantes de comida típica española, que es un elemento relevante para reforzar la penetración del producto.

Respecto de los precios promedio CIF de ingreso a Japón, estos han caído en un 5,49% en 2007 en relación al año precedente. Por otro lado, si analizamos el comportamiento de los cuatro principales países proveedores, Turquía es el país que más ha bajado sus precios (-11,88%), y esto coincide con que es el que más ha crecido entre este grupo de países (46,9%).

Se observa en el mercado una estrategia asociada a imagen del producto, que es un factor de alta relevancia para alcanzar los primeros lugares, calidad, y por supuesto precio, siendo este último parámetro, el que permite competir y compensar las estrategias de la competencia que se basan fuertemente en imagen y calidad. Debido a la fuerte y bien posicionada imagen de Italia, sus exportadores han bajado sus precios promedio CIF en solamente un 0,69%, lo cual ha sido suficiente para mantener y acrecentar su primer lugar en el mercado.

En el caso de Chile, recién se registran importaciones de aceite de oliva virgen en 2005 por un valor de US\$ 24 mil, sin embargo, es importante puntualizar que si se revisan las estadísticas de 2006, Chile registra un crecimiento de un 439% a junio de ese año, comparado con igual período del 2005. En efecto, las exportaciones CIF de aceite de Oliva virgen de Chile a Japón a junio del 2006 ha sido de US\$ 16 mil, que es una cifra pequeña, pero que muestra una tendencia positiva, si la comparamos con los US\$ 3 mil que se exportaron a junio del 2005.

A fines de 2007 Chile registra una caída de un 21,14% con exportaciones CIF de US\$ 26.000, pero, resaltando que los precios promedio CIF se han incrementado en un 28,27% respecto del año 2006.

Chile tiene un precio promedio CIF de entrada a Japón de US\$ 9,8 en el año 2007, muy superior a Italia (US\$ 6,75), España (US\$ 5,1), Turquía (US\$ 4,23), Grecia (US\$ 7,24).

En conclusión, existe potencial de crecimiento en el producto y es posible penetrar el mercado japonés, para lo cual hay que definir el mercado objetivo más adecuado para cada una de las empresas chilenas, con una estrategia que combine adecuadamente, imagen del producto, precio, calidad, regularidad y periodicidad de entrega del producto, relaciones de largo plazo con los potenciales importadores, etc..., de modo de competir con los diferentes proveedores de este producto en Japón.

## **PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$) Y MAYORISTA**

(Calculado T/C JPY100/\$)

Existe una amplia gama de marcas, especialmente de Italia y España, con otros países ingresando a las góndolas de los supermercados, como Turquía, Grecia, UK, Australia, Francia, Portugal, Siria, Con respecto a precios, hay muchos rangos y lo que observa bastante es el envase de 250 ml, con rangos entre US\$ 5 y US\$ 15. Los precios han empezado a repuntar a partir del año 2003 en que se registró un precio promedio CIF por kilo de US\$ 4,18, hasta el 2007 con US\$ 6,03.

## **ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA**

Para los japoneses el aceite de oliva tiene una imagen muy fuerte de producto "Mediterráneo", Italia y España ocupan el mercado casi exclusivamente; 89,89% (2007). Debido a esto, los productos provenientes de los demás países se encuentran con una competencia muy dura. Turquía ha logrado de alguna manera ganar cuota de mercado, con un producto a menor precio.

Gracias a la popularidad de la cocina italiana, hay numerosas campañas de la comida de ese país, en las que se promociona su aceite de oliva junto con otros productos. Generalmente, éstas se realizan en varias cadenas de supermercados y grandes almacenes. Normalmente las cadenas mismas las organizan y a veces lo hacen colaborando con las marcas importantes. Es normal además encontrar en la gran gama de restaurantes italianos en Japón, aceite de oliva para degustar como antesala a la comida.

En el caso de España, aunque ocupa el 2do.lugar entre los proveedores de aceite de oliva en Japón, estableció una oficina promocional en Tokio llamada ASOLIVA (Olive Oil Exporters Association of Spain), la cual tiene entre sus objetivos, destacar la imagen del producto español. A esos efectos, desarrollaron un Sitio Web en japonés ([www.asoliva-jp.com/](http://www.asoliva-jp.com/)), publicando "News Letter" en japonés y realizando diversos eventos, como por ejemplo: competiciones de cocina en las que se debe usar el aceite de oliva español y otorgando premios al ganador del concurso.

## **CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN**

### **CANALES DE DISTRIBUCIÓN DEL ACEITE DE OLIVA COMESTIBLE**

Una de las vías de ingreso del aceite de oliva es en base a granel en grandes containers que van destinados a la industria procesadora, con el objeto de procesar el producto, para luego sacar al mercado un producto mezclado. La otra vía es en botellas y latas, siendo muy comunes los envases de 250 ml y 500 ml. Tenemos en consecuencia que los importadores más relevantes son las "Trading Companies" y los procesadores. En el primer caso, el producto se canaliza a los supermercados, grandes almacenes y tiendas especializadas en productos gourmet; en el caso de los procesadores, estos los comercializan directamente a la industria alimenticia, para luego llegar al consumidor final.

## **CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA**

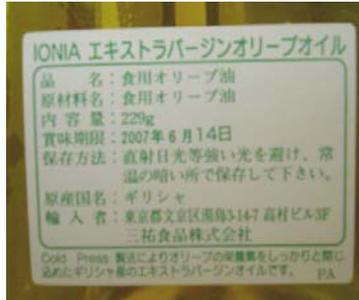
Para mayorista: 200lt/20lt/5.2lt granel

Para retail: En frascos de cristal. Los tamaños más habituales son de 250ml, 500ml.

Nota: Los precios retail que se muestran más abajo, están actualizados al 1 de abril de 2008.



**Marca:** Bertolli  
**País de Origen:** Italia  
**Tipo de Aceite:** Aceite de Oliva Extra Virgen  
**Contenido:** 250 ml  
**Precio:** Yenes 583



**Marca:** IONIA  
**País de Origen:** Grecia  
**Tipo de Aceite:** Aceite de Oliva Extra Virgen  
**Contenido:** 250ml  
**Precio:** Yenes 750  
**Comentario:** Libre de Colesterol



**Marca:** AarhusKarshamn UK Ltd  
**País de Origen:** Inglaterra  
**Tipo de Aceite:** Aceite de Oliva Extra Virgen  
**Precio:** 714 yenes  
**Contenido:** 250 ml  
**Comentario:** Libre de Colesterol



**Marca:** Surry  
**País de Origen:** Siria  
**Tipo de Aceite:** Aceite de Oliva Extra Virgen  
**Contenido:** 250 ml  
**Precio:** Yenes 1.399 a 1.525 yenes (rango)  
**Comentario:** Libre de Colesterol



**Marca:** Solleone  
**País de Origen:** Italia  
**Tipo de Aceite:** Aceite de Oliva Extra Virgen con orégano  
**Contenido:** 250 ml  
**Precio:** Rango de 870 a 1.270 yenes



**Marca:** Gallo

**País de Origen:**  
Portugal

**Tipo de Aceite:**  
Aceite de Oliva  
Refinado y Extra  
Virgen

**Contenido Neto:**  
200 ml

**Precio:** Yenes 400

**Comentario:** envase  
enlatado



**Marca:** Olave

**País de Origen:**  
Chile

**Tipo de Aceite:**  
Aceite de Oliva Extra  
Virgen Orgánica

**Contenido:** 250 ml

**Precio:** 1470Yenes  
(Precio de venta en  
Internet.

**Comentario:**  
Orgánico



**Marca:** Kaldámili

**País de Origen:** Chile

**Tipo de Aceite:** Aceite de Oliva Extra Virgen

**Contenido:** 250 ml

**Precio:** Yenes 1.050 por aceite (Precio de venta en Internet)

**Comentario:** Venta por catalogo o Internet.

El precio se refiere solamente a aceite y no incluye aceto balsámico

## **SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANTENCIÓN Y/O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO.**

Según las estadísticas japonesas a diciembre de 2005, Chile tenía un precio promedio de US\$ 7,05 por kilo, en comparación con países como Italia y España con promedios de US\$ 5,92 y US\$ 4,47 respectivamente. Esto se debe a que Chile exporta aceite de oliva extra virgen de la mejor calidad.

A fines de 2007 las estadísticas indican que Chile ha aumentado su precio promedio CIF a US\$ 9,8, lo que es un 39% de crecimiento con respecto al año 2005. Si analizamos solamente el año 2007, el precio promedio CIF de Chile creció en un 28,27%, siendo uno de los países que más han crecido, en este parámetro, junto con Nueva Zelanda (90,79%), Argentina (53,96%), Jordania (32,92).

Los países líderes en el mercado, han disminuido sus precio promedio CIF, como es el caso de Italia (-3,98%), España (-10,68%), Turquía (-11,88%). Si se analizan solamente los tres principales proveedores, la disminución de precios, ha favorecido exclusivamente a Turquía, que tiene un precio promedio CIF por kilo de US\$ 4,23, sustancialmente inferior al de Chile, que con un valor de US\$ 9,8 es un 131% superior.

El precio de ingreso de Chile es igualmente bastante mayor al de España e Italia, que a fines de 2007 registraban valores de US\$ 6,75 y US\$ 5,10 respectivamente, pero que lideran el mercado con un 89,89% de participación entre ambos. Habría que ver la posibilidad de aumentar el portfolio de productos de manera de incluir diversas calidades para diferentes segmentos de mercado. De esta manera, al ampliar el rango de precios, es más posible aumentar las exportaciones a Japón.

Otro tema relevante a la hora de competir, es mostrar los éxitos, particularmente, si estos se han logrado en concursos que se hayan desarrollado en Italia..., esto sirve para destacar más el producto y debería ser un factor importante para el posicionamiento.

Otro elemento importante es ajustarse a los gustos de los japoneses, y enviar al mercado japonés el aceite de oliva que previamente se haya testeado que es del gusto del consumidor local. Una manera de promocionar el producto es efectuar, como en el caso de los vinos, catas de aceite de oliva.

Es importante igualmente estar presente en forma constante en las ferias que promocionan alimentos, como por ejemplo la FERIA Foodex, que se lleva a cabo todos los años en marzo.

## **FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS**

\*TOKIO

-FOODEX JAPAN (ANUAL /MAKUHARI MESSE): [www.jma.or.jp/FOODEX/en/](http://www.jma.or.jp/FOODEX/en/)

-SUPER MARKET TRADE SHOW (ANUAL/TOKYO BIG SIGHT): [www.smts.jp](http://www.smts.jp)

-BIOFACH JAPAN (ANUAL/TOKYO BIG SIGHT): [www.biofach-japan.com](http://www.biofach-japan.com)

\*OTRAS CIUDADES

-HOTERES & FOODEX KANSAI (ANNUAL/INTEX OSAKA) : [www.jma.or.jp/hfk](http://www.jma.or.jp/hfk)

-INTERNATIONAL FOOD FAIR IN KITAKYUSHU

(BIANUAL/KITA KYUSHU EXHIBITION CENTER) : [www.kix.or.jp/iff/](http://www.kix.or.jp/iff/)

#### **OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE**

THE MINISTRY OF HEALTH, LABOUR AND WELFARE: [www.mhlw.go.jp](http://www.mhlw.go.jp)

INTERNATIONAL OLIVE OIL COUNCIL (IOOC): [www.internationalolive.org](http://www.internationalolive.org)

JAPAN OILSEED PROCESSORS ASSOCIATION: [www.oil.or.jp](http://www.oil.or.jp)  
(JAPONES)

JETRO JAPAN: <http://www.jetro.go.jp/>