

PERFIL DE MERCADO ACEITE DE OLIVA – BRASIL

ProChile Sao Paulo, Marzo 2007

PRODUCTO

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 1509.1000

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL – NCM: 1509.1000

DESCRIPCIÓN: ACEITE DE OLIVA VIRGEN

SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL (I.I): 10%

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO

Arancel final a pagar = 0%

Preferencia = 100% (según ACE N° 35 – Acuerdo Mercosur)

OTROS PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

Preferencias:

- 1) MERCOSUR = 100% - Acuerdo: ACE 18 – fecha de vigencia: 29/11/1991
- 2) Perú = 100% - Acuerdo: ACE 39 – fecha de vigencia: 16/08/1999
- 3) Bolivia = 100% - Acuerdo: ACE 36 – fecha de vigencia: 28/02/1997
- 4) Ecuador = 80% - Acuerdo: ACE 59 – fecha de vigencia: 31/01/2005
- 5) Colombia = 75% - Acuerdo: ACE 59 – fecha de vigencia: 31/01/2005
- 6) Venezuela = 75% - Acuerdo: ACE 59 – fecha de vigencia: 31/01/2005

OTROS IMPUESTOS

- **PIS/Pasep + Cofins = 9,25 %**

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO:

- 1) Resolução RDC No. 350 del 28/12/2005 – Dispone sobre el Reglamento Técnico de Vigilância Sanitária de Mercaderías Importadas
- 2) Resolução RDC N° 270 del 22/09/2005 – Aprueba el Reglamento Técnico para aceites vegetales, grasas vegetales y crema vegetal
- 3) Resolução RDC N° 359 del 23/12/2003 – Aprueba Reglamento Técnico de Porciones de Alimentos Embalados para fines de Etiquetas con Información Nutricional
- 4) Resolução RDC N° 259 del 20/09/2002 – Aprueba el Reglamento Técnico sobre Etiquetas de Alimentos Embalados
- 5) Resolução No. 105 del 19/05/1999 – Aprueba los reglamentos técnicos y disposiciones generales para embalajes y equipos plásticos en contacto con alimentos

Nota: Dichas normas están disponibles en el sitio de ANVISA (Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria) – Website: <http://www.anvisa.gov.br> – haga clic en el ítem “Legislação”.

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (en US\$ FOB)

Fuente: Sistema Alice – Ministerio do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – Brasil –
Website: <http://aliceweb.mdic.gov.br>

AÑO 2006

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (kg)	MONTO (US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
Portugal	4.063.294	22.370.474	34,1
España	3.736.907	18.468.940	28,2
Argentina	3.961.733	17.099.153	26,1
SUBTOTAL	11.761.934	57.938.567	88,4
LOS DEMAS PAÍSES	1.503.653	7.657.031	11,6
TOTAL IMPORTADO	13.265.587	65.595.598	100

AÑO 2005

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (kg)	MONTO (US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
España	4.231.456	15.485.461	35,9
Portugal	3.257.917	13.479.164	31,2
Argentina	1.890.080	7.726.429	17,9
SUBTOTAL	9.379.453	36.691.054	85,0
LOS DEMAS PAÍSES	1.670.365	6.445.687	15,0
TOTAL IMPORTADO	11.049.818	43.136.741	100

AÑO 2004

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (kg)	MONTO (US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
España	4.201.903	12.519.378	36,4
Portugal	2.852.942	10.125.195	29,4
Argentina	1.673.173	6.800.222	19,6
SUBTOTAL	8.728.018	29.444.795	85,6
LOS DEMAS PAÍSES	1.591.124	4.970.786	14,4
TOTAL IMPORTADO	10.319.142	34.415.581	100

POTENCIAL DEL PRODUCTO

La búsqueda por alimentos más sanos, llevó los brasileños a consumir más aceite de oliva, a partir de mediados de la década pasada. En estos últimos 8 años, ocurrió un aumento de 54,87% de dicho consumo. En comparación al consumo mundial, ese volumen todavía es pequeño (150 gramos per capita, que equivale a menos de una taza de té por año). A pesar del creciente aumento de consumo, uno de los factores que, seguramente, tiene influencia en el bajo consumo en Brasil, si comparado al consumo mundial, es el precio. El aceite representa 3% del volumen de mercado de aceites vegetales y al mismo tiempo, llega a cerca de 20% del valor de ese mercado. Dicho consumo es totalmente garantizado por importaciones provenientes de España, Portugal, Argentina e Italia, entre otros países, una vez que Brasil no posee producción propia. Por ese motivo, los precios son relativamente altos para el poder adquisitivo del consumidor brasileño, que muchas veces, compra aceites mezclados con aceite de soya, que es vendido a un precio hasta 55% menor que los aceites de oliva importados.

Los aceites suelen ser envasados en latas o vidrios de 250 e 500 ml. Los envasados en lata son los más vendidos, cuyos principales compradores son los bares y restaurantes. Ya los aceites envasados en pequeñas botellas de vidrio, están comenzando a ganar la preferencia de los consumidores, que aprecian la posibilidad de ver el color del aceite comprado.

Existen varios tipos de aceites de oliva, cada cual con su característica, que puede variar de acuerdo con el país productor, tipo de cosecha, selección y modo de producción. Con tantas variedades de sabores, los preferidos de los brasileños son aquellos que se utilizan para salsas de pescados, pastas y principalmente, las ensaladas. Aceites con más textura y sabor fuerte no tienen destaque en el mercado consumidor local, pues aún son apreciados apenas por una pequeña parte de dicho mercado.

En 2005, Chile tuvo una muy pequeña participación en ese mercado, de sólo 0,2%.

PRECIOS DE REFERENCIA (US\$) Y MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN RELEVANTES

Precio promedio venta al por mayor

Producto: aceite de oliva extra virgen en vidrio de 500 ml
De R\$ 10,00 (US\$ 4,55) a R\$ 12,00 (US\$ 5,45) por unidad

Precio promedio – venta al por menor (grandes supermercados)

- a) lata de 200 ml = R\$ 8,44 (US\$ 3,83)
- b) lata de 500 ml = R\$ 13,10 (US\$ 5,95)
- c) vidrio de 500 ml = R\$ 16,13 (US\$ 7,30)
- d) vidrio de 250 ml = R\$ 11,64 (US\$ 5,29)
- e) vidrio de 1 litro = R\$ 38,10 (US\$ 17,32)

Nota: considerar tipo de cambio US\$ 1 = R\$ 2,20

COMPETENCIA: ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS ETC.

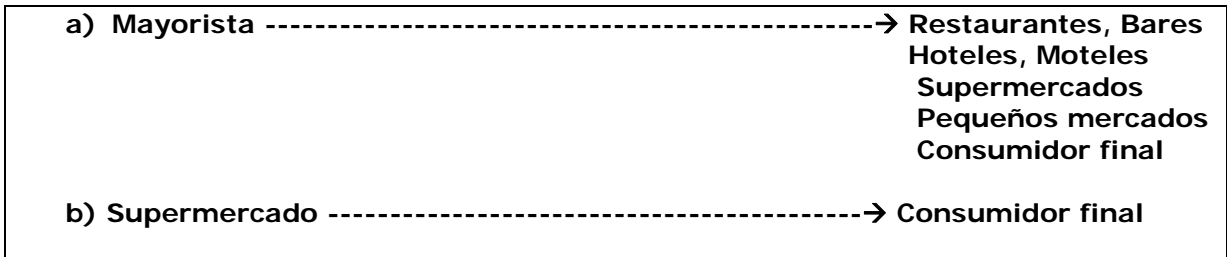
Algunas marcas que pertenecen a grupos transnacionales (Cargill, Unilever, ADM, etc) han realizado gran inversión en publicidad, sobretodo, con avisos en revistas de asuntos gastronómicos y de bebidas (vinos), además de revistas de información semanal de gran circulación (por ejemplo, "Veja" o "Veja São Paulo"). Dichas marcas compran los mejores lugares de las góndolas de los supermercados, además de la contratación de demostradoras que realizan pequeñas degustaciones y distribución de catálogos y folletos a las personas que circulan en estos establecimientos minoristas.

Las marcas menos conocidas o que son de pequeños importadores suelen competir solamente en precios, para intentar conquistar el mayor número posible de consumidores, especialmente, aquellos que no están interesados en productos de alta calidad.

CANALES DE COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION:

Básicamente son dos los principales canales:

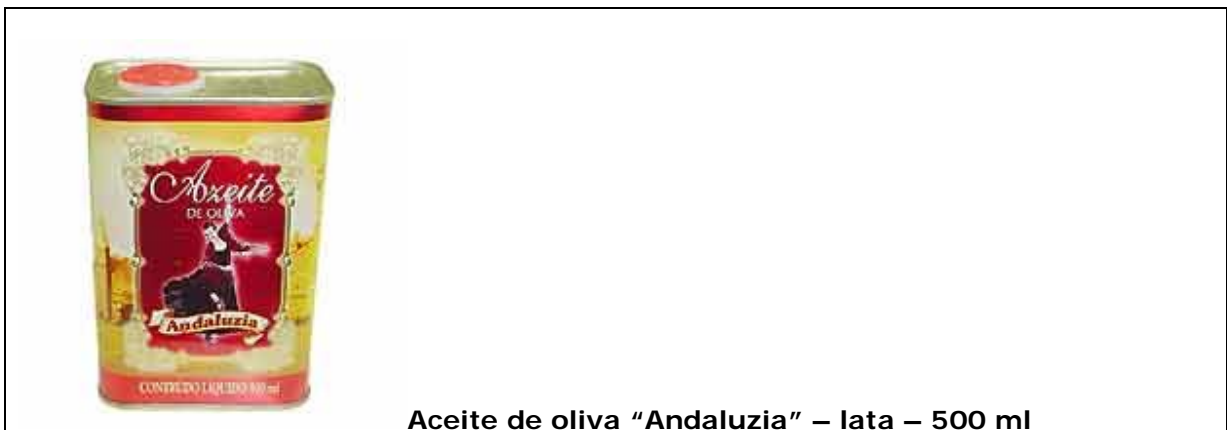
- a) Mayorista que importa y distribuye para restaurantes, bares, hoteles, pequeños mercados y supermercados; hay también mayoristas que venden directamente al consumidor final
- b) Minorista (supermercado) que importa directamente, para venta al consumidor final



CARACTERISTICAS DE PRESENTACION DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

Venta al por mayor: suele ser en cajas con 6, 12, 20 y 24 unidades.

Venta al por menor: por unidad



Origen: España



Aceite de oliva extra virgen "Arisco" – lata – 500 ml
Origen: Argentina



Aceite de oliva extra virgen "Oliyovita" – vidrio
500 ml – Origen: Argentina



Aceite de oliva extra virgen "Carbonell" – vidrio
500 ml – Origen: España



**Aceite de oliva extra virgen "Musa" – vidrio
250 ml – Origen: España**



**Aceite de oliva extra virgen "Colavita" – vidrio
1 litro – Origen: Italia**

SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA DESARROLLAR EL MERCADO PARA EL PRODUCTO CHILENO:

Como el mercado brasileño de aceites de oliva es muy competitivo, hay que elegir bien (y con calma) un eventual futuro socio comercial; se debe dar preferencia a importador que tenga experiencia en el rubro y un buen equipo de ventas, con buenas relaciones con los principales actores del mercado (restaurantes, bares y supermercados).

Cabe señalar que hay muy buenas posibilidades para los productos "Premium", pues gran parte de la oferta al consumidor final son de productos de baja calidad (sobretudo aquellos que son mezclados con aceite de soya). Hay una importante cantidad de consumidores que buscan productos de buena calidad y no lo encuentran. Sin embargo, hay que tener precios competitivos también para dichos productos porque los tradicionales proveedores de aceite de oliva a Brasil, es decir, Portugal, España y Argentina, han comenzado a ingresar también, sus productos "Premium".

Además, es muy importante participar de ferias en Brasil, que posibilita múltiples contactos con actores del mercado, especialmente, importadores, distribuidores y ejecutivos de supermercados.

FERIAS Y EVENTOS LOCALES EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

1- Mercosuper ´2007 – 26ª. Feria Paranaense de Supermercados

Del 11 al 13 de marzo de 2007 – de 14:00 a 22:00 horas

Local: Expotrade – Pinhais/PR

Organizador: Asociación Paranaense de Supermercados – APRAS

Website: <http://www.apras.org.br>

2- APAS – 23ª. Feira de Produtos, Equipos y Servicios para Supermercados

Del 14 al 17 de mayo de 2007 – de 14:00 a las 22:00 horas

Local: Expo Center Norte – São Paulo/SP

Organizador: APAS – Asociación Paulista de Supermercados – <http://www.apas.com.br>

3- Food Ingredients – 13ª. Feria Internacional de Soluciones y Tecnología para la Industria de Alimentos

Del 12 al 14 de junio de 2007 – de 13:00 a 20:00 horas

Local: Transamérica Expo Center – São Paulo/SP

Organizador: CMPI Brasil – <http://www.fi-events.com.br>

4-Fispal Food Service – 23ª. Feria Internacional de Productos y Servicios para Alimentación

Del 25 a 28 de junio de 2007 – de 13:00 a las 21:00 horas

Local: Parque Anhembi – São Paulo/SP

Organizador: Fispal Ferias – <http://www.fispal.com>

5-Gourmet & Cia. – 7ª. Feria Sur Brasileña de Gastronomía

Del 09 al 12 de julio de 2007 - Horario: de 13:00 a 21:00 horas

Local: Expo Trade Pinhais - Curitiba/PR

Organizador: Diretriz Feiras e Eventos – www.diretriz.com.br

6-ABAD 2007 – 27ª. Feria y Convención Anual del Comercio Mayorista y Distribuidor

Del 06 al 09 de agosto de 2007 – de 14:00 a 21:00 horas

Local: Centro de Convenções de Olinda / Pernambuco

Organizador: ABAD – Asociación Brasileña de Mayoristas y Distribuidores de Productos Industrializados

Website: <http://www.abad.com.br>

7- EXPOAGAS 2007 – 26a. Feria de Productos y Servicios para Supermercados

Del 21 al 23 de agosto de 2007 – de 9:00 a 18:00 horas

Local: Pabellón de Exposiciones de FIERGS – Porto Alegre / RS

Organizador: AGAS – Asociación Gaúcha de Supermercados

Website: <http://www.agas.com.br>

8- EXPO ABRAS – 37ª. Feria Internacional de Productos y Servicios para Supermercados

Del 12 al 14 de septiembre de 2007 – de 13:00 a 21:00 horas

Local: Centro de Exposições Imigrantes – São Paulo / SP

Organizador: ABRAS – Asociación Brasileña de Supermercados –

<http://www.abrasnet.com.br>

9- Superminas – 21ª. Feria de Productos y Servicios para Supermercados

Del 23 al 25 de octubre de 2007 – de 15:30 a 22:00 horas

Local: Expominas – Belo Horizonte / MG

Organizador: Asociación de Supermercados de Minas Gerais

Website: <http://www.amis.org.br>

10- AGOS 2006 – 5a. Feria Goiana de Supermercados

Del 21 al 23 de noviembre de 2007 – de 16:00 a 22:00 horas

Local: Centro de Convenções de Goiânia – Goiânia / GO

Organizador: Asociación Goiana de Supermercados – AGOS

Website: <http://www.agos.com.br>

OTRA INFORMACION RELEVANTE

- 1- Asociación Brasileña de Productores, Importadores y Comerciantes de Aceites de Oliva – <http://www.oliva.org.br>
- 2- ABIA – Asociación Brasileña de las Industrias de Alimentos: <http://www.abia.org.br>
- 3- ABERC – Asociación Brasileña de las Empresas de Comida Colectiva: <http://www.aberc.com.br>
- 4- SINCAESP – Sindicato de los Permisarios en Centrales de Abastecimiento del Estado de São Paulo: <http://www.sincaesp.com.br>
- 5- SAGASP – Sindicato del Comercio Mayorista de Alimentos del Estado de São Paulo: <http://sagasp.com.br>
- 6- ABRAS – Asociación Brasileña de Supermercados: <http://www.abrasnet.com.br>
- 7- APAS – Asociación Paulista de Supermercados: <http://www.apas.com.br>
- 8- ANVISA – Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria: <http://www.anvisa.gov.br>
- 8- MAPA – Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento: <http://www.agricultura.gov.br>